



Société française
des sciences de l'information
et de la communication



- Appel à débats et réactions p.2

- L'entreprise citoyenne : de la déontologie à l'éthique
Par Carine Lassarade

- Agenda manifestations à venir p.8

- Compte rendu p.11

- Prochaines réunions du groupe Org&Co p.14

. 25 et 26 janvier 2007, au CELSA (92 Neuilly/Seine)
Journées « méthodes et méthodologies »

. fin mai/début juin, Bucarest,
Colloque international

- Appels à contributions p.14

- Publications p.18

- Fiche d'identification

Chère, cher collègue,

En cette période automnale, j'espère que votre rentrée universitaire s'est passée sans encombre.

La SFIC a vingt ans !

En effet, bien que fondée en 1974, ses statuts, en tant qu'association, n'ont été déposés qu'en 1986, par notre collègue Anne-Marie Laulan. Le groupe Org&co, quant à lui, qui fait partie des six groupes de recherche de l'association, existe depuis 1994. Il regroupe actuellement plus de 200 chercheurs en provenance de huit pays et dispose d'un site Internet (orgnet.fr), et du présent bulletin de liaison qui reprend aujourd'hui sa parution pour vous tenir informé de l'actualité en communication organisationnelle... dans ses moindres détails.

La dernière réunion de notre groupe s'est tenue, comme convenu début septembre à Rennes lors du colloque « Pratiques et usages organisationnels des sciences et technologies de l'information et de la communication », en présence du président de la SFSIC. Vous en trouverez le compte rendu à la page 14. De nouvelles réunions scientifiques se profilent à l'horizon, dont les journées d'études sur « méthodes et méthodologies » fin janvier qui auront lieu au CELSA, que nous remercions ici de nous accueillir, et un colloque fin mai/début juin à Bucarest où nous pourrions retrouver nos collègues roumains. Ces derniers, qui en ont pris l'initiative de cette manifestation sur la communication organisationnelle, nous invitent en effet à y participer afin de nourrir le débat épistémologique dans une perspective internationale. L'appel à contributions pour les journées d'études est inséré dans le présent bulletin et celui concernant la Roumanie vous sera communiqué dès que possible.

L'ouvrage « La Communication organisationnelle en débat : champs, concepts, perspectives », regroupant les contributions parues dans le bulletin entre 2003 et 2005 et bénéficiant des réactions et débats qu'ils ont engendrés, vient d'être publié par les Editions l'Harmattan. Cette œuvre collective devrait vous inciter à participer activement à l'élaboration d'articles pour ce bulletin, une collection pérenne étant envisagée... dont un prochain ouvrage programmé en 2007, à partir des articles déjà « en magasin ». Un ouvrage est également prévu à la suite des journées d'études et probablement à l'issue du colloque roumain.

Par ailleurs, vous trouverez en fin de bulletin la fiche d'identification qui permet à tout chercheur qui le souhaite d'apparaître dans le fascicule électronique Org&co, en cours d'actualisation.

Le prochain bulletin sortira début décembre 2006

Je vous souhaite une riche année universitaire en réflexion scientifique, débats et rencontres.

Bien cordialement, Arlette Bouzon

Pour appel à réactions et débats

- L'entreprise citoyenne : de la déontologie à l'éthique

Par Carine Lassarade (ATER Reims)

Pour inciter les consommateurs à choisir leurs produits ou services, les organisations à visée commerciales disposent d'un ensemble de techniques de marketing et de communication. Parmi elles, en bonne place figurent le sponsoring et le mécénat ; celles-ci consistant pour ces organisations à associer noms, marques, produits et/ou services à un sport et/ou grande « cause » sociale ou humanitaire. Désormais ces organisations semblent être passées à un échelon supérieur puisqu'elles ne revendiquent plus cet investissement comme simple argument de vente mais comme un engagement de leur part. Elles affichent une solidarité envers leurs salariés, plus encore envers leurs clients et globalement envers tout un environnement naturel et social. Cet engagement repose alors sur des valeurs dans lesquelles elles se reconnaissent et qu'elles cherchent à partager, voire parfois à propager.

Ces préoccupations, d'abord de nature déontologique sont sans doute à mettre en relation dès la fin des années 1980, avec la médiatisation d'affaires judiciaires, pressant les dirigeants à se soucier de l'image institutionnelle de leurs entreprises. Nous faisons référence pêle-mêle à plusieurs affaires, scandales politico financiers (ENRON), environnementaux (TOTAL) ou sociaux (NIKE et DANONE). Ces entreprises ont dû s'astreindre à un véritable travail pour restaurer une image de marque grandement altérée. C'est le cas globalement pour des entreprises qui se trouvent constamment soupçonnées dans leur métier, évoluant dans un contexte de peur alimenté par les fortes médiatisations de « catastrophes » environnementales et sanitaires. Désormais, la société leur demande « des comptes » ou plutôt leur demande de prendre position à la manière de personnes morales. Ainsi, pour gommer une image associée à la « malbouffe », l'enseigne MCDONALD'S est passée d'une simple communication marketing sur le produit à une communication sur les qualités du produit en rapport avec des concepts plus larges (emploi, pauvreté, santé ou environnement) quoique toujours en rapport avec son métier. En effet, MCDONALD'S diffuse le fait qu'elle utilise du blé 100% européen pour ses petits pains et se fournit localement en ce qui concerne les pommes de terre, les pommes, les salades et les tomates, généralisant pour tous les produits une politique d'achat adoptée pour le boeuf au moment de la crise de la vache folle.

L'entreprise « citoyenne » entend donc conquérir une légitimité institutionnelle d'où émerge un intérêt stratégique à la mise en mots et en actions d'éventuelles responsabilités sociales. La justification d'un tel discours va se développer dans deux directions complémentaires. A partir de questions

qui relèvent de la déontologie, d'un côté convaincre de l'existence d'un besoin de sens chez les individus (leurs cibles marketing) et de l'autre montrer que l'offre qui émane de l'entreprise répond bien à cette demande. Pour ce faire, le discours construit reste le fruit d'une mise en commun de compétences émanant à la fois de spécialistes de la communication et de spécialistes de l'entreprise, et que cette dernière va tenter de mettre en valeur à travers sa communication institutionnelle ou quand l'entreprise doit composer une image ou une identité entre dimensions éthiques et contraintes économiques où s'affrontent les différentes logiques de l'action sociale : les logiques normatives des gestionnaires de l'entreprise, les logiques scientifiques des « experts », les logiques techniques et idéologiques des spécialistes de la communication. La sociologie des organisations a d'ores et déjà montré que l'entreprise constitue un lieu de socialisation incontournable, confirmant son passage d'une entité abstraite, simple agent économique à une organisation formant un tout structuré : un construit social contingent, duquel va émerger un modèle de communication, résultat d'une interaction.

Cependant, l'entreprise, très focalisée sur ses conditions de viabilité est-elle pour autant devenue un lieu de préoccupation éthique ? Ne s'agit-il pas purement et simplement d'un nouveau modèle (pour ne pas dire mode) de positionnement marketing et d'un ensemble de « bonnes pratiques » qui prennent la forme de mesures législatives ? Une éthique appliquée qui serait là pour répondre à un besoin accru de déontologie. Ou au contraire peut-on parler de l'émergence de nouvelles formes de représentations de l'entreprise qui émergent d'une interrogation éthique fondamentale à savoir la place de l'économique dans le politique ?

DE LA CITOYENNETE CLASSIQUE A LA CITOYENNETE MODERNE

Pour répondre à ces questions, il faut nous pencher sur le concept de citoyenneté. Construction historique, principe juridique et politique teintée de démocratie, de Nation, d'Etat, de République et de Communauté, voici la citoyenneté dite « classique ». Si la citoyenneté peut être qualifiée d'utopie créatrice, elle le doit à sa volonté ambitieuse d'un côté de dépasser les passions ethniques et de l'autre de résoudre les conflits par le droit, autrement dit de tenter de gérer une communauté par nature historique (dotée d'une langue et d'une histoire) selon des principes rationnels. Cela revient concrètement à s'interroger sur cette idée de transcendance par le politique des particularismes et enracinements de toutes natures (références historiques, linguistiques, ethniques, culturelles, religieuses, sociales et économiques) autrement dit comment intégrer des individus ou parfois toute une population dans une communauté de citoyens qui fondent la République et permettre la recherche d'un « bien commun ». Cette citoyenneté est avant tout un projet politique par lequel elle forme une société. Son

contenu et ses pratiques, toujours proclamés à un moment donné dans une société donnée, doivent être continuellement pensés et réinterprétés. Cette réflexion s'engage souvent par le biais des limites, des manquements, des mauvaises applications ou des usages pervers de ces pratiques citoyennes. Mais également par une discussion autour des formes concrètes de l'organisation de ce principe, lesquelles ont vocation à devenir le lieu de négociation des projets communs, permettant d'aboutir à un langage lui aussi commun (une langue, une culture et des valeurs) et finalement aux changements nécessaires pour un meilleur fonctionnement de la société. Ce dialogue est destiné à gérer tout conflit inhérent à la pratique de cette citoyenneté, les rivalités entre les différents acteurs sociaux, mais aussi à l'organisation des instances dans la vie publique dans lesquelles ces conflits ont trouvé justement un lieu d'expression et où ils peuvent finalement être progressivement résolus par une discussion organisée selon la loi, apte à mettre en place les dispositions qui se seront imposées.

La citoyenneté c'est maintenant ce principe « moderne » semblant tellement se propager que l'on trouve cette acception diffusée dans des contextes aussi divers qu'inattendus parfois tels que les rencontres, les journées et autres manifestations citoyennes, mais aussi les dîners, en passant par les révolutions éco - citoyennes. N'avez-vous jamais entendu parler de ces automobiles citoyennes ? Il s'agirait de véhicules « intelligents », conçus pour répondre aux nouvelles exigences en matière de sécurité et d'environnement, qui, non contents de déplacer leurs occupants, seraient désormais conscients de leurs effets nocifs et dangereux, tentant même de les supprimer ou du moins de les atténuer ! Ou encore de ces manifestations « anti-pub » qui se voient ainsi caractérisées d' « actes de réappropriation citoyenne » par leurs auteurs, afin de lutter « contre une marchandisation des esprits, de la culture et du monde ». Par leurs actions, ces « militants citoyens » tels qu'ils se qualifient eux-mêmes, ont pour ambition de provoquer un débat sur la problématique de la publicité, sa présence massive sur l'espace public mais aussi sa vocation anti-écologique ou son sexisme. Mission somme toute réussie puisque ce concept de citoyenneté semble avoir atteint le monde économique. L'entreprise « citoyenne » relève le défi et consent au débat en devenant synonyme d'ouverture sur ses environnements extérieurs.

La « nouvelle » citoyenneté, citoyenneté moderne donc, à l'inverse de la citoyenneté classique ne sous-entend plus seulement un ensemble de droits - libertés mais de plus en plus un ensemble de droits - créances avec pour vocation à devenir de vrais droits politiques (Dominique Schnapper, 1994). Désormais aux droits politiques ont succédé des libertés économiques qui s'incarnent dans la vie quotidienne des Français. Une façon de dire que le projet économique prend le pas sur le projet politique. On le voit très clairement dans la revendication de ce qui ressemble bien à une citoyenneté économique et sociale. En effet, dans les

pays démocratiques, les non - citoyens disposent en principe des mêmes droits civils, économiques et sociaux que les citoyens mais sont dépourvus de droits politiques. En somme, la participation de fait à une société ne donne pas droit de fait à la citoyenneté classique. Ce que conteste certains acteurs de la vie politique qui voient là une forme de discrimination à la citoyenneté, revendiquant le droit à cette légitimité politique, pour les étrangers légaux comme illégaux, dès lors que l'on réside dans un pays. Le fait même que la question se pose confirme cette impression de dé - politisation, de remise en question du lien entre nation et la citoyenneté, privilégiant les droits civils, économiques et sociaux aux droits politiques liés à la nationalité, les seconds apparaissant comme des droits dérivés des premiers. Aujourd'hui, la République comme modèle se voit remise en cause dans un contexte de mondialisation économique et d'individualisme, entre prédominance des intérêts personnels et reconnaissance des droits spécifiques : une « démocratie providentielle » (Dominique Schnapper, 2002) qui vise seulement à satisfaire aux besoins économiques et sociaux voire à inciter à consommer toujours davantage dans une société au sens civique affaiblie. Pour Dominique Schnapper, cette démocratie providentielle est le symbole même de l'invasion du politique par l'économique : la mondialisation des échanges économiques, la concentration de la vie collective sur la production et la répartition des richesses, la prééminence des intérêts économiques mais aussi un patriotisme qui se mobilise autour d'actions destinées seulement à protéger le niveau de vie de leurs habitants. Ainsi l'hostilité à l'immigration serait due pour une part à la volonté de ne pas partager avec les étrangers les avantages et acquis sociaux tels que le niveau de vie ou plus concrètement le régime de sécurité sociale ou les allocations diverses, surtout dans la mesure où ils sont sans emploi. Dans le même esprit, les résistances à l'Europe seraient en grande partie dues à la volonté de sauvegarder et ne pas partager les avantages économiques et sociaux acquis. Il est vrai que le pouvoir d'attraction des pays européens dépend de plus en plus de leur capacité d'emplois et de l'attrait de leur système social, redéfinissant de nouveaux rapports exclusivement fondés sur le langage économique. Le délicat problème des « Non » (par référendum) à la proposition de Constitution européenne n'en est qu'une illustration. Il n'y a plus de lien entre les citoyens, si ce n'est économique. Et la transformation progressive des citoyens en de simples ayants droits relève de ce même langage économique. Ainsi, ce passage, depuis 1945, des droits libérés aux droits créances, n'est destiné non plus à libérer les individus des entraves à leur liberté d'agir mais à leur assurer la sécurité contre les aléas économiques : le triomphe d'une pensée matérialiste au détriment du lien républicain et des valeurs humaines.

