

Appel à articles

Communication & Organisation

N° 35 - 1^{er} semestre 2009

Dossier coordonné par :

Elizabeth GARDERE, Amar LAKEL, Alain LAVIGNE

Penser la communication des organisations publiques

La pratique professionnelle en communication des organisations publiques connaît depuis le milieu des années 80 une croissance continue (OLLIVIER-YANIV, 2007). D'abord commande publique pour les agences de communication en plein essor, elle est profondément marquée par les excès et les crises d'une spectacularisation inadaptée à l'éthique publique. Profondément remis en cause par des dérives budgétaires illégitimes, un mouvement critique donnera naissance, au début des années 90, à une institutionnalisation de plus en plus forte des communicants publics. L'émergence d'associations (à l'instar de l'association de communication publique, présidée par Pierre Zémor), de grands forums annuels spécialisés (Cap'Com), de nombreux manuels pratiques (ZEMOR, 2005 ; NISENBAUM, 1997 ; LE NET, 1997 ; MESSENGER, 1994) tente de construire au quotidien un référentiel professionnel basé sur une éthique pour mieux affronter des défis qui apparaissent aux acteurs de plus en plus spécifiques. Séparation de la communication politique et de la communication publique, pratiques professionnelles et contraintes administratives, mutation de l'espace public et des modèles de décision politique, arrivée des TIC pour une nouvelle administration électronique, rôle de la communication dans le mouvement de réforme de l'Etat... Les enjeux sont d'une telle ampleur qu'ils peuvent mener très rapidement à une tétanisation des initiatives. Penser la communication des organisations publiques à l'aube du XXI^{ème} siècle semble donc un défi incontournable, tant pour les professionnels que pour la recherche en communication des organisations.

Pourtant, force est de constater que la recherche en communication des organisations publiques est loin d'être aussi structurée que son champ d'étude (GRABER, 2003). Si de nombreux chercheurs en sciences de l'information et de la communication, en sciences politiques, et plus généralement en sociologie, se sont intéressés aux relations entre institutions publiques et citoyens/usagers, il ne semble pas émerger un « champ » au sens bourdieusien du terme. Malgré un objet clairement identifié, des modèles théoriques solides, une maturité de la recherche en communication des organisations, les pratiques de communication des administrations publiques (ministères, organismes interministériels...) et parapubliques (ministères, hôpitaux, universités...), des collectivités territoriales, interpellent faiblement nos disciplines. Au regard de la communication politique, la communication des organisations publiques fait figure d'orpheline. Ce parent pauvre de la recherche qui s'intéresse aux relations entre acteurs publics et société, par leurs pratiques de communication, ne semble pas égaler la

noblesse du discours politique. Il faut peut-être trouver, dans la nature même du champ d'étude, les raisons de sa faible structuration, ou plus profondément trouver dans l'administration un impensé de la recherche en communication. L'organisation publique serait une grande « muette ».

Le numéro de la revue *Communication & Organisation*, intitulé « Penser la communication des organisations publiques », tente donc de faire le point de la recherche en Sciences Humaines et Sociales sur la question. Il convie non seulement les chercheurs mais aussi tous ceux qui sont engagés dans la réflexion sur la communication des organisations publiques à proposer des articles visant à faire connaître l'actualité d'un « champ invisible ».

Les articles retenus, dans le cadre d'une double évaluation à l'aveugle, devront porter sur l'un des axes suivants :

- **Réflexions théoriques et critiques sur la communication des organisations publiques** : les articles s'attacheront à critiquer les modèles théoriques et/ou à en proposer de nouveaux. Il s'agit ici tout autant de faire le point sur les modèles d'interprétation de la communication des organisations publiques que de fonder une approche spécifique à cet objet.
- **Ethique, référentiels et normes de la communication des organisations publiques** : les articles de cet angle d'approche seront principalement des recherches de terrain ou des témoignages professionnels de longue portée. Ils viseront à mieux faire comprendre la spécificité des représentations professionnelles au cœur de l'action d'un communicant public (décideur, conseiller, directeur de service...)
- **Mutations professionnelles, campagnes de communication et nouvelles pratiques dans le cadre de la communication des organisations publiques** : une analyse des campagnes de communication (comportements à adopter en matière de santé, de sécurité ou d'environnement) et des pratiques communicationnelles des organisations publiques devrait permettre de mieux comprendre les mutations contemporaines du rôle joué par ces institutions dans la société.
- **Décisions publiques et communication dans l'espace public** : du marketing des services publics aux procédures de débat public, la communication est consubstantielle à l'action publique. Entre mutations de l'action publique et nouvelles procédures d'interaction avec le citoyen, les articles feront mieux apparaître les procédures de légitimation, les conditions d'une co-construction de la décision publique et les stratégies de contestation de l'action publique.
- **L'administration électronique, nouvelles missions pour la communication publique ?**
L'administration électronique n'a pas réussi à décoller. Au regard des programmes ambitieux, annoncés avec verve dans de nombreux pays au tournant du millénaire, la pratique professionnelle semble plus que timorée. Comme réforme administrative, elle touche toutes les directions fonctionnelles et métiers ; comme infrastructure informatique en réseau, elle est du ressort de l'Etat comme nouveau média, elle implique les directions de la communication...En quoi les TIC, à l'heure de l'Internet, ont-elles réussi à restructurer la communication des organisations publiques ?

Les articles seront évalués au regard de leur profondeur théorique, de l'étendue du champ étudié, de la qualité des modèles et des méthodes d'analyse employés, de l'originalité des thèses démontrées et de leur mise en perspective.

Ce numéro spécial accordera une attention particulière aux articles ayant su apporter à la fois un état de l'art d'une problématique et une démonstration des perspectives de recherches originales et ambitieuses.

Consignes de rédaction

Voir la feuille de style en pièce jointe.

Merci d'indiquer sur une page séparée de votre résumé :

- Prénom et nom
- Grade
- Université, UFR, Dpt.
- Laboratoire, équipe d'accueil
- Adresse électronique
- Titre de l'article
- 3 à 5 mots clefs

6 000 caractères (espaces compris) pour le résumé + une bibliographie non comptabilisée dans le nombre de caractères du résumé.

Merci de rédiger un résumé en anglais à joindre à la proposition.

25 000 caractères (espaces compris) pour l'article définitif.

Calendrier

7 juillet 2008 au plus tard : envoi du résumé d'article aux contacts ci-après.

21 juillet 2008 : notification aux auteurs

31 octobre 2008 : envoi de l'article définitif

15 décembre 2008 : évaluation des articles retenus

1^{er} semestre 2009 : publication du n° 35 de la revue *Communication & Organisation*

Contacts

amar.lakel@u-bordeaux3.fr