

ÉDITORIAL

La Revue *COMMUNICATION & MANAGEMENT* s'est donnée pour objectif de proposer des analyses précises des nouveaux modes de communication en posant un regard pluridisciplinaire (Sciences de l'Information et de la Communication *et* Sciences de Gestion) sur les situations de communication en contexte. Dans une volonté de dépasser le – encore très installé – modèle balistique de la communication, où l'analyse porte sur les « cibles » et « l'efficacité » avec laquelle un message les a « atteintes », la Revue s'intéresse aux situations de communication, nécessairement contextualisées, liées au type d'organisation et de management dans lesquelles elles sont produites et dont l'efficacité est loin d'être la seule manière de les envisager et éventuellement de les évaluer.

Le colloque international « *Le Management de la communication des organisations privées et publiques à l'ère des réseaux sociaux* », qui s'est tenu à l'École Nationale de Commerce et de Gestion de l'Université Ibn Zohr à Agadir au Maroc, s'inscrit très convenablement dans les objectifs scientifiques et pratiques de la revue. Ce colloque était centré sur l'un des enjeux majeurs de nos sociétés comme de nos organisations : l'explosion et la diversification des usages des réseaux sociaux. Il proposait surtout aux communicants de dépasser l'analyse technique ou de surface des messages échangés sur ces réseaux sociaux, pour rendre compte et étudier des situations de communication dans lesquelles le contexte organisationnel et managérial joue un rôle majeur pour la compréhension de ce qui se dit, de ce qui se joue et de ce qui se construit. Et, en particulier, il élargissait la perspective en mettant l'accent sur les organisations publiques et sur les usages publics « officiels » et plus « officieux » des réseaux sociaux.

Pour alimenter la réflexion sur ces enjeux, trois axes complémentaires de questionnement y ont été identifiés :

- *Usages des réseaux sociaux : au-delà des apparences de la mode !* Dès que l'on désire analyser les usages des réseaux sociaux, on se heurte à la difficulté de parvenir à prendre en compte le phénomène, à le circonscrire et à le définir sans l'exagérer, le déformer ou le sous-estimer. Ce colloque proposait aux auteurs d'élaborer des articles qui développent une mise en perspective historique des usages des réseaux sociaux : ces usages sont-ils tous nouveaux ? Certains usages préexistants se sont-ils transformés ? Des usages très anciens (type « Communication descendante ») peuvent-ils se cacher dans des réseaux présentés comme radicalement nouveaux ? Quel sens peut-on donner à ces différents usages aujourd'hui ? Comment peut-on les positionner les uns par rapport aux autres ?
- *Usages des réseaux sociaux : quels acteurs pour quels usages dans la sphère politique ?* De manière originale, ce colloque mettait l'accent sur un espace singulier du champ social : la sphère politique. On y retrouve des organisations (partis politiques, ministères, gouvernements, ONG, lobbys, etc.), des individus et des enjeux particulièrement majeurs (développements, emplois, sécurité des individus, etc.). À l'articulation de la vie interne des organisations, qui ont toutes leur management spécifique, et de l'affichage externe et public d'informations, de communications et de messages, il s'agit d'un contexte particulièrement intéressant pour étudier des formes renouvelées de situations de communication. En particulier, ce colloque proposait aux auteurs de mettre l'accent sur les nouveaux rôles qui émergent pour des groupes, des individus et des outils dans les reconfigurations de cette sphère.

– *Au-delà de la mise en visibilité, qu'est-ce qui reste caché dans les usages des réseaux sociaux ?* Les réseaux sociaux affichent clairement une perspective de transparence et mise en visibilité – souvent présentée comme totale. Lorsque les projecteurs sont orientés vers de nouveaux éléments qui, auparavant, n'étaient pas connus, présentés ou détaillés, il est toujours intéressant d'identifier ce qui, du fait de ce changement, se trouve plongé dans l'ombre. Le troisième axe de ce colloque incitait donc les auteurs à publier des analyses des dimensions informelles qui perdurent – voire s'étendent – à l'ombre des réseaux sociaux « officiels » qui, ainsi, promettent la transparence « totale ».

Les six contributions à ce colloque qui éclairaient le mieux les enjeux actuels de cette problématique et alimentaient le mieux la réflexion sur ces trois axes ont été identifiées. Le présent numéro de *COMMUNICATION & MANAGEMENT* publie ces communications, retravaillées sous forme d'articles.

Bonne lecture !

Denis BENOIT

Professeur des Universités
LERASS-CERIC – Université
Montpellier 3
denis.benoit@univ-montp3.fr

Jérôme MERIC

Professeur des Universités
CEREGE – Université
de Poitiers
jmeric@iae.univ-poitiers.fr

Ewan OIRY

Professeur des Universités
ESG – Université UQAM
oiry.ewan@uqam.ca

*Ce numéro de COMMUNICATION & MANAGEMENT a été dirigé
par **Abdallah ABIL** (Enseignant-Chercheur à l'Ecole Nationale
de Commerce et de Gestion, Université Ibn Zobr - Maroc)*