Quel devoir incombe-t-il donc à un Etat ? Est-ce à cet Etat qu'il revient de donner un emploi à chacun ? En fait, dans ce domaine, ses obligations ne se qualifient pas en ces termes. Il s'agit plutôt de créer les conditions économiques à l'emploi du plus grand nombre. Ce fut l'objectif des

réformes des 35h, de l'assurance chômage ou de la taxe professionnelle ; sans préjuger par ailleurs de la nature, de l'opportunité ou de l'efficacité réelle de ces lois. La politique de l'emploi est donc un ensemble de mesures techniques ou fiscales destinées à orienter et à peser sur l'activité économique et technique. Concrètement, nous pouvons dire que cela revient à prendre des décisions politiques : régler un problème économique par un projet politique. Au contraire, nous observons l'inverse autrement dit résoudre ce « comment vivre ensemble » s'appuie maintenant sur des projets économiques.

En fait, tout besoin est l'occasion d'une redéfinition en droit subjectif, aux dépens de droits objectifs et d'un idéal collectif. Accéder à la notion de citoyenneté, c'est affirmer une certaine conception de l'égalité. Or cet égalitarisme (égalité des conditions des citoyens, égalité des chances ou des opportunités) semble avoir perdu de sa portée universelle au sens où l'Etat intervient toujours mais très souvent au profit et à la demande de groupes particuliers, à tel point qu'il en finirait même par se perdre dans la résolution de conflits non pas de portée universelle et destinés à assurer l'égalité formelle des citoyens mais à régler une succession de cas individuels ou catégoriels. L'égalitarisme contemporain revient aujourd'hui à particulariser dans une « ethnicisation du projet politique fondateur de la citoyenneté » (son inscription dans une tradition identitaire) où priment l'individualisme et ses intérêts particuliers au détriment de la collectivité (Dominique Schnapper, 1994).

Cette mutation du droit, née en partie d'une volonté de mieux reconnaître les droits de l'individu a conduit à la multiplication de ses droits particuliers, fragilisant en contrepartie ses droits objectifs, qui se trouvent vidés de leur sens par des droits subjectifs qui ne les remplacent pas, opacifiant ainsi le fonctionnement social auquel on n'apporte à cette poussée individualiste qu'une solution en terme d'expertise, sorte de *deus ex machina* d'une inflation du droit à l'américaine et d'une judiciarisation de la vie sociale. Et l'on observe une décrédibilisation des grands systèmes de sens où par le passé les valeurs venaient puiser leur source, dévalorisation des institutions sociales et autre crise générale de la représentation. Aujourd'hui, les droits des individus priment même sur les institutions. Les instances sociales (Famille, Ecole, Eglise, Syndicats) par lesquelles était traditionnellement assurée l'intégration à la société apparaissent pour le moins affaiblies et souvent remises en question. En effet, s'installe une légitimité à en appeler à ses droits naturels, à ses convictions personnelles et à refuser l'autorité des institutions religieuses, politiques ou sociales, pour la soumettre à son propre jugement. Cette remise en cause des institutions s'est traduite par la succession de conflits sociaux, politiques ou religieux, qui dans le cas de la contestation sociale de mai 68, remettait en cause toute forme d'autorité, et revendiquait épanouissement personnel et jugement autonome de

l'individu.

Comment entretenir ou restaurer les liens sociaux dans des sociétés fondées sur la souveraineté de l'individu alors que la religion ne lie plus les hommes entre eux et que la citoyenneté ne constitue plus ni le principe de légitimité politique, ni la source du lien social ? Par un projet économique donc. Pour ce faire, cet appel à la citoyenneté moderne renvoie à un processus communicationnel, qui se réapproprie les valeurs de la citoyenneté classique pour les transformer progressivement en de simples arguments : une instrumentalisation des valeurs morales qui voit leur surexposition dans des shows où désormais « nous consommons de la générosité », touchés somme toute par la mise en spectacle du malheur d'autrui : actions humanitaires (concerts, émissions spéciales etc.) à la une des médias avec son lot de stars. Le problème c'est que ce sont les médias, véritables puissances moralisatrices, qui fixent les causes prioritaires, qui mobilisent, stimulent et orientent la générosité, d'une façon aussi large qu'éphémère. Le problème c'est que l'objectif, désormais avoué, est de sensibiliser en distrayant « le citoyen - téléspectateur ». La cause humanitaire est devenue un spectacle et surtout une fête ; mise en scène qui vise à déculpabiliser les consciences dans le divertissement et au final à officialiser la fin d'un culte du devoir et des valeurs qui découlaient de ce « tu dois » à savoir le renoncement, l'abnégation, le sacrifice, le don de soi et le désintéressement pur. Désormais point de renoncement. Au contraire un dévouement limité. On veut bien faire de la charité mais on rechigne à être solidaire. Les opérations caritatives ne se conçoivent autrement que comme l'exaltation de l'exploit et de la performance humaine : de vrais challenges à relever. Voici qui expliquerait l'engouement autour de ces émissions d'appels à la charité et aux dons altruistes pour les Restos du cœur, le Secours Populaire ou le Téléthon revenant périodiquement à la même époque. Chaque année, les Français sont plus généreux que les années précédentes. Ne voit-on pas les records de dons au Téléthon tomber ? Le 17ème Téléthon a fait mieux que le 16ème et ainsi de suite, gageons que les suivants sauront remplir leur bon office.

Dans une culture néo-individualiste, société « post-moraliste (Gilles Lipovetsky, 1992), cette éthique de la responsabilité cherche à concilier valeurs et intérêts, droits de l'individu et contraintes de la vie sociale, domaines économique et scientifique. Une éthique du juste milieu. En définitive, une éthique raisonnable, légère, ponctuelle, temporaire et indolore : la générosité, d'accord, à condition qu'elle soit facile, distante et sans renoncement majeur. Une éthique minimale réduite aux « consensus de base », autour de la vie, de la mort et du corps. Une éthique au degré 0 des valeurs. C'est pourquoi notre époque a besoin d'une réactivation du sens. Croire en quelque chose, l'instauration d'un tronc commun de valeurs humanistes et d'exigences morales minimales qui vont rendre possible une vie en commun axée autour du projet collectif du mieux vivre. Le bonheur est devenu un droit naturel de l'homme au même

titre que la liberté ou l'égalité. La recherche du plaisir a cessé d'être dévalorisée. Bien au contraire, cet épanouissement personnel du corps et de l'esprit s'inscrit dans une revendication accrue des désirs et droits individuels et subjectifs : une transformation progressive des devoirs en droits et valeurs individuelles, hédonistes mais surtout consummatrices. Car nous sommes passés d'une idéologie du devoir à une idéologie du bien-être, qui tente de nous convaincre que justement ce « bien-être » passe par notre mode de consommation, par exemple alimentaire : de VICHY CELESTINS « La beauté ? C'est le teint ! Mon teint ? Célestins ! » « Une richesse minérale exceptionnelle, source d'hydratation et de bien-être » aux « Céréales complètes ALL BRAN ... Riches en fibres et en magnésium ... » elles aussi « source de bien être » mais « un trésor » celui-là « intérieur ... Et en plus c'est bon », à « Cap bien être » de RICOIRE NESTLE ou comment allier « Forme et plaisir » avec un « calcium allié de notre santé » et des « ingrédients 100% naturels » pour « un Cocktail gourmand et une Alliance bienfaisante ». Enfin, ISIO 4 LESIEUR, « alimentation et santé au quotidien » nous propose une « huile essentielle pour le corps et l'esprit », des « Réflexes Bien-être ISIO 4 » pour apporter à votre corps « Vitamine D, Acide Gras Essentielles et Vitamine E »... la première « pour préserver votre capital osseux », les seconds « pour mieux profiter de la vie » et enfin la troisième pour « pour se protéger » sur les conseils avisés d'une diététicienne. De la même façon, CONTREX et son « eau active » sont passés d'une promesse de minceur « le contrat minceur » à une promesse de beauté. Ou plus exactement la publicité CONTREX est passée d'un discours de moyen à un discours de fin au sens où cette minceur n'est plus une finalité mais un moyen d'arriver à la beauté. Exit les années « contrainte », les années Véronique et Davina (stars de l'aérobic des années 80) où les femmes devaient souffrir pour être belles, la minceur doit désormais rimer avec joie et plaisir.

Dans quelle société vivons-nous ? Une société conservatrice, une société régulée par le droit, une société économique ou instrumentalisée ? C'est possible, c'est en tout cas le tableau peu flatteur dressé par Gilles Lipovetsky (1992). Mais avant tout il nous semble refléter des choix de société. La perspective de conséquences négatives pour l'homme et pour ses institutions sert de levier à la réactivation d'un principe éthique. C'est la réponse des sociétés à certaines peurs. Ces quelques mots sur la conception classique de la citoyenneté et son évolution actuelle nous permettent d'en venir progressivement à l'« entreprise citoyenne ». Par-là même, nous voulons oser le parallèle entre les enjeux de la modernisation de cette citoyenneté politique et ceux du rôle de l'entreprise de demain qui reviendrait à participer à leur mesure à l'élaboration d'une nouvelle forme de citoyenneté visant à intégrer les hommes et leur nouveau principe individualiste (d'un âge « post-moraliste » dicit Gilles Lipovetsky) dans une société où la participation à la collectivité ne se définit plus par une participation à la politique mais à l'activité

économique. En effet, les individus ne sont plus unis par un contrat de nature politique au sens où un projet citoyen a fini de se concevoir comme un dispositif de production et de redistribution des richesses au nom de valeurs communes, complétées ou compensées par des aspirations et des réglementations universelles. En quelque sorte, la légitimité de ce projet est désormais fondée sur une participation à la vie économique et sociale qui se voit confier l'objectif (comme on fixerait à un représentant des objectifs de vente trimestriels, semestriels ou annuels !) d'assurer à tous ses membres les conditions d'existence qui garantissent leur dignité. Finalement, cette entreprise « citoyenne » n'est-elle pas tout simplement l'expression d'un nouveau rapport au monde ? Ce que nous retenons de ce discours, c'est justement cet idéal à atteindre, que nous pouvons qualifier d'« utopique » au sens où il propose une fin à notre société. Et finalement si aujourd'hui il y a discussion sur cette utopie, ce n'est plus sur la validité de cette fin mais sur les moyens d'y parvenir.

L'ENTREPRISE CITOYENNE ENTRE FINS ET MOYENS

Une éthique comme marché du sens qui s'appuie sur des valeurs et des fins, l'exemple type devrait être celui de l'argument développement durable déroulé par les entreprises. Il est intéressant de noter que historiquement, ce sont les secteurs les plus pollués qui ont été les premiers à se préoccuper d'environnement, prenant des engagements verbaux ou institutionnels avec la création de fondations. Une démarche de rachat en somme. Il s'agissait au départ d'un discours très général avec une thématique telle que le respect de la vie, la sauvegarde de l'environnement, l'accès universel aux « biens publics mondiaux » (eau, santé, transports et éducation). Puis, s'est positionné à ses côtés un discours qui se voulait au plus près des préoccupations des gens et qui s'articulait autour d'actions concrètes. Une interrogation sur le sens de ses activités économiques égale. Comme l'éthique protestante avait pu offrir à l'entreprise un réservoir de valeurs et de règles pour produire rationnellement des richesses. Les fins et les valeurs offertes dans une communication éthique stratégique et commerciale peuvent-elles être référées (dire et faire) ou sont-elles seulement un moyen de réguler l'activité économique décrochée des fins et des buts qu'elle était supposée atteindre ? Le passage d'un développement durable comme moyen (axe de communication ou encore argument) au développement durable comme fin remet-il en cause la finalité première des entreprises, celle de faire des profits ? En fait, la difficulté du concept tient en ce que les stratégies en matière de développement durable ne sont pas compatibles avec le court terme. De plus, la plupart du temps, ce sont des situations de crise qui poussent les entreprises à modifier leurs comportements (une réorientation déontologique comme nouvel outil de gestion de crise ou de conflits, comme ce peut être le cas avec l'exemple de NIKE et des conditions de travail de ses sous-traitants dans certains pays asiatiques). D'abord, une

entreprise raisonne essentiellement en termes de positionnement, de cibles et d'attentes de ces mêmes cibles. Celles-ci ont des attentes différentes pour lesquelles l'entreprise émet des messages différents, adaptés à un instant T. Pour justifier d'un positionnement, l'entreprise va alors construire un discours audible aux dites cibles pour que celles-ci s'y reconnaissent comme interlocuteur privilégié de l'entreprise. Nous avons souligné combien cette adhésion aux discours passait par une adhésion aux valeurs. Il s'agit donc pour l'entreprise d'être en adéquation avec l'attente de ses cibles sous peine d'un « flop commercial » jusqu'à altérer son image. Souvenons-nous de la mésaventure de BIC avec son parfum jetable. Ce lancement fut un échec retentissant. En effet, l'image d'entreprise de BIC, une entreprise de produits jetables à bas prix et le concept de parfum jetable allaient à l'encontre de l'image « haut de gamme » accordée traditionnellement à un parfum. Quand nous achetons un produit, nous achetons avant tout une image. Et dans le cas du parfum BIC, ce produit n'était sans doute pas adapté à l'attente des cibles qui ne cherchent pas dans l'achat d'un parfum un produit à bas prix mais une image de luxe.

Mais plus encore, ce discours doit être compréhensible à tous, même au non destinataire du message. C'est pourquoi, en cas de rupture entre le produit et la campagne, le risque peut être que le public ne saisisse pas le rapport précisément entre le produit et la campagne. Pourtant une telle rupture entre le produit et le discours publicitaire est une technique publicitaire largement répandue. Nous avons l'exemple des publicités pour des produits aussi divers que les automobiles ou les assurances vie. Et ce qui interpelle dans ce type de discours, c'est qu'il obéit alors à une logique de désinformation voire d'in - formation au sens de rendre informe, d'empêcher toute formation sociale (Patrick Baudry, 2000). Ne plus dire ce que l'on vend mais utiliser cet espace pour mettre en image cette information, c'est prendre le risque de la vider de toute mise en sens. Cette mise en image sans mise en mot laisse en somme le récepteur libre de toute mise en sens (interprétation), n'écartant pas d'éventuelles non compréhensions, mécompréhensions voire des malentendus. Cette image - opinion, vide de sens, peut certes nous atteindre et susciter chez nous quelques « émotions » et autres « chocs », réactions d'adhésion ou de rejet mais en aucun cas cette image seule ne peut contribuer à un quelconque débat.

