

APPEL A COMMUNICATION

Communication d'influence: héritages, stratégies et perspectives.

Octobre 2011

Programme de recherche coordonné par:

Yann Bertacchini (Université du Sud Toulon Var, R2IE) et Nicolas Menguy (R2IE)

Nous traversons une période charnière ponctuée de mutations et de ruptures paradigmatiques économique, technologique, sociologique, dans un environnement rendu complexe et traversé par les interactions et les réseaux, entraînant des conceptions renouvelées de l'espace et du temps, des modalités modifiées du débat démocratique et des processus de décision publique, de plus en plus soumis aux courants d'opinion. Bon nombre de ces ruptures bouleversent la manière de concevoir, de planifier et de coordonner les opérations de communication d'influence.

Dans un tel contexte, la Revue R2IE lance un appel à communication ouvert visant à recueillir les contributions de chercheurs ou d'experts d'horizons divers. Il s'inscrit dans le cadre d'un programme de recherche transversal et indépendant visant à interroger plusieurs disciplines, et à établir un dialogue fertile entre le monde de la recherche et celui des décideurs ou experts confrontés à cette problématique sur le terrain.

Le champ de recherche appliquée et fondamentale couvert par ce programme, à titre indicatif, rejoint les problématiques suivantes (liste non exhaustive ouverte aux propositions).

La Recherche appliquée du programme

- **Influence et changement**

Révolutions dans les pays arabes: réseaux sociaux, mobilisation et coordination

La communication stratégique: facteur clé de succès dans les politiques et les stratégies de développement durable?

Le rôle de la communication stratégique dans la conduite du changement

- **Relations publiques**

Lobbying, *storytelling*, perception management: comment évoluent les métiers de la communication d'influence depuis le milieu du XXème siècle?

Société civile, *watch dogs*, groupes contestataires et NTIC: l'avènement du cyber-activisme?

La communication d'acceptabilité et la gestion de crise depuis internet

Instrumentalisation et politisation de l'entreprise

- **Conflits informationnels**

Les nouveaux terrains d'affrontement idéologique

Le rôle des opérations psychologiques dans les conflits irréguliers

Rumeurs, déstabilisation: le plus vieux média du monde à l'heure des NTIC

Techniques de manipulation de l'information boursière, propagation et impact

La Recherche fondamentale du programme

Influence: l'imbrication de la technologie et de la psychologie cognitive et sociale

La dialectique de la création de sens sur internet

L'impact de la CMO sur la perception de l'information

Décrypter l'ancrage d'une réputation en psychologie sociale

Les dynamiques de groupe sur internet

Histoire comparée de l'influence

Ethique de la communication d'influence

Calendrier

Les auteurs doivent communiquer à la revue leur intention de contribution avant le 1er décembre 2011.

Les auteurs souhaitant soumettre une contribution en vue de sa publication éventuelle dans le prochain numéro de la R2IE devront transmettre leur article avant le 20 février 2012.

Les auteurs souhaitant candidater à une éventuelle publication ultérieure pourront nous remettre leur article à tout moment de l'année, après avoir communiqué à la revue une date prévisionnelle de remise des travaux.

Correspondance: [Nicolas Menguy](#), SGR de la R2IE

Consignes de rédaction

Nous invitons les auteurs à se référer [aux consignes de rédaction de la R2IE](#). Dans un souci de qualité éditoriale et de rigueur de la recherche, la rédaction se réserve le droit de refuser sans motivation toute publication ne respectant pas ses critères de publication.