

Vue d'ensemble

La communication évolue en profondeur. Avant-hier en aval de la décision, hier en accompagnement, elle occupe aujourd'hui une place centrale. En particulier, la communication stratégique devient incontournable dans notre environnement de plus en plus complexe, dans un contexte de changement accéléré, où chacun doit maîtriser des flux croissants d'informations et de relations. De quoi s'agit-il ? On précisera ses contours à partir de plusieurs éclairages.

Avant-propos - Le contexte

- L'ère des mass media a graduellement enrichi la forme de la communication... et appauvri son contenu. La communication démassifiée de l'ère des TIC suppose davantage de fond et une forme plus simple. Ce qui ne veut pas dire qu'on la travaille moins, mais autrement... (chap. 1)
- Faut-il ignorer la désinformation et condamner le lobbying... ou comprendre les ressorts de la communication stratégique et en contrôler les applications ? Faut-il maudire l'obscurité... ou allumer une chandelle ? (chap. 2)

I - Société de l'information, donc de la désinformation ?

- La désinformation, un corollaire de notre "société de l'information" ? Ce n'est pas fatal. Et ne négligeons pas d'autres processus de confusion. Un antidote, comparable à la recette de *l'irish coffee* : dissocier pour intégrer... (chap. 3)
- Une menace redoutable : la propagation massive d'informations hostiles. Particulièrement insaisissables et déstabilisantes quand elles sont infondées, empruntent des chemins diffus, s'appuient sur des réactions irrationnelles... (chap. 4)
- Plus vous vous sentez libre, plus vous êtes manipulable... plus vous regardez votre nombril, plus on peut vous mener par le bout du nez sans que vous vous en rendiez compte... c'est parce que vous vous leurrez vous-même qu'on vous leurre... (chap. 5)

II - Foisonnement de relations, mutation de la communication...

- Pour Boileau, "ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement, et les mots pour le dire arrivent aisément". Pour Godard, "si vous avez compris ce que j'ai dit, c'est que je me suis mal exprimé". La communication évolue, notamment le rapport entre intention et expression... (chap. 6)
- Même professionnelle ou occasionnelle, toute relation comporte un degré de connivence ou de convivialité. Au nom de l'efficacité, on néglige parfois ces dimensions, ainsi que quelques autres... au détriment de l'efficacité ! (chap. 7)
- On croit parfois que le virtuel imite le réel. Et si c'était l'inverse ? Une page web, média virtuel par excellence, n'est-elle pas une préfiguration de formes de communication qui se développent, en rupture avec ce que nous connaissons depuis des siècles ? (chap. 8)

III - Du gouvernement à la gouvernance, de la puissance à l'influence...

- Pouvoirs publics et entreprises fonctionnent souvent à des rythmes différents, parfois selon des logiques opposées. Pourtant, fondamentalement, leurs enjeux et actions sont ou devraient être plus complémentaires que contradictoires. L'entreprise doit-elle pour autant sortir de son rôle économique ? (chap. 9)
- Colbert symbolise une approche monarchique et technocratique de l'administration d'une société homogène et hiérarchisée. Le cluster symbolise une approche flexible et partenariale de la gouvernance dans une société diversifiée et en réseaux. Chaque système a sa logique. Les recettes de l'un ne valent pas pour l'autre... (chap. 10)
- Archétype de la gouvernance : la société civile a besoin d'une Europe organisée, dotée d'un

projet ambitieux et mobilisateur ; symétriquement, cette Europe et ce projet ne peuvent prendre corps que si la société civile y contribue activement. (chap. 11)

IV - La communication stratégique, un lobbying ouvert...

- Plus une société est complexe, plus chaque agent est affecté par des causes qui lui sont éloignées, donc plus il doit élargir son champ de veille pour anticiper menaces et opportunités... et plus il doit élargir son champ de lobbying pour transformer ces anticipations en actions... (chap. 12)
- Si le lobbying existe depuis toujours, son importance stratégique est en plein essor. En raison du poids croissant de l'environnement institutionnel... mais aussi en liaison avec la mutation des pratiques managériales. Les approches, méthodes et outils du lobbying s'adaptent aux changements en cours. (chap. 13)
- Le lobbying n'est plus réservé à quelques grands groupes de pression. Chacun peut élaborer de nouvelles approches pour exercer une influence, à condition de faire preuve de rigueur, mais aussi d'imagination... (chap. 14)

V - Autres horizons, nouvelles perspectives...

- Contrairement à une idée reçue, l'interculturalité ne se réduit pas aux relations internationales. Elle se renforce, dans un univers où les interlocuteurs se multiplient, où tout repose sur l'échange et le brassage, où les "jeux à plusieurs" se développent et se diversifient... (chap. 15)
- La communication stratégique s'efforce d'élever en permanence le niveau d'analyse et d'approche des phénomènes. La mémétique ajoute encore un degré... (chap. 16)
- Tout cela s'inscrit dans une perspective plus générale, celle du *globing*, qui relie la partie au tout, l'instant à la durée, le local au global... (chap. 17)
- Les grèves de la SNCF, le 11 septembre 2001, la grande panne du GPS et bien d'autres exemples de systèmes complexes et réseaux omniprésents nous invitent à nous interroger sur leur fiabilité et notre dépendance... (chap. 18)

Après-propos - Reprendre la main

- L'organisation sociale saura-t-elle transposer aux systèmes institutionnels une approche de la complexité inspirée de celle que connaissent les systèmes techniques avec l'intelligence ambiante ? (chap. 19)