Disons encore qu'une entreprise fonctionne essentiellement sous la menace de privation de ressources au sens où celle-ci se trouve prise dans un réseau de relation, un environnement objectif et concurrentiel constitué d'opportunités ou de menaces, dont l'entreprise va tirer forces et/ou faiblesses, pour lui procurer ou lui supprimer des revenus. « L'éthique » peut-elle trouver sa place dans ce réseau de relation ? Oui clairement si elle peut lui procurer des revenus. Non si elle menace les revenus de l'entreprise à l'intérieur de son réseau de relation. Par exemple si son activité présente des risques de pollution

pour l'environnement, la détérioration de son image institutionnelle auprès de ses cibles peut engendrer une baisse supérieure à l'entretien d'une image. Non seulement elle connaîtra une baisse d'activité mais devra en plus allouer un budget supplémentaire non prévu initialement pour en quelques sorte « réparer » les dégâts. C'est pourquoi l'entreprise anticipe toute baisse de revenus par l'élaboration d'un discours et des actions que l'on peut certes qualifier d'éthique mais avant tout destiné à pérenniser ses profits. Ici, nous retrouvons l'expression d'une « heuristique de la peur » : la crainte et l'espérance comme moteur de responsabilité (Hans Jonas, 1979). Les chartes, les codes et les discours éthiques sont souvent édictés sous la menace de privation de ressources tels que le boycott ou la revalorisation d'une image institutionnelle dégradée. Notons que les hommes politiques agissent eux aussi selon la même théorie de privation de ressources : la menace de ne pas être réélus ! La mise aux normes qu'implique l'intégration des préoccupations sociales et environnementales à des stratégies d'entreprises a donc un coût. C'est également le cas de l'ensemble des techniques de communication mises en place en vue de faire connaître ses engagements. C'est pourquoi le développement durable comme argument passe forcément pour l'entreprise par le développement de stratégies pour créer de la valeur ajoutée, six effets « vertueux » listés pour nous par Utopies, « cabinet de conseil français exclusivement dédié depuis sa création en 1993 à la promotion du développement durable, à travers des activités de recherche, d'information et de conseil aux entreprises » : anticipation des contraintes et des risques, réduction des coûts liés à la consommation de ressources ou à la production de déchets, innovation, avantage concurrentiel par la différenciation des produits mis sur le marché et amélioration de l'image de marque. Selon une enquête publiée dès le 19 novembre 2003 par l'Observatoire des PME, il apparaissait que si plus de 80% des dirigeants adoptaient des mesures de protection de l'environnement pour « améliorer l'image de l'entreprise », ils étaient aussi 40.6% à vouloir en « tirer un avantage concurrentiel » et 35.7% percevaient ces mesures comme un moyen « d'accroître la rentabilité de l'entreprise ». Dans tous les cas, les coûts liés à la prise en compte de l'environnement seraient plus que compensés par les économies d'énergie, de consommation d'eau et de produits chimiques. De plus, l'entreprise pourrait donc tirer des bénéfices objectifs de ses engagements qu'il s'agisse d'avantages concrets et mesurables sur le plan comptable tels que les avantages fiscaux, sa conformité avec la loi, l'augmentation de ses ventes ou la valorisation de son image de marque.

Au final, cette vision de l'entreprise revient à dire que « l'entreprise citoyenne » n'existe pas sauf dans l'image construite que peuvent en avoir les clients ou les cibles de l'entreprise, que cette « image citoyenne », c'est à l'entreprise de la créer, de la fixer et de l'entretenir. Comment le fait-elle ? Par le biais de techniques de communication. Sur quels thèmes ? Des valeurs et

consensus de base issus de nos modèles politiques. L'entreprise socialement responsable se révèle alors être un choix de positionnement dont le but est au mieux de valoriser une image grâce à une participation sociale voire au pire de trouver une réponse déontologique à un conflit interne ou externe. Autrement dit, l'entreprise se contente d'un rôle de simple miroir de la société, en ne dénonçant que des faits répréhensibles moralement ou appréhendés comme tels par l'opinion publique. Dans cette optique, les entreprises se contentent mais plus encore ont intérêt à proposer un discours basé sur les consensus dont elles sont sûres qu'ils ne causeront pas de « levée de boucliers » de la part de leurs clients et opinion publique. En ce sens, le discours des campagnes BENETTON, qui, dans un premier temps, reprenait des thèmes universels comme le racisme, la fraternité, la différence, guerre et paix, la protection de l'environnement ou le sida était porteur de valeurs et de principes fédérateurs : la démocratie, la fraternité et l'égalité. Puis il y eut l'homosexualité, les handicapés mentaux et la peine de mort... des thèmes, pour leur part, beaucoup moins consensuels. Avec en point d'orgue l'échec de la campagne contre la peine de mort aux Etats-Unis, tout en sachant que beaucoup d'Etats américains à l'époque mais encore aujourd'hui restent majoritairement en faveur de son application.

Pour conclure, répondons à une dernière question. De l'instrumentalisation, certes, pour autant, peut-on arguer à la manipulation ? Acquiescer donnerait raison à ces discours qui nous enjoignent à pacifier notre espace de parole, afin de préserver une certaine argumentation originelle « pure » qualifiée de plus « sincère » voire de plus « loyale ». Probablement de celle qui est au centre de nos démocraties, au centre de notre vie sociale, culturelle et politique depuis la Grèce et son agora. Dans cet espace politique où les hommes demeurent égaux, un « rapport au convaincre » a pris corps, annonçant les prémisses d'une parole synonyme de lien social. Une position d'énonciation telle que la concevra par la suite John Langshaw Austin. Un modèle de société réclamant une nécessaire symétrie de la parole (égalité, liberté et cohérence à l'intérieur d'un espace) pour contrer toute violence physique. Le procédé manipulatoire caractérise alors une détermination, hors logique argumentative, à annihiler toutes résistances aux messages émis ; la parole « manipulée » se révélant toujours une violence envers celui sur lequel elle s'exerce, tel ce « viol des consciences » ou encore « viol des foules » dont nous parle Philippe Breton (1997). Mais ce serait oublier que l'argumentation n'a nul besoin d'être protégée, dans la mesure où elle dispose depuis lors de principes aptes à rivaliser avec ce procédé appelé communément « manipulation ». Il apparaît d'ailleurs que personne n'a jamais protégé quelqu'un en l'isolant ni en l'assistant mais plutôt en lui restituant une liberté de parole à savoir une liberté d'expression et de réception, mais surtout en lui apprenant à s'en servir. Ce qui revient à répéter que le véritable danger commence dès l'instant où les cibles perdent (ou qu'on leur fait perdre) toute capacité de critique

à l'égard des discours qui accompagnent ces nouveaux concepts empreints d'éthique comme peuvent l'être ceux de citoyenneté ou de développement durable. En ce sens, les discours scientifiques, économiques, politiques, mais aussi celui de l'entreprise à propos du développement durable et d'autres concepts qui touchent à l'éthique doivent forcément être mis en cohérence pour être crédibles auprès du public. Une analyse de tels arguments à la lumière d'un « plaider hors de la cause » cher à Aristote par exemple ne serait d'ailleurs pas inintéressant. Dès lors la succession d'arguments « éthiques », telle une idée chassant l'autre, finissant par entraîner la première dans l'oubli, en français on appelle cela l'art de « passer du coq à l'âne », est de moins en moins possible autrement dit de moins en moins rentable. Un beau visuel, de belles et nobles paroles ne suffisent pas. Le risque de manipulation en sort atténué ; car si le consommateur consent, le citoyen lui n'est plus dupe.

BIBLIOGRAPHIE

- AUSTIN John Langshaw, Quand dire c'est faire, Paris : Seuil, coll. L'ordre Philosophique, 1970 (1962 pour l'édition originale), 183 pages
- BAUDRY Patrick, L'image - opinion, in Le Passant, n°28, mars-avril 2000.
- BADIOU Alain, L'Éthique. Essai sur la conscience du mal, Paris : Hatier, 1993, 79 pages
- BRETON Philippe, La parole manipulée, Paris : La Découverte, coll. La Découverte-poche. Essais, n°88, 2000 (1997 pour l'édition originale), 220 pages
- BRETON Philippe, L'argumentation dans la communication, Paris : La Découverte, coll. Repères, 2001 (1996 pour l'édition originale), 120 pages
- GELINIER Octave, Développement durable : pour une entreprise compétitive et responsable, Issy-les-Moulineaux : ESF, Collection Essais de la CEGOS, 157 pages
- ETCHEGOYEN Alain, La valse des éthiques, Paris : François Bourin, 1991, 224 pages
- ETCHEGOYEN Alain, Les entreprises ont-elles une âme ?, Paris : François Bourin, 1990, 292 pages
- HEBERT Nicole, L'entreprise et son image, Paris : Dunod, 1987, 205 pages
- IGALENS Jacques, Tous responsables, Paris : Editions d'Organisation, mars 2004, 572 pages
- KAPFERER Jean-Noël, Les marques : capital de l'entreprise, Paris : Les Editions d'Organisation, 1991, 574 pages
- JONAS Hans, Le principe responsabilité, Paris : Cerf, coll. Passages, 1979, 336 pages
- LAVILLE Elisabeth, L'entreprise verte : le développement durable change l'entreprise pour changer le monde, Paris : Village Mondial, 2002, 320 pages
- LIPOVETSKY Gilles, Le crépuscule du devoir - L'éthique indolore des nouveaux temps démocratiques, Paris : Gallimard, coll. NRF essais, 1992, 292 pages
- SALMON Anne, Éthique et ordre économique : une entreprise de séduction, Paris : CNRS Sociologie, 2002, 203 pages

SAUVE Mathieu-Robert, l'éthique et le fric, Montréal : VLB éditeur, 2000, 331 pages

SCHNAPPER Dominique, la Démocratie providentielle, Essai sur l'égalité contemporaine, Paris : Gallimard, coll. NRF Essais, 2002

SCHNAPPER Dominique (avec la collaboration de Christian BACHELIER), Qu'est-ce que la citoyenneté ? , Paris : Gallimard, coll. Folio Actuel, 2000, 320 pages

SCHNAPPER Dominique, La communauté des citoyens. Sur l'idée moderne de nation, Paris : Gallimard, coll. NRF essais, 1994, 228 pages

Agenda

- Colloque « E-prospectives et territoires de la connaissances », 5 au 7 octobre 2006, Albi

« Les Journées de THOT », un colloque pour mieux comprendre et partager les enjeux du numérique, son titre « E-prospectives et territoires de la connaissance »

Quelles sont les mutations que les services et les technologies numériques opèrent dans le domaine de la formation et des apprentissages ? Comment allons nous organiser nos espaces de vie et de travail dans ce contexte d'une numérisation généralisée ?

Chercheurs, responsables d'entreprise et d'organismes de formation, étudiants, formateurs, acteurs des collectivités territoriales, nous sommes tous concernés. Pour aborder et approfondir ces questions, le Colloque « E-prospectives et territoires de la connaissance », est prêt à vous accueillir.

Ce Colloque se déroule les 5, 6, 7 octobre 2006 au Centre Universitaire Champollion d'Albi (France), dans la « Maison de Thot », nouvel espace multimédia du Centre universitaire. L'inscription en ligne se fait à partir du site du Colloque <http://thot.univ-jfc.fr> (Droit d'inscription 60 € (repas compris), gratuit pour les étudiants jusqu'en maîtrise).

Les 9 ateliers, les conférences, tables rondes et espaces de présentation, vous permettront de croiser les points de vue et de participer à la réflexion sur le développement des logiques numériques et ses conséquences dans le domaine de la formation.

L'Ecole des Mines d'Albi, l'Université Paul Sabatier de Toulouse, le Centre Universitaire Champollion et l'ERT34 de l'Ufm Midi-Pyrénées, se sont associés pour organiser un colloque ouvert et prospectif. Une quinzaine de partenaires privés et publics contribue à sa mise en œuvre et à son déroulement.

Contact : thot@univ-jfc.fr

- « Entre formation initiale et activité professionnelle : comment apprend-on à commander, encadrer ou manager ? », 6 octobre 2006, Coëtquidan à Guer

Dans la formation des cadres d'entreprises ou d'institutions publiques, le diplôme constitue le premier attribut de légitimation d'une autorité. Mais les diplômes délivrés par les grandes écoles ou les universités viennent essentiellement couronner des réussites académiques et garantir la maîtrise d'un ensemble de savoirs scientifiques. Ils ne garantissent que de manière floue la maîtrise des « savoirs d'action » nécessaires à l'exercice de l'autorité. Dans les contextes d'internationalisation, de recomposition des cadres de légitimation de l'action (comme l'armée, l'entreprise, la nation), et de mutation des formes de professionnalité, la maîtrise de ces « savoirs d'action » managériaux est une demande de plus en plus forte. Cette pression s'exerce sur les institutions de formation, qui se doivent de résoudre les problèmes posés par l'identification des savoir-faire à enseigner et le choix des dispositifs pédagogiques adaptés.

Programme de la journée thématique :

De 10 h à 17 h au Centre de recherche des écoles de Coëtquidan, sur le site de Coëtquidan à Guer (56).
Déroulement des présentations :

- Accueil par le général commandant les écoles de Coëtquidan ou son représentant
- Présentation du réseau et de la journée par Frederik Mispelblom-Beyer, Denis Lemaître et Axel Augé
- Communications :
 - Denis Lemaître (ENSIETA, Brest), « formation à l'encadrement et organisation du curriculum pour les ingénieurs, managers et officiers en France »
 - Jose Rodrigues dos Santos (Academia Militar, Lisboa), « la place des sciences sociales dans la formation des officiers, symptôme de la (in)visibilité des compétences sociales ? »
 - Colonel Mira Vaz (Academia Militar, Lisboa), « la place des compétences sociales en contexte opérationnel (combat et non combat), une expérience de trente ans de profession militaire (et dix ans de guerre) »
- Pause déjeuner au Cercle de Lattre
- Communications :
 - Professeur Alain Jeannel (université Victor Segalen, Bordeaux 2), « analyse comparative des formations des cadres intermédiaires »
 - Mario Piromalli (Mac Donald's), « Le management des hommes en entreprise »
 - Axel Augé (CREC, Saint-Cyr Coëtquidan), « La formation initiale des officiers : dispositif institutionnel, dispositions individuelles et savoirs d'action militaire »
 - Clôture de la journée par le directeur général de l'enseignement et de la recherche des écoles de Coëtquidan

Contact : augeaxel@yahoo.fr

- « Communication et politique : les phénomènes Royal et Sarkozy », 12 octobre 2006, Librairie Tekhnê

La librairie de la communication, "Tekhnê", l'UJJEF et le Bureau des Elèves du Celsa proposent de participer à une table-ronde sur le thème « Communication et politique : les phénomènes Royal et Sarkozy ». Autour du livre de Claire Artufel et Marlène Duroux, «Nicolas Sarkozy et la communication» Préface de Jacques Gerstlé (Editions Pepper, 2006).

Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal : deux visages d'une même tête ? Selon les opinions, leur communication est considérée comme brillante, professionnelle, ou démagogique, voire populiste. Mais peut-on aller au-delà de ces jugements tranchés et se risquer à une analyse rigoureuse du sujet ? C'est le défi que vont relever pour vous nos intervenants au cours de cette table-ronde. Le jeudi 12 octobre 2006, à 18h30 à la Librairie Tekhnê (7, rue des Carmes 75005 Paris).

En présence de : Claire Artufel (consultante spécialisée en communication institutionnelle publique et en études d'opinion), Marlène Duroux (journaliste à France 3 et pour la presse écrite ; elle dirige aujourd'hui les Editions des Guides Métrophone) et Jacques Gerstlé (professeur au Département de science politique de l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne). Le débat sera animé par Jean Gayet (professeur associé au Celsa). Cette table-ronde est également organisée par l'UJJEF- Communication et Entreprise

Tél. librairie Tekhnê : 01 43 54 70 84 / Courriel : tek@club-internet.fr. Contact : Marie-Laure Raynaud

- « Revues de sciences humaines au temps d'internet : quelles promesses ? quelles menaces ? », Paris, 14 octobre de 17 à 18h30

Les revues de sciences humaines ont compris depuis longtemps quel profit elles pouvaient tirer d'internet, pour leur rayonnement international comme pour leur diffusion. Développant leur propre site, numérisant leur collection ancienne, rejoignant différents portails - avec le rôle décisif de revues.org-, elles n'ont pas craint la modernité. Aujourd'hui pourtant elles s'interrogent : le numérique est-il leur ultime horizon ? Est-ce à terme la disparition de leur forme imprimée ? N'est-ce pas la spécificité même du travail de la revue qui sera ainsi mis à mal ? Quelles sont les

contraintes et limites (économique, légale, organisation éditoriale) de cette nouvelle « donne » informatique ? Quelles politiques de soutien et d'accompagnement sauront mettre en luvre les institutions qui les financent ? Au fil de ces questions en même temps, ce débat aussi l'occasion d'une affirmation collective : les revues sont et resteront dans et par leur diversité le moteur essentiel de la recherche.

Le débat aura lieu le samedi 14 octobre de 17 à 18h30 à l'Espace des Blancs-Manteaux (48, rue Vieille du Temple-75004)

Modération : Eric Brian (Revue de Synthèse) Intervenants : Sophie Barluet (CNL), Rolande Borrelly (Economies et sociétés et Economie appliquée), Jérôme Bourdieu (Actes de la Recherche en Sciences Sociales), Jean-Yves Boursier (Socio-Anthropologie), Marin Dacos (revues.org), François Gèze (éditions La Découverte), André Gunthert (Etudes photographiques), Franck Laloë (CNRS), Marie-Madeleine Usselman (Mappemonde).

- Global internet Governance Academic Network Conference, 29 october 2006, Athens (Greece)

La première conférence annuelle du Réseau académique sur la gouvernance globale de l'Internet (Global Internet Governance Academic Network – GigaNet) aura lieu à Athènes (Grèce) le 29 octobre 2006 avant la réunion inaugurale du forum sur la Gouvernance de l'Internet (Internet Governance Forum – IGF) constitué à l'issue du Sommet mondial sur la société de l'information.

The Global Internet Governance Academic Network (GigaNet) is an emerging scholarly community initiated in Spring 2006.

Its four principal objectives are to :

- support the establishment of a global cohort of scholars specializing on Internet governance issues ;
- promote the development of Internet governance as a recognized, interdisciplinary field of study ;
- advance theoretical and applied research on Internet governance, broadly defined ;
- and facilitate informed dialogue on policy issues and related matters between scholars and Internet governance stakeholders (governments, international organizations, the private sector, and civil society).

In this context, the GigaNet plans to organize conferences to be held on site prior to the annual meetings of the new Internet Governance Forum (IGF).

The first such conference will be held on 29 October 2006 in Athens, Greece prior to the inaugural IGF meeting www.igfgreece2006.gr.

The final program, when available, will be posted on the IGF website and on the websites of relevant academic organizations.

Attendance at the conference will be free of charge and open to all registered IGF participants.

Contact : info@internetgovernance.org

More information : <http://internetgovernance.org/event>

**- Colloque « Démocratie participative en Europe »,
15-17 novembre 2006, Toulouse**

Dans l'espace de l'Union Européenne élargie, les institutions s'engagent de plus en plus clairement à maintenir un dialogue ouvert et régulier avec la société civile au travers de ses structures représentatives. Cet engagement s'inscrit dans un contexte social et politique prédisposé à s'approprier, à innover et à multiplier les moyens normatifs et fonctionnels proposés aux citoyens pour faire connaître et échanger publiquement leurs opinions sur tous les domaines d'action collective. Pourtant, en ce moment, l'Union Européenne, malgré la multiplication des textes normatifs promouvant son engagement institutionnel pour la démocratie participative, semble plus que jamais éloignée des citoyens, comme l'illustre d'ailleurs le taux de participation aux dernières élections parlementaires de 2004. Le rapport entre la démocratie participative inscrite plutôt dans l'immédiat de la proximité citoyenne et le fonctionnement médiat et étalé des instances européennes reste un exercice difficile et problématique.

Il s'agit ici d'approcher, de mettre en évidence, d'interroger et d'explicitier dans une perspective communicationnelle le "principe de démocratie participative". Les questions soulevées par ce "principe de démocratie participative" sont nombreuses. En effet, quelle serait la composition des instances participantes aux processus décisionnels européens et quelles implications en découleraient quant à la gestion des projets publics à l'échelle locale ? De même, comment appréhender l'interaction entre pouvoir politique et société civile dans le processus de décision, ainsi que le degré de prise en compte de la participation citoyenne par les élus européens ? En quoi les incidences des changements structurels territoriaux - élargissement de l'Union, décentralisation, etc. - peuvent-ils conduire à une répartition différente des rôles entre pouvoir politique, organes administratifs, services marchands, organisations non gouvernementales ?

Cette perspective résolument interdisciplinaire s'attache :

a) d'abord à rassembler les analyses concernant les lieux, les moyens, les enjeux, les limites, etc. dont les contours réunis en tant que formes de communication donnent corps actuellement à la démocratie participative européenne ;

b) ensuite, par la mise en exergue d'expériences diverses et de conditions spécifiques d'exercice du pouvoir, elle s'efforce de rendre compte des recherches portant sur la manière dont le sens du "principe de démocratie participative" se construit et sur le processus de son appropriation dans l'espace européen par des contributions politiques, sociales ou culturelles hétéroclites assujetties et/ou enrichies *ad hoc* selon la déclinaison nationale, régionale et locale de l'agir démocratique ;

c) enfin, cette perspective vise à croiser les études sur les pratiques et les dispositifs de communication propres à la démocratie participative correspondant à trois groupes de pays : des membres historiques de l'Union Européenne (Allemagne, Belgique, France, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, mais aussi Danemark, Royaume-Uni, Irlande, Grèce, Espagne, Portugal, etc.), des Etats ayant intégré l'Union Européenne tout récemment (Chypre, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Malte, Pologne, République tchèque, Slovaquie et Slovénie), et des pays candidats à une adhésion en 2007 (Bulgarie et Roumanie).

Resp. scientifique : Stefan BRATOSIN

Resp. organisation : Catherine GHOSN, Jean-Thierry JULIA

Renseignements complémentaires : <http://www.lerass.iut-tlse3.fr/democratie2006/>

Contact : lerass.democratie2006@iut-tlse3.fr

**- « Risquer la communication », Le 18ème Forum de
la communication publique, Le Vinci - Palais des
congrès, Tours, les 29 et 30 novembre 2006**

Dans un contexte de crise du politique, de bruit médiatique permanent, risquer la communication c'est réaffirmer sa dimension stratégique dans l'action publique, la conduite de projets, la relation aux citoyens, l'accessibilité des services... C'est revenir aux sens premiers - rendre commun et entrer en contact avec - d'un terme trop souvent dévoyé, d'un concept par trop instrumentalisé. Risquer la communication c'est oser dire que la communication est un service d'intérêt général, qu'elle n'est pas synonyme de gaspillage de l'argent public, que les excès de quelques cigales ne détruisent pas les travaux de multiples fourmis. C'est replacer la communication, en en maîtrisant et assumant les risques, au coeur même de l'exercice de la démocratie. Risquer la communication c'est aussi redonner du sens aux mots et aux outils, oser la créativité et l'innovation, assumer les sujets difficiles lorsque le silence est plus assourdissant que la parole, savoir dire oui, savoir dire non... Risquer la communication c'est enfin affirmer une compétence, une fonction, une conviction, c'est assumer la réalité d'un métier pour lequel l'urgence est un temps commun, l'incertitude la seule certitude... c'est avoir l'audace de son enthousiasme.

Le rendez-vous annuel de la communication publique : 750 participants en 2005. Une culture partagée de la communication de service public, un lieu de rencontres et

d'échanges pour les professionnels de la communication publique et territoriale, Un espace de mutualisation de pratiques et d'expériences

3 conférences plénières, 1 débat, 4 parcours, 4 carrefours, 12 ateliers, plus de 80 intervenants

Remise du 18e Grand Prix de la communication publique et du 8e Prix de la presse territoriale

Tarifs spéciaux Étudiants : 50 € HT

Universitaires : 200 € HT

RENSEIGNEMENTS 04 72 65 64 99

contact@cap-com.org

Inscription WWW.CAP-COM.ORG

- « *Culture, communication et globalisation* », *Colloque international Brazzaville-Kinshasa, 16 au 20 avril 2007*

Quelles sont les dynamiques de globalisation, ou de participation à la globalisation, qui se mettent en place, avec l'internationalisation accrue des flux de communication et, dans quelle mesure les potentiels culturels jadis gouvernés par des territoires de souveraineté géographiquement délimités, résistent ou adhèrent aux déterminismes ambiants de l'universalité? C'est en substance, l'interrogation principale autour de laquelle vont se structurer les communications au colloque de Brazzaville-Kinshasa.

Organisateurs :

- Université Marien Ngouabi de Brazzaville, Congo
- Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC) de Kinshasa, R.D. Congo
- CERIME, Université Robert Schuman de Strasbourg, France

Contact : alain.kiyindou@urs.ustrasbg.fr

- *Université Afcï, programme 2006/07, Paris*

Depuis sa fondation en 1989, l'Afcï contribue à renforcer la place de la communication dans les organisations et à faire évoluer la fonction. Créée en 1999, l'Université Afcï de la communication interne a pour vocation d'organiser des formations sur les méthodes et pratiques générales de la communication interne.

Lors des universités ce sont les adhérents, praticiens et experts de la communication interne qui témoignent et partagent autour des pratiques de communication interne.

Quatre sessions sont organisées dans l'année.

Programme Universités 2006 / 2007

- 2 journées de témoignages d'entreprises et de méthodes

- 1 journée d'atelier pour approfondir un thème

- Comment impliquer les managers dans la communication interne ?, Les 10, 11, 12 octobre 2006 à Paris 8ème. L'université sera animée par Laurence Hurstel, déléguée générale de l'Afcï. Témoignages et cas pratiques de Antigone Communication, Blédina, i&e Consultants, Inergie, JCDecaux, Longueur d'Onde, Michelin, Pierre Labasse Consultant, Safran, ST Microelectronics.

- Nouveaux outils... et vieilles ficelles ! Les 14, 15, 16 novembre 2006 à Paris 8ème. L'université sera animée par Michel Germain, directeur d'Arctus et professeur associé à Paris

IV. Témoignages et cas pratiques de Arctus, A Conseil, Bouygues Telecom, Calyon, Conseil Général de la Moselle, Inergie, Pierre Labasse Consultant, RATP, Renault Trucks, Occurrence, Onéra, Saint-Gobain, Stéria, Tulipes&Cie.

- Les clés de la communication interne, Les 23, 24, 25 janvier 2007

- L'organisation en changement : rôle et impact de la communication interne, Les 20, 21, 22 mars 2007

<http://www.afci.asso.fr/>

Tél : 01 41 09 05 25 - Fax : 01 41 09 05 06

Compte rendu

- *Colloque « Pratiques et usages organisationnels des sciences et technologies de l'information et de la communication », du 7 au 9 septembre 2006, Rennes*
Par Béatrice Vacher

Le colloque a réuni près de quatre-vingt chercheurs en sciences de l'information et de la communication et une vingtaine de professionnels en entreprise. Il a été introduit par les organisateurs, Christian Le Moëne et Catherine Loneux qui nous présentent les différentes contributions scientifiques au colloque selon six approches de la communication organisationnelle : (1) anthropologique, (2) imaginaire, (3) par le processus organisationnel, (4) selon la relation chercheur / entreprise, (5) critique du déterminisme, (6) par l'apprentissage individuel.

Les contributions professionnelles ont abordé la communication en situation de crise, les enjeux des TIC et de la conception pour l'organisation communicante.

Quatre séances plénières ont encadré deux tables rondes professionnelles et huit ateliers en parallèle. Les séances plénières ainsi que les ateliers étaient organisés respectivement autour des axes (1) « Pratiques émergentes : entre utopie et mise en œuvre », (2) « Evolution de l'instrument technique au dispositif de régulation organisationnelle », (3) « Impact sur le travail » et (4) « Nouvelles problématisations ».

Les points communs que l'on peut relever sont une tentative fructueuse de relier les interactions au travail avec les contextes organisationnels en prenant en compte le rôle que jouent les objets (documentaires, techniques) et le langage (quotidien, règles, normes). Les théories interactionnistes sont ainsi mobilisées avec celles de l'action située, de la cognition distribuée ou de l'activité en complémentarité des théories de la structuration, de l'action organisée et de la gestion de projet pour rendre compte des évolutions concomitantes des technologies et des organisations. On remarquera un intérêt pour la référence à la philosophie chinoise (notamment à travers les travaux de François Jullien) qui permet de nuancer, voire de s'écarter des points de vue déterministes des théories positivistes. Une mise en perspective historique des évolutions contemporaines est également de plus en plus souvent effectuée.

Quelques débats persistent encore autour des questions d'impact : qui de la technologie ou de la société favorisent les évolutions que l'on peut observer, notamment une injonction à la coopération plus ou moins bien vécue par les protagonistes en organisation ? Certes, les technologies favorisent une pratique en réseau et les contraintes de l'organisation sans frontière la réclame également. En revanche les contraintes économiques et sociales font de l'individu un employé « jetable » qui n'a pas le temps de construire une relation de coopération avec d'autres, relation qui nécessite un temps d'interaction long. De plus, les évolutions des organisations et des technologies poussent aux changements réglementaires sans que la construction de sens correspondante ait le temps de se forger pour assurer des pratiques cohérentes. Tout ceci explique en partie le constat souvent fait du paradoxe des nouvelles formes organisationnelles, de la place de plus en plus visible du « bricolage », des ambiguïtés de l'appropriation pour passer d'un usage à une pratique et d'un sentiment diffus de crise. Ce phénomène renvoie à l'intégration sociétal de la problématique des TIC en contexte organisationnel.

Arlette Bouzon nous rappelle les notions, aujourd'hui centrales dans la société occidentale, de crise et de risque : crise signifie décision. Une crise est un moment d'indécision, en bien ou en mal et marque le passage d'un environnement turbulent à un environnement incertain. La crise est souvent une crise d'information (alertes scientifiques, constitution de groupes de pression, identification de coupables, punitions exemplaires puis procès pour condamner les dénonciateurs). Alors que les ouvrages et les formations se multiplient pour gérer les crises, la connaissance et la gestion de ces dernières ne s'améliorent pas. Le schéma classique persiste : mépris suivi de déclarations maladroites, coupables, punitions, etc. Un recul est nécessaire : dans une société que l'on dit de l'information, accepter que le « risque zéro » n'existe pas est impossible. Les citoyens partagent le sentiment diffus de non maîtrise industrielle ce qui altère la confiance et augmente la suspicion envers les experts et dirigeants de nos sociétés. De plus, le risque a une définition ambiguë : à la fois gravité sur les conséquences d'un événement redouté (qui peut s'évaluer) et probabilité d'occurrence de cet

événement (il n'y a donc pas de certitude). Ce qui importe n'est donc pas la maîtrise du risque, comme cela est souvent énoncé, mais la maîtrise de la perception du risque : il y a une nuance entre le risque acceptable et supportable. Accepter une part de risque nécessite un apprentissage, une reconnaissance que le progrès ne fonctionne que par prise de risque. Faut-il légiférer (exemple du principe de précaution), parler, se taire ? Ce qui renvoie à une question fondamentale : le monde peut-il supporter de vivre dans une totale transparence (la traçabilité parfaite par exemple) ou doit-il accepter une part d'opacité ?

Un grand merci au comité d'organisation, chapoté par Sophie Rapnouil, pour sa présence toujours efficace et souriante

- *Colloque International sur « Technologies de l'information et de la communication (TIC), actifs d'apprentissage et nouveaux modèles dans les organisations », 23 juin 2006, Nice*
Par Saida Habbab

L'IPAG et l'IAE de Nice ont organisé un colloque sur le thème « technologies de l'information et de la communication (TIC), actifs d'apprentissage et nouveaux modèles dans les organisations ».

Ce colloque est articulé sur trois axes : 1) la gestion des connaissances et TIC (messageries, systèmes d'information, serveurs communautaires, outils numériques, etc.) ; 2) gestion des connaissances et nouvelles formes organisationnelles (communautés de pratiques, communautés virtuelles, réseaux, clusters, etc.) ; 3) gestion des connaissances et nouveaux modèles dynamiques (e-business, CRM, m-commerce, ERP, etc.).

Le colloque a débuté par une table ronde animée par Amr Shaker, regroupant des professionnels autour des thèmes suivants : 1) « The impact of mobile technology in the organization » intervenant Robert NICKERSON, Université San Francisco ; 2) « NTIC, entreprises et région : développement et transformation des entreprises avec les TIC », intervenant Jacques GROS, IBM ; 3) « Les centrales d'achat internationales créatrices d'une communauté de pratiques », intervenant Serge LACRAMPE, DDS Logistics/IPAG. Cette table ronde a exposé les tensions, les enjeux et les difficultés dans le domaine de la gestion des connaissances.

Ensuite, trois ateliers en session parallèle ont démarré le matin et se sont poursuivis l'après-midi. Ces ateliers ont été articulés autour de différentes perspectives : la perspective informatique (le lien entre gestion des connaissances et systèmes d'information) ; 2) la perspective socio-économique (la gestion des connaissances et la logique

managériale, stratégique, ...); 3) la perspective socio-organisationnelle (le lien entre gestion des connaissances et nouvelles formes organisationnelles).

Rassemblant des chercheurs internationaux, ce colloque a abordé les enjeux de partage des connaissances et d'apprentissage et la différence entre knowledge et knowing. Les interventions étaient riches et variées, les débats fructueux et les apports intéressants. Les discussions se sont poursuivies dans les couloirs et pendant le repas. L'atelier « Gestion des connaissances et Nouvelles formes organisationnelles » a eu une attention particulière de la part des organisateurs. Certaines communications vont avoir une publication spéciale dans la revue *Gestion2000* qui a accepté de publier un numéro spécial sur les communautés de pratique et la gestion des connaissances.

Org&Co

- Compte-rendu de la réunion Org&Co du 7 septembre 2006

Par Arlette Bouzon

Comme convenu précédemment, les nombreux membres d'Org&Co, dont le président de la SFSIC Gino Gramaccia, présents au colloque de Rennes se sont retrouvés pour évoquer et traiter un certain nombre de questions.

- Présentation du bilan des travaux du groupe Org&co.

Le site orgnet.fr (ou orgnet.info) est actuellement opérationnel. Il reste encore quelques informations à entrer, qui devraient être mises en ligne prochainement. Toutes les suggestions sont les bienvenues pour l'alimenter et le faire vivre...

A la suite de la demande de certains adhérents, le bulletin de liaison comprendra à l'avenir un peu moins de pages. Il avait en effet atteint plus de 40 pages l'an dernier. Les membres présents souhaitent maintenir la présence d'articles soumis en débat à l'avenir

L'ouvrage « La communication organisationnelle en débat : champs, concepts, perspectives », regroupant les articles soumis au débat dans le présent bulletin durant la période 2003-2005 a été publié par les éditions L'Harmattan, dans la collection « communication des organisations » (responsable Hugues Hotier). Une douzaine d'articles scientifiques portant sur les recherches en communication organisationnelle ont ainsi été évalués, retenus, quelquefois revus, mis en page et publiés. L'ouvrage a pu être présenté en avant-première.

Compte tenu du succès des journées de mai 2005, portant sur « méthodes et méthodologies », le groupe organise une prochaine rencontre sur ce thème en janvier 2007 également

sur deux jours, sur la base de l'appel à communications déjà lancé (cf. appel dans le présent bulletin). La date d'envoi des propositions des contributions est fixée au 24 novembre. Le CELSA nous ayant proposé une salle, nous aurons le plaisir de nous retrouver dans leurs locaux, à Neuilly/Seine (Métro Pont de Levallois). Qu'il soit ici remercié. Nous sommes en train de travailler à un programme permettant, outre les débats sur les méthodes et la présentation des contributions, de faire un point sur les projets en cours. Nous envisageons d'inviter notamment des représentants de l'AFCI pour faire un bilan de l'observatoire de la communication interne (cf bulletin 1 et 3)

- Perspectives des travaux du groupe.

> *Colloque en communication organisationnelle à Bucarest*
Un colloque sur la communication organisationnelle aura lieu fin mai/début juin à Bucarest où nous pourrions retrouver nos collègues roumains. Ces derniers, qui ont pris l'initiative de cette manifestation, nous invitent en effet à y participer afin de nourrir le débat épistémologique dans une perspective internationale. Chaque contribution pourrait porter sur l'état de la recherche du pays concerné, ou l'un de ses aspects, en développant les problématiques, méthodologies et/ou principaux résultats obtenus ; l'objectif étant de susciter une réflexion sur les pratiques scientifiques existant dans chacun des pays représentés. Nous pourrions ainsi confronter les travaux de « public relations » aux nôtres.

L'appel à contributions, actuellement en cours d'élaboration, vous sera communiqué dès que possible.

Les meilleures contributions retenues donneront lieu à un ouvrage.

> *Congrès IAERI, 2007*

Le prochain colloque IAERI (27^{ème}) aura lieu du 23 au 28 juillet 2007, à Paris. Le thème de la conférence sera prochainement défini.

Quelques chercheurs du groupe se sont d'ores et déjà montrés intéressés par renouveler l'expérience de 2004 (table ronde sur « la communication des organisations et les TICs ») qui avait donné lieu à un ouvrage chez Octares, en 2005.

En conséquence, les membres du groupe Org&Co qui souhaiteraient constituer une table ronde similaire à celle de Barcelone (2002), et Porto Alegre (2004), sont priés de se faire connaître et de proposer un projet de thème scientifique.

S'il y a suffisamment de chercheurs mobilisés, un projet de table ronde pourra être élaboré collectivement qui sera ensuite transmis aux organisateurs. Les propositions doivent impérativement parvenir d'ici le 7 janvier 2007.

<http://www.iamcr.net/>

- Journées d'étude « Méthodologies en communication organisationnelle » jeudi 25 et vendredi 26 janvier 2007, au CELSA (92 Neuilly/Seine, métro Pont de Levallois)

Coordination : Arlette Bouzon et Vincent Meyer

L'objectif de ces deux journées d'étude est de poursuivre le recensement des méthodes et techniques de recueil des données en communication organisationnelle et, plus largement, au sein des sciences de l'information et de la communication. Dans ces dernières, la demande d'un savoir centré et spécifié aux besoins des professionnels existe et grandit. Aussi traiterons-nous, dans cette seconde édition, des méthodes et méthodologies mises en œuvre dans la recherche-action (RA). Celle-ci est souvent conçue comme une démarche permettant de faire participer à l'analyse savante et/ou à l'évaluation de leurs résultats les membres d'une organisation donnée. Elle permet aussi de développer des stratégies visant à soutenir – sous l'angle communicationnel – des professionnels dans le développement de leur métier ou de leurs formes organisationnelles. En effet, dans de nombreux champs d'application des pratiques d'information et de communication (e.g. l'intervention sociale, la médiation, la prévention des risques, le management...), les praticiens sont à la recherche d'un discours garant de l'acte et dans une demande de connaissance immédiatement opérationnalisable. De fait, la RA reste un dispositif essentiel pour développer des synergies entre : la recherche académique, la recherche appliquée liée à une demande sociale ; les interventions expertes des chercheurs et les connaissances produites dans l'acte par des praticiens de terrain.

Sont attendues des communications autour : de mises en perspective historiques des formes de RA dans les organisations ; des méthodologies mises en œuvre ; de récits d'expériences centrés sur les pratiques d'information et de communication ; des enjeux et limites dans l'association de la recherche des praticiens à celle des chercheurs ; des questions de positionnement de ces derniers ; de la construction et de l'usage des données repris sous un angle opératoire ; de la restitution et de l'appropriation des résultats... Bien évidemment, les thématiques restent ouvertes à d'autres questionnements...

Les limites des résultats obtenus et les interrogations sur les biais éventuels des approches méthodologiques retenues, avec les conséquences épistémologiques que cela entraîne, sont les bienvenues.

Les résumés (3000 signes espaces compris) sont à envoyer pour le 24 novembre 2006 par courriel à : Arlette Bouzon arlette.bouzon@iut-tlse3.fr et Vincent Meyer vmeyer@univ-metz.fr

Comme pour la précédente édition, nous prévoyons la publication d'un ouvrage collectif. À l'issue de la manifestation, les communicant(e)s retenu(e)s s'engagent à fournir un texte (entre 20 000 et 30 000 signes) pour 30 mars 2007. Celui-ci sera soumis à un comité de lecture.

Rappel des échéances

- Envois des résumés : 24 novembre 2006
- Notification de la décision : mi-décembre 2006
- Journées d'études : 25 et 26 janvier 2007
- Remise des textes définitifs au comité de lecture : 30 mars 2007

Le programme sera élaboré d'ici la fin de l'année... et si possible communiqué lors de la parution du prochain bulletin de décembre 2006

Appels à contributions

- "Creating Communication: Content, Control, and Critique" Call for Papers Conference of the International Communication Association, May 24-28, 2007 San Francisco, USA

Call for papers for the 2007 ICA Conference is now online. It includes an extensive description of the 2007 theme "Creating Communication: Content, Control and Critique" and practical information on submitting papers and panels. All submissions must be completed online no later than November 1, 2006.

The conference will be free for paper-givers and for members of the CINEFOGO Network of Excellence, while travel and some accommodation costs will be covered by each individual participant. Some bursaries will be available for PhD students.

Conference is now online. It includes an extensive description of the 2007 theme 'Creating Communication: Content, Control and Critique' and practical information on submitting papers and panels.

Please find the call for papers at <http://www.icahdq.org/conferences/2007/2007CFPweb.pdf> or via the ICA's website at <http://www.icahdq.org/>

- « (MEOTIC) : Du mode d'existence des Objets Techniques à l'ère de l'Information et de la Communication » Appel à communication, 7 et 8 mars 2007, Université Stendhal, Echirolles

Colloque organisé par le GRESEC (Université Stendhal) en partenariat avec PLC ("Philosophie, langage et cognition",

Université Pierre Mendès- France). Les « 7 mars et « 8 mars 2007 à l'Institut de la Communication et des Médias (Université Stendhal, 11 avenue du 8 mai 1945, 38130, Echirolles)

La problématique : Si le titre de ce colloque fait explicitement référence à l'ouvrage capital de Gilbert Simondon, *Du mode d'existence des objets techniques*, qui date de 1958, il n'a pas pour objectif de participer, directement, à l'actualisation de la pensée de Simondon. En revanche, son œuvre nous engage à refuser l'opposition facile entre la culture et la technique, entre l'homme et la machine. Il s'agit aujourd'hui, au-delà de la réflexion de Simondon sur la technoscience et la technoesthétique, de penser les techniques dans leurs dimensions de médiation et de relation entre les hommes. (...) L'objectif de ce colloque est de s'interroger sur le rôle des objets et des dispositifs techniques, dans le cadre d'une mondialisation pour laquelle la production-diffusion des connaissances et les pratiques culturelles sont de plus en plus conditionnées par les techniques de l'information et de la communication. Ce colloque se propose d'examiner la place laissée à la personne et au sujet de parole, par les innovations techniques et les dispositifs de transmission. Ce sont à la fois la mise en forme des informations et l'inscription des représentations symboliques qu'il s'agit de décrire et d'analyser. Quatre axes sont ainsi proposés pour examiner les processus développés par les TIC.

Ce colloque scientifique est organisé en collaboration avec L'Hexagone de Meylan (Rencontre Imaginaire), scène nationale qui mettra en place, dans cette même période, des ateliers et une conférence de Bernard Stiegler, dont les derniers ouvrages se réfèrent à la pensée de Simondon.

Axe 1: L'artefact:

- La distinction entre objet naturel et artefact semble garantie par la perception naturelle et attestée par le bon sens. L'objet naturel se développe de lui-même jusqu'à la réalisation de sa propre forme; l'artefact reçoit sa forme de l'extérieur. Mais cette différence est brouillée par toutes sortes de considérations: quel est le statut d'une prothèse? D'un organisme génétiquement modifié? D'une Prime Holstein, familièrement qualifiée d'usine à lait? Les avancées technologiques semblent, en permanence, brouiller les choses. Il s'agit donc de s'interroger sur les tentatives, contemporaines ou déjà plus anciennes, visant à préciser le statut de l'artefact.

Axe 2: Techniques et imaginaire

- En un premier sens, l'objet technique est lié à l'imaginaire; il est le produit d'une intelligence visuelle et pratique, laquelle invente des configurations et procède à des ajustements inédits. Mais en un second sens, l'objet technique et son milieu sont lestés de fantasmes: l'ordinateur fou de 2001-Odyssée de l'espace, le scénario du grey goo en sont des exemples parmi bien d'autres. Il semble qu'à l'arrière-plan de ces fantasmes, se trouve la

crainte d'une autonomisation des techniques, lesquelles ne prendraient plus, selon la remarque de B. Bensaude-Vincent, l'allure d'un projet, mais celle d'un phénomène. Il s'agit ici d'analyser les relations complexes et enchevêtrées entre imaginaire et technique.

Axe 3: Modes de symbolisation des techniques :

- La notion de forme symbolique développée par Cassirer se présente comme un cadre qui conduit à voir le monde, à le représenter, à partir d'une organisation formelle implicite. Si la perspective, comme l'a montré Panofsky, a construit un cadre de représentations, elle a également été un système de signification, fondé sur un point de vue fixe. Ce dernier organise les rapports intellectuels entre l'homme et les choses et propose les moyens propres pour les rendre perceptibles.

- Les savoirs et les pratiques développés par les dispositifs techniques de l'information et de la communication ont-ils contribué à construire une forme symbolique dominante? L'interpénétration réciproque des pratiques culturelles et des processus de communication interactifs ainsi que la convergence entre l'audiovisuel, l'informatique et la télécommunication ont-elles modifié les modes de symbolisation?

Axe 4: Mondialisation et singularité des cultures :

- En cette période de diffusion généralisée des œuvres et des produits, les conceptions de l'espace et du temps sont affectées par les techniques de représentation et de transmission. La pluralité des formes culturelles et leur diffusion dans un espace mondial, qui paraît ignorer les frontières, questionnent la stabilité du pôle de la singularité. La diffusion et la convergence des techniques de communication ont réalisé la prophétie de Paul Valéry : l'espace occupé, maîtrisé et investi par l'homme et ses productions a trouvé sa limite. Cette finitude de l'espace, ainsi que le rapprochement entre le temps de la production et celui de la réception ont contribué à une relative homogénéisation des objets culturels. L'art n'aurait-il pas préfiguré, comme il l'a fait pour d'autres phénomènes, la mondialisation? La rencontre ne se fait plus seulement au Musée mais dans l'hypertexte disponible sur les réseaux offerts à la jouissance esthétique. Un nouvel espace-temps est-il à l'horizon de ce que certains appellent la cyberculture?

Proposition de communication : Les propositions de communication sont à envoyer sur papier libre avant le 23 octobre 2006 sous la forme d'un texte de 1800 signes au maximum à l'adresse suivante: GRESEC, colloque MEOTIC, Université Stendhal, Institut de la Communication et des Médias, 11, avenue du 8 mai 1945, 38130 Échirolles.

La proposition doit préciser l'axe dans lequel elle s'inscrit, le nom et l'adresse de l'auteur ainsi que son statut. Le comité scientifique indiquera les communications retenues le 6 novembre 2006. Les communications retenues donneront lieu à un exposé de 30 minutes et l'intervention

sera suivie d'une discussion. Les actes de ce colloque feront l'objet d'une publication. Pour leur réalisation, les communications retenues (30000 signes, espaces compris) devront être envoyées aux deux responsables scientifiques, Jean Caune (jean.caune@wanadoo.fr) et Jean-Yves Goffi (jean-yves.goffi@upmf-grenoble.fr) au plus tard, le 15 avril 2007.

La coordination scientifique est assurée par Jean Caune, professeur émérite en sciences de la communication, à l'Université Stendhal, chercheur au Gresec et par Jean-Yves Goffi, professeur au département de philosophie de l'université Pierre Mendès-France, directeur adjoint du groupe de recherche: «Philosophie, Langues & Cognition».

Comité scientifique : Jean Caune, Gilbert Hottois, Jean-Yves Goffi, Yves Jeanneret, Bernard Miège, Yves Michaud, Dominique Vinck

- “Citizen Participation In Policy Making”, Call for Papers, 14-15 February 2007 Bristol, UK

With an increasing emphasis in Europe and beyond on citizen participation, democratic renewal and partnership working, opportunities for citizens as individuals and for citizen organisations to participate in the formulation and implementation of policy have mushroomed. But how far is power being shared or reconfigured? And who benefits from participation? Research to date suggests that the rhetoric does not always match up to reality while, even where there is a commitment to participation, new forms of governance pose new challenges for government bodies, for civil society, and for citizens. These include tensions between representative and participatory democracy; how to handle conflict and diversity; engaging marginalised groups ; leadership, representation and accountability; how to avoid co-option. There is a growing body of research looking at the theory and practice and in this work-in-progress seminar, we want to compare experience across Europe, exploring both the concepts and frameworks that are being used to analyse participation and the empirical evidence that is being amassed. We are approaching leading scholars in different parts of Europe to present an overview of research and their analysis of key concepts and findings. We are also inviting scholars to present research papers at the conference on the following themes:

- Frameworks for analysing citizen participation
- Empirical studies of participation
- Research on key dilemmas
- Evidence of impact
- Methodological and ethical challenges, e.g. in measurement; in adopting participatory approaches.

The seminar will provide an opportunity to bring together case studies from different parts of

Europe and, in order to enhance comparability, we will be particularly interested in proposals which address:

- The institutional characteristics of participatory structures: how people are involved and at what level/stage in the policy process; who is involved and in what capacity (users, elected representatives, voluntary associations etc.)
- the assumptions and theories of change underpinning new mechanisms for participation;
- how mechanisms for participation fit with local political structures;
- intended and actual outcomes of participation.

WHO

The conference is open to all members of the CINEFOGO Network as well as for other interested colleagues. PhD students are particularly encouraged to apply.

DEADLINE FOR ABSTRACTS OF PAPER PRESENTATIONS: 16th October 2006

Please send your abstracts to Julie Triggles, University of the West of England by email, julie.triggles@uwe.ac.uk

FOR FURTHER INFORMATION CONTACT Julie Triggles, Research Office, Faculty of the Built Environment, University of the West of England, Frenchay Campus, Coldharbour Lane, BRISTOL, BS16 1QY

julie.triggles@uwe.ac.uk Tel: +44-(0)117-328-3209; Fax: +44(0)117-328-3998

COSTS / The conference will be free for paper-givers and for members of the CINEFOGO Network of Excellence, while travel and some accommodation costs will be covered by each individual participant. Some bursaries will be available for PhD students.

- Doctoriales du GDR TIC & Société, 15-16 janvier 2007, Marne-la-Vallée

Les quatrième Doctoriales du GDR TIC & Société auront lieu les 15 et 16 janvier 2004 à Marne-La-Vallée. Une quarantaine d'articles maximum seront sélectionnés par le comité scientifique, présentés par leurs auteurs et commentés par des chercheurs seniors. Chaque doctorant disposera d'une demi-heure pour présenter sa contribution. Les jeunes doctorants ne présentant pas de papier ou ceux qui n'auraient pas été sélectionnés sont invités à participer aux journées. Les journées 2007 seront organisées autour des thèmes suivants :

Thèmes :

- Tic, réglementations techniques, sociales et juridiques
- Tic et transformations des relations et des organisations
- Logiques de l'économie numérique
- Tic, sociabilités et identités
- Tic, nouveaux métiers, travail et emploi

- Tic, gestion des connaissances et organisation
- Tic, nouvelles pratiques managériales et performances
- Tic, espace public et pratiques culturelles
- Tic, espace et mobilités
- Tic et aspects sectoriels (éducation, santé, transport...).

Les communications retenues seront mises en ligne sur le site web du Gdr. Comme en 2004, il est envisagé, en collaboration avec le comité de lecture de la revue Réseaux, de publier une sélection des papiers ainsi que l'ensemble des résumés (Réseaux 2004, n°125). De plus, sur des thématiques concernant le travail et l'emploi, il est envisagé une publication dans Connaissance de l'Emploi, le 4 pages mensuel du Centre d'Etudes de l'Emploi.

Les doctorants désirant présenter une communication doivent envoyer une proposition d'une page, suivie d'un court CV avant le 31 octobre 2006. Les doctorants souhaitant simplement participer feront également connaître leur intention. Les textes définitifs devront être remis le 15 décembre 2007 au plus tard. La sélection finale se fera sur la base de ces textes et sera communiquée avant le 02 janvier. l'appel complet aux doctoriales 2007 du GDR sera transmis prochainement.

- Nouveaux Groupes de Travail du GDR TIC & Société - Appel à constitution

Le GDR TIC & Société participe à l'heure actuelle à l'animation de six groupes de travail sur les thématiques suivantes : Collectifs de travail, Démocratie électronique, Dynamiques spatiales, Enquête COI (Changement Organisationnel et Informatisation), Gouvernance sur internet, Economie du numérique) dont vous pouvez trouver la présentation sur le site du GDR dans la rubrique Groupes de travail : <http://gdrtics.u-paris10.fr/groupes/index.php>

Suite à son renouvellement par le CNRS pour la période 2006-2009, le GDR TIC & Société est entré dans une nouvelle phase de son action. En conséquence, il souhaite favoriser la constitution de nouveaux groupes de travail grâce à un appel à projet dont la date de clôture est fixée au 30 novembre 2006. Les propositions reçues seront examinées au sein du bureau du GDR qui confiera leur évaluation à des membres du conseil scientifique du GDR.

Les Groupes de Travail sont créés à l'initiative des membres du GDR (jeunes docteurs, enseignants, chercheurs...) qui bénéficieront de moyens de coordination et de publication électronique afin de favoriser la constitution du groupe, son fonctionnement, ainsi que la diffusion de ses travaux. Les journées doctorants, le séminaire et l'école thématique du GDR ont également vocation à permettre la présentation et la discussion des travaux des groupes de travail.

Les projets de groupe travail devront être courts (2 pages maximum). Chaque projet comprendra un titre, une description des objectifs et de la méthode de travail du groupe, une liste de participants potentiels, une liste de 4 mots clefs maximum, ainsi que les coordonnées complètes du responsable de projet.

Les contenus thématiques et disciplinaires des propositions de groupe de travail sont laissés à l'initiative de leurs créateurs. Cependant pour faciliter le travail de positionnement et de repérage des recherches, vous trouverez sur le site du gdr (http://gdrtics.u-paris10.fr/pdf/Bilan-GDR_2002-05.pdf) un texte présentant les axes de travail envisagés pour le GDR pour la période 2006-2009 et qui se déclinent suivant trois axes « TIC et interactions sociales », « TIC et nouvelles formes d'organisation et de régulation », « interdisciplinarité, méthodes et corpus de données ». Ce texte peut servir de support aux propositions envisagées, mais vous êtes parfaitement libres de proposer des thématiques de travail nouvelles.

Le GDR TICS se propose d'apporter son soutien aux Groupes de Travail sur les points suivants :

Le GDR confèrera tout d'abord un label aux groupes de travail et contribuera ainsi à leur visibilité et à leur légitimité. En relayant les initiatives à travers les réseaux qu'il a établi, le GDR facilitera les regroupements et le succès des groupes de travail. Des moyens de travail et de publication en ligne seront fournis par le site web du GDR ce qui permettra non seulement de favoriser la coordination des groupes, mais aussi la valorisation de leur production. Les séminaires du GDR, les écoles thématiques et les différentes journées du GDR ont également vocation à accueillir les membres des groupes afin qu'ils exposent leurs travaux et bénéficient de forums pour exposer et discuter leurs résultats et favoriser les échanges intra et interdisciplinaires. À terme, des publications pourraient être envisagées.

Merci d'envoyer vos propositions à Corinne.CohenCoudar@mail.enpc.fr (secrétariat du Gdr) avec copie à moatty@cee.enpc.fr en mettant pour objet "Projet de Groupe de Travail du GDR TICS"

- « Le parcours d'un jeune chercheur en Sciences de l'information et de la communication. Questionnements, méthodes, pratiques », Journées d'études - Paris, 24 et 25 avril 2007

Avec le soutien de l'Ecole Doctorale ASSIC (ED267) et de l'UFR Communication de l'Université de Paris 3-Sorbonne Nouvelle.

Appel à communications : Dans le cadre des Ateliers-Projets du CIES-Sorbonne (Centre d'Initiation à l'Enseignement Supérieur) et des activités de l'ARSIC

(Association de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication).

Date limite d'envoi des propositions : 20 décembre 2006

Objectifs généraux

Que l'on soit en master, au début ou à la fin de sa thèse, mener une recherche en sciences de l'information et de la communication suscite de multiples interrogations tant du point de vue méthodologique, théorique que pratique. Comment élaborer une problématique, des hypothèses de travail ? Comment appréhender les principales notions liées à son sujet ou se constituer une bibliographie ? Quelles sources, quelles méthodes de recueil des données et d'analyse mettre en œuvre ? Quid de la question de l'écriture ? Par quels biais faire connaître son travail une fois celui-ci achevé ?

Ancrée dans les Sciences de l'information et de la communication, cette manifestation vise à réunir des jeunes chercheurs et des chercheurs confirmés, issus de différentes universités, autour de débats que nous souhaitons vifs et décomplexés, plaçant au premier plan la question des méthodes, des pratiques de recherche et les difficultés rencontrées par les doctorants issus d'un champ marqué par la pluridisciplinarité.

Contributions

Les contributions prendront la forme de témoignages et porteront sur l'un des axes suivants :

1. Le choix et la mise en œuvre de méthodes et de techniques de recherche, la confrontation de ces méthodes issues de différentes disciplines des SIC. Quelques pistes de travail non exhaustives :

- Le travail de terrain : l'expérience de l'entretien, du questionnaire, de l'observation, l'analyse de contenu, etc. (à chaque méthode peut correspondre une contribution).
- Le corpus : sa construction, le traitement et le travail sur les sources...

2. La valorisation de la recherche :

- Présenter une communication
- Publier un article
- L'après thèse : le parcours de valorisation de la recherche, les procédures de qualification et de recrutement, etc.

Il est donc vivement conseillé aux contributeurs de penser leur proposition en fonction de l'un de ces axes. Les propositions de communication prendront la forme d'un résumé de 3000 signes maximum (espaces compris), avec le titre de la communication et 5 à 6 mots-clés, le tout accompagné des coordonnées complètes de l'auteur (Email, téléphone, université et laboratoire de rattachement, statut). Les réponses à ces propositions seront données au début du mois de février 2007.

A l'occasion de ces deux journées, des débats portant sur les grandes étapes d'une thèse (construction d'un objet, d'un corpus, d'une problématique, des hypothèses...) ainsi que sur la phase d'écriture, s'appuyant sur des exemples de travaux en cours ou achevés, sont également prévus. Des questions plus pratiques, notamment sur les financements accessibles aux doctorants, seront enfin abordées, illustrées par les expériences de jeunes chercheurs.

Il est prévu de constituer un site Internet sur lequel seront réunies, avant la journée d'études, les propositions de communication. Après la journée, il sera demandé aux participants de rédiger un texte de 10.000 à 20.000 signes pour publication sur ce site Internet. Ce texte devra nous être envoyé avant le 15 mai 2007.

Contact : parcoursic@yahoo.fr

Comité d'organisation :

Camille Laville : tamille1@yahoo.fr

Aude Rouger : aude.rouger@univ-paris3.fr

Laurence Leveneur : l.leveneur@free.fr

Publications

- « *Introduction aux méthodes de recherche en communication* » *Luc Bonneville, Sylvie Grosjean et Martine Lagacé*

Gaëtan morin éditeur, Chenelière Education, Montréal, Québec, 2006

300 pages, 2-89105-948-4

À la fois concret et concis, cet ouvrage constitue une introduction complète à la démarche de recherche scientifique dans le domaine de la communication. Il a été conçu dans le but de devenir l'outil pédagogique par excellence pour comprendre et mettre en pratique les différentes méthodologies. En ce sens, Introduction aux méthodes de recherche en communication :

- définit et situe les phases du processus d'élaboration d'une recherche ;
- permet à l'étudiant de procéder à une démarche de recherche complète, qu'elle soit quantitative ou qualitative ;
- illustre les propos méthodologiques par une multitude d'exemples variés, issus de recherches récentes dans tous les champs de la communication, incluant les nouveaux médias, les TIC, l'informatisation des organisations et la communication organisationnelle ;
- propose des exercices d'intégration à la fin de chaque chapitre.

TABLE DES MATIÈRES

Préface d'Alain Laramée

Avant-propos de Pierre Bélanger

PREMIÈRE PARTIE :

LA RECHERCHE EN COMMUNICATION

Paroles de chercheur : Gaëtan Tremblay

Chapitre 1 : Les enjeux, les axes et les fondements épistémologiques

1.1 Les enjeux de la recherche en communication

1.2 La présentation de la démarche scientifique

Exercices d'intégration

Chapitre 2 : Le processus d'une recherche scientifique

2.1 Les étapes d'une recherche

2.2 Les résultats de la recherche
2.3 L'illustration des différentes approches par trois recherches
Exercices d'intégration
DEUXIÈME PARTIE :
LA RECHERCHE QUANTITATIVE EN COMMUNICATION
Paroles de chercheur : Christian Désilets
Chapitre 3 : La conception et les notions centrales d'une recherche quantitative en communication
3.1 La conception d'une recherche quantitative
3.2 Les notions centrales d'une recherche quantitative
Exercices d'intégration
Chapitre 4 : Les méthodes et outils de collecte de données en recherche quantitative
4.1 L'analyse de contenu
4.2 Le sondage
4.3 L'expérimentation
Exercices d'intégration
Chapitre 5 : L'analyse de données quantitatives
5.1 La statistique descriptive
5.2 La statistique inférentielle
Exercices d'intégration
TROISIÈME PARTIE :
LA RECHERCHE QUALITATIVE EN COMMUNICATION
Paroles de chercheur : Serge Proulx
Chapitre 6 : La conception d'une recherche qualitative en communication et la diversité des méthodes
6.1 La conception d'une recherche qualitative
6.2 La diversité des méthodes en recherche qualitative
Exercices d'intégration
Chapitre 7 : Les outils de collecte et l'interprétation des données
7.1 L'entrevue de recherche
7.2 L'observation
7.3 Le groupe de discussion (focus group)
7.4 L'analyse qualitative de contenu
7.5 L'analyse et l'interprétation des données qualitatives
Exercices d'intégration
GLOSSAIRE
RÉFÉRENCES
INDEX DES SUJETS

- « Ethique et mémoire. Des préalables à l'évaluation et à la démarche qualité en travail social », Coord. Vincent Meyer

Groupe national des établissements et services publics sociaux (GEPSo)

Détaillant et analysant les multiples traductions de l'expression « bonnes pratiques » dans les établissements sociaux et médico-sociaux, les auteurs s'accordent sur un constat essentiel : il n'y aura pas d'évaluation et de démarche

qualité sans une interrogation éthique forte et; en l'absence d'une mémoire des actes passés et à venir. En ce sens, les contributions réunies par le Comité scientifique de l'éthique, des pratiques professionnelles et de l'évaluation du GEPSo, apportent un éclairage à la fois, historique, philosophique, gestionnaire, sociologique et communicationnel. À la suite d'un séminaire associant praticiens, consultants, décideurs et chercheurs, ce livre rassemble des réflexions théoriques et pratiques, des récits d'expériences inédites et novatrices pour comprendre les notions phares qui façonnent les injonctions actuelles à l'évaluation et ses contours : le contexte socio-historique d'émergence de la qualité ; la mémoire des échecs ; les compétences de l'évaluateur et des évalués ; la réflexion éthique ; le secret professionnel ; la constitution et/ou la transmission d'informations sur l'acte professionnel ; la prise en compte de l'expérience éducative.

Coordination Vincent Meyer

Ont contribué à cet ouvrage : Aurélie André, Jean Briens, Denis Burel, Anne Carbonnel, Michel Chauvière, Géraldine Gourbin, Philippe Jouy, Michel Manciaux, Vincent Meyer, Gérard Michelitz, Jean-Jacques Nillès, Jean-Bernard Paturet, Jacques Pelletier, Gilles Raymond, Jacques Rihoux, Richard Sainson, Jacques Walter, Jean-Jacques Yvrol.

- « La communication organisationnelle en débat : champs, concepts et perspectives », Coord. Arlette Bouzon

- Chapitre 1 : LES SIC ET LA COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

1. Les SIC entre utopies et utilités. Prolegomènes par champs
2. Les SIC une discipline de l'ouverture et du décloisonnement
Cartographie de l'articulation des problématiques
3. Travail, modulation et puissance d'action.
4. Étudier les médias : une approche nécessairement paradoxale

- Chapitre 2 : VERS UNE CONCEPTUALISATION DE LA COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

1. Les communications d'entreprise entre médias, réseaux et recompositions organisationnelles
2. Parlons-nous d'organisation en « chair et en os » ?
3. Le contexte organisationnel : essai de définition d'un concept nécessaire pour les études sur les organisations
4. Les organisations entre projets et récits
5. Le « nouage » des savoirs en organisation

- Chapitre 3 : LA COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE EN PERSPECTIVE

1. Le numérique au risque du « sub politique » : la parole dans l'espace public
2. Tissage de trois modélisations permettant d'identifier les dialogiques et de gérer les dilemmes, dans un système complexe

3. Le prix entrepreneurial comme mode de communication traditionnelle pour les organisations. Le cas de la région lorraine.

4. Les rapports entre les recherches professionnelles et académiques sur les publics de télévision : interactions ou impasse ?

Coordination : Arlette Bouzon

Ont contribué à cet ouvrage :

Nicole d'Almeida, Françoise Bernard, Arlette Bouzon, Bertrand Cabedoche, Bernard Floris, Gilles le Cardinal, Christian Le Moëne, Gino Gramaccia, Jean-François Guyonnet, Nicole Giroux, Alex Mucchielli, Céline Ségur, Jamila Ysati, Philippe Zarifian,

- Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ?

Patrice de la Broise, Lamarche Thomas (eds.)

Coordination: Romain Huet

Préface de Michel Capron

Postface de Jacques Igalens

"Question clé que celle de la responsabilité ; d'autant que le réquisitoire en irresponsabilité des entreprises est édifiant : les formes de la violence exercées à l'égard du travail (condition de travail, licenciements boursiers...), de l'environnement (rejet massif de polluant, épuisement de ressources...), des pouvoirs publics (pillage de subvention, dégradation de sites...) sont extrêmement variées. La mobilité du capital à l'échelle internationale tend à accroître l'impunité des grands groupes ainsi que leur capacité de pression sur l'ensemble de ces facteurs de production qui, contrairement au capital, ne sont pas mobiles (le travail, le sol, les pouvoirs publics...). Face à ces comportements, on est en droit de s'interroger sur le « nouvel esprit » d'un capitalisme qui, prônant la « bonne gouvernance », voudrait ménager l'opinion et la réputation sans toutefois sacrifier ni les actionnaires ni les stratégies de croissance. L'entreprise se trouve ainsi au cœur de contradictions ; si tout porte à croire qu'une partie des grandes entreprises a pris la mesure de l'enjeu, nombre d'entre-elles atomisent la société par certains de leurs actes tout en façonnant par leurs discours notre manière de penser la responsabilité. La responsabilité sociale peut-elle être autre chose qu'un discours, même si c'est un discours instituant ? À l'injonction récente, et variable selon les pays, du législateur, s'ajoute ainsi la production volontaire, stratégique et ostensible de discours et de récits propres à valoriser « l'action » des principaux groupes industriels et de services. À l'évidence, la responsabilité sociale (déclarée) de l'entreprise nous renvoie aux problématiques de la « légitimation ». De fait, l'obligation légale, en vertu de laquelle l'entreprise devrait rendre compte publiquement des effets sociaux et environnementaux de son activité, se transforme volontiers en auto-promotion. Si le champ lexical de l'entreprise

institution (« responsable », « citoyenne », « éthique », « transparente »...) témoigne assez d'une dérive sémantique, l'objectif de cet ouvrage n'est pas d'apprécier la sincérité de l'entreprise et de son engagement sociétal. Il importe surtout de considérer les communications organisationnelles inhérentes aux « nouvelles régulations » sociales édictées par le législateur. Dans quelle(s) limite(s) l'entreprise y souscrit-elle ? Quelles formes de communication impliquent-elles ? Quels en sont les auteurs ? Quels en sont les publics ? Modifient-elles la place ou le rôle des communicants dans les organisations ? Et enfin comment ces annonces ou ces engagements se traduisent-ils dans l'entreprise ? À ces interrogations multiples s'ajoute un questionnement plus général sur le « ré-enchantement de l'univers économique » et, peut-être, un « changement de paradigme » dans la communication d'entreprise. Si la moralisation annoncée de l'économie contraste singulièrement avec les manières et les effets de la mondialisation, que dire d'une « communication responsable » soumise à semblables paradoxes ?"

- « Encadrer, un métier impossible ? » Frederik Mispelblom Beyer

Armand Colin, coll. Sociétales, 2006

Livre de chevet autant que boussole pour gros temps, *Encadrer, un métier impossible ?* expose une analyse de l'ensemble des contours et du contenu concret de l'activité d'encadrement. Écrit dans un style non jargonnant mais scientifiquement rigoureux, *Encadrer, un métier impossible ?* étudie l'encadrement au-delà des modes managériaux, « d'en bas et sur le tas », à partir du travail concret en train de se faire. Loin d'être si variable qu'il en serait insaisissable, loin d'être « immatériel », flou ou enfermé dans une « boîte noire », ce dernier obéit à des lois et des mécanismes précis, qu'on peut connaître. Dans l'encadrement, les aspects personnels et professionnels sont inséparables. Les objectifs généraux fixés par les directions d'entreprise et les rapports de force globaux s'y nouent dans des situations toujours singulières. Le concept « d'orientation du travail » est ici proposé comme carrefour où se rencontrent le symbolique et l'opérationnel, le général et le singulier, le politique et le personnel, l'idéologique et le subjectif, dans l'activité quotidienne d'encadrement. Ce concept analyse le social du point de vue de ce qu'on y fait et de ce qu'on peut en faire.

Dans la perspective d'une éthique de la responsabilité personnelle, ce livre montre que ceux qui font travailler les autres ont toujours des choix à faire, et les font. Si parmi eux il y a des adeptes zélés du nouveau management, il y a aussi des gens qui feignent d'y croire ou qui le détournent de manière subtile. Dans l'optique d'une « sociologie des failles », ce livre fait découvrir l'existence, chez les encadrants comme chez ceux qu'ils encadrent, d'une espèce de « militantisme du métier », où se construisent, jour après

jour, les pistes silencieuses de nouvelles formes de résistance.

Ce livre est le fruit de vingt années d'enquêtes, et d'une posture de recherche qui consiste à « travailler avec » les personnes interviewées. Dans cette position, recherche et conseil ne s'opposent pas mais se fécondent réciproquement.

- Place et rôle de la communication dans le développement international

Sous la direction de Jean-Paul LaFrance, Anne-Marie Laulan, Carmen Rico de Sotelo
Collection Communication, Presses de l'université du Québec

L'ouvrage tente de confronter les modèles de communication, au regard des différents paradigmes du développement international, question de savoir en quoi les problématiques de communication peuvent transformer les objectifs du développement « assisté », dans les pays dits « en voie de développement ». Comment les outils et dispositifs communicationnels construisent-ils le développement ?

Quel est le rôle de la socialisation des outils et des dispositifs ? Comment prendre en charge la coupure entre les médias de diffusion et les médias de transformation sociale dans la construction et la gestion du développement ?

Dans la suite, les auteurs s'efforcent de repenser le développement en termes de communication globale avec des exemples pris sur différents terrains géographiques (Amérique du Sud et du Nord, Afrique, Asie) et thématiques (santé, éducation, environnement, médias, technologies, etc.). Avec d'autres formes de communication pour relayer, au sein de chaque culture, les processus de prise de décision, il est raisonnable d'espérer un développement durable, grâce à l'autonomie croissante des acteurs impliqués, informés, concernés.

- *Sciences de la société*, N° 69, « *Démocratie participative en Europe* », coord. Stefan Bratosin

La démocratie participative en Europe est un enjeu majeur. D'abord, parce que pour être crédible, le fonctionnement sociopolitique et administratif de l'Union est appelé à porter ostensiblement les signes de la démocratie participative. Ensuite, parce que les processus d'élargissement et d'intégration européens sont estimés par rapport à leur

capacité d'inscrire la démocratie participative dans les pratiques des pays ayant adhéré récemment ou en instance d'adhésion. Enfin, parce que la promotion des valeurs européennes dans le monde tient à la mise en exergue de la démocratie participative développée dans la complexité de l'espace européen.

La démocratie participative en Europe constitue également un ensemble d'expériences concrètes. Leur sens émerge d'un contexte pratique et dans l'enchevêtrement culturel, politique, social, juridique, administratif, économique de la réalité quotidienne des citoyens européens. Si la recherche peut enrichir la compréhension de la démocratie participative en Europe, ce doit être à partir de multiples domaines disciplinaires, de nombreux terrains, de différentes approches méthodologiques et par des chercheurs venant d'horizons géographiques divers.

Ce numéro de Sciences de la Société se fait l'écho de cette complexité inhérente à la démocratie participative en Europe. Le caractère des contributions, pluridisciplinaire (science politique, sociologie, sciences de l'information et de la communication, philosophie, géographie, psychologie) et international (Belgique, Canada, Espagne, France, Grèce, Suède, Roumanie, Royaume-Uni), y participe pleinement.

Stefan BRATOSIN, *Démocratie participative en Europe*
Jean-Léon BEAUVOIS, *Quelques questions préalables à la mise en route de programmes de démocratie participative*
Maurice BLANC, *Conflits et transactions sociales : la démocratie participative n'est pas un long fleuve tranquille*
Janie PELABAY, *Participer à la démocratie européenne : cela s'apprend-il ? Soubassements, enjeux et limites de l'éducation à la citoyenneté européenne*
Laurence MONNOYER-SMITH, *La pratique délibérative comme invention du politique*
Sandra BREUX, *Les dimensions territoriales de la démocratie participative*
François FORET, *Quelle communication pour une Europe politique ? L'exemple du religieux*
Muriel RAMBOUR, *Les angles morts de la démocratie participative européenne. Le rôle de la société civile dans la rédaction du traité constitutionnel*
Peter DAHLGREN, Tobias OLSSON, *Internet et engagement politique : les jeunes citoyens et la culture civique*
Constantin SALAVASTRU, *Le langage de la démocratie locale participative. Une approche du comportement verbal dans la relation pouvoir-citoyens à Iasi (Roumanie)*

ARGUMENTS

Eric GEORGE, *De la participation à la démocratie à l'heure de la mondialisation*
Nikos SMYRNAIOS, *L'émergence de la figure de l'internaute idéal : mutations de l'espace public médiatique et usages de l'internet*

NOTE DE RECHERCHE

Toni RAMONEDA, Faire, être et dire l'Europe. Résultats d'une analyse sur des discours européens

- « Économie et communication », numéro spécial de la revue Hermès, dir. Joëlle Farchy & Pascal

Froissart

ISBN : 2-271-06440-6

Prix : 25 euros

Le développement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) a entraîné des bouleversements économiques et sociaux tels que les observateurs s'interrogent sur l'émergence d'une «nouvelle économie» dite aussi économie numérique ou économie de l'information et de la communication. Les nouvelles formes de communication transforment la vie économique en particulier au niveau de l'entreprise (publicité, lobbying, marketing sur Internet...) et l'activité économique ne peut plus se faire sans s'accompagner de discours qui la déforment ou la transforment. Face à ces réalités nouvelles, les échanges entre sciences économiques et sciences de l'information et de la communication apparaissent limités. L'ambition de cet ouvrage est d'enrichir ce dialogue interdisciplinaire. Le développement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) s'accompagne de véritables bouleversements économiques. À preuve les débats sur l'émergence selon les cas d'une « nouvelle économie », d'une « économie numérique », d'une « économie de l'information et de la communication », voire d'une « économie de la connaissance ». La « communication » est-elle un secteur économique parmi d'autres ? Conduit-elle à l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?

Les nouvelles formes de communication transforment la vie économique dans les entreprises et imposent de repenser les modes de régulation publique. La publicité, le marketing, l'intelligence économique sont autant de formes renouvelées d'ajustement entre l'offre et la demande. Par ailleurs, l'activité économique ne peut plus se faire sans s'expliquer, sans s'accompagner d'interventions dans les médias qui la déforment, la transforment, ou finalement la « font exister ».

Paradoxalement, face à ces réalités nouvelles, où l'univers de la communication et celui de l'économie s'interpénètrent de plus en plus, le dialogue entre sciences économiques et sciences de l'information et de la communication (SIC) est limité. La communication, étudiée comme secteur d'activité n'est pas encore l'objet d'un corpus théorique reconnu pour les économistes. Les SIC, quant à elles, s'inspirent d'une longue tradition d'étude de l'économie politique de la communication, mais les liens avec les travaux économiques récents sont encore faibles. Pourtant l'information et la communication sont des facteurs essentiels de la connaissance.

Pointer le paradoxe, c'est déjà contribuer à favoriser un dialogue interdisciplinaire. La question d'Internet, la place de la propriété intellectuelle ou encore le poids des réseaux dans les économies immatérielles sont parmi les thèmes d'actualité pour lesquels ce type de dialogue est particulièrement fécond. C'est l'objet de ce numéro.

SOMMAIRE

Joëlle Farchy et Pascal Froissart, « Introduction : Le paradoxe de l'économie et de la communication »

I - LES INDUSTRIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION AU CŒUR DES TRANSFORMATIONS DE L'ÉCONOMIE

-- Nathalie Coutinet, « Redéfinir les TIC pour comprendre leur impact sur l'économie »

-- Aline Rutilly et Bernard Spitz, « Les nouveaux enjeux de la révolution numérique »

-- Alain Le Diberder, « Histoire du multimédia : un succès et deux enterrements »

-- Pascal Petit, « TIC et nouvelle économie : entre mirages et miracles »

-- Patrick-Yves Badillo et Serge Proulx, « Mondialisation de la communication, à la recherche du sens perdu »

II - LA COMMUNICATION, MODE DE COORDINATION ENTRE LES AGENTS ÉCONOMIQUES

-- Emmanuelle Walkowiak, « Coordination, communication et modernisation des entreprises »

-- Stéphane Olivesi, « Communication d'entreprise : une économie du pouvoir »

-- Pierre-Jean Benghozi, « La gestion de projet dans le secteur culturel »

-- Cécile Méadel, « Le marché eBay : qualification croisée des biens et des personnes »

III - INFORMATION ET COMMUNICATION : DES OUTILS STRATÉGIQUES DE PROMOTION DE L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

-- Christophe Blanc, Éric Delbecque et Thomas Ollivier, « Intelligence économique : quand l'information devient stratégique »

-- Jean-Michel Utard, « La publicité soluble dans l'économie... »

-- Joël Augros, « La politique marketing du cinéma hollywoodien »

-- Dominique Namur et Sandrine Paillard, « Science et communication : promettre ou éclairer »

IV - L'ÉCONOMIE COMME OBJET DU DISCOURS MÉDIATIQUE

-- Julie Bouchard, « La controverse médiatique sur le déclin économique de la France »

-- Nick Couldry, « La télé réalité ou le théâtre secret du

néolibéralisme »

-- Gérard Leblanc, « L'économie, objet esthétique des émissions de télévision »

-- Philippe Riutort, « Les nouveaux habits du journalisme économique »

-- Frédéric Lebaron, « Les essais économiques et la construction de l'ordre social »

V - SCIENCES ÉCONOMIQUES, SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : UN DIALOGUE LIMITÉ

-- Bernard Miège, « Billet irrévérencieux sur l'économique et le communicationnel »

-- Christian Pradié, « Considérations sur le tiers-secteur médiatique »

-- Yves Thépaut, « Le concept d'information dans l'analyse économique contemporaine »

-- Alain Rallet, « Une économie de la communication ? »

-- Michel Mathien, « Enseigner et étudier l'économie des médias »

-- Nathalie Moureau, « Société de l'information et modèles de star system »

-- Isabelle This Saint-Jean, « Autoréalisation et communication en économie »

FICHE D'IDENTIFICATION

DES CHERCHEURS EN COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

IDENTITE	
NOM Prénom	
Courriel	
Adresse postale	
Téléphone	
Portable	
Statut	

EQUIPE	
Laboratoire de rattachement	
Statut (CNRS, EA, JE, autre)	

FORMATION DISPENSEE		
1, 2, ou 3 cycle		
Thématique générale	En Information & Communication	En Communication & Organisation
Intitulé		
Autres		

TERRAINS D'ETUDES PRIVILEGIÉS	
Entreprises (publiques, privées, semi publiques)	
Administrations, Etat, collectivités locales	
Projet	
Autres	

TECHNIQUES D'INVESTIGATION	
Observation	
Questionnaires	
Documents	
Sources	
Autres	

MOTS CLES	
(Choisir 5 mots-clés parmi la liste + 2 ou 3 personnels supplémentaires le cas échéant. Cette liste ne préjuge pas de la scientificité des problématiques traitées, mais devrait permettre de tenter de mieux cerner les contours de la recherche en communication organisationnelle.)	
Action située	
Activité professionnelle	
Approche compréhensive	
Cognition distribuée	
Communication externe	
Communication interne	
Communication professionnelle	
Construction sociale	
Constructivisme	
Gestion symbolique	
Interaction	
Langage	
Modèle productif	
Outils techniques de communication	
Positiviste, réaliste	
Relations interpersonnelles	
Représentations sociales	
Théorie des organisations	
TIC	
Changement organisationnel	
Information	
Autres	

PUBLICATIONS JUGEES REPRESENTATIVES (3 ou 4 le cas échéant)