Communication et organisation

7 | 1995

L'entreprise et ses mémoires

La communication publique de Pierre Zémor, Paris, PUF, 1995, 128 p.

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1798>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1798

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1995

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

« *La communication publique* de Pierre Zémor, Paris, PUF, 1995, 128 p. », *Communication et organisation* [En ligne], 7 | 1995, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 21 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1798> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1798

Ce document a été généré automatiquement le 21 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

La communication publique de Pierre Zémor, Paris, PUF, 1995, 128 p.

- 1 La communication publique est une communication qui n'a pas la vocation d'occuper le champ total de la communication naturelle que connaît un territoire. L'auteur délimite d'emblée le domaine de son livre qui est découpé en cinq chapitres que nous ramènerons à ceux vecteurs essentiels :
- 2 – le champ et les formes de la communication publique et l'organisation de la communication des services publics.
- 3 – la communication politique
- 4 Une deuxième remarque concerne le contexte historique, culturel et social où s'inscrivent les messages de la communication des services publics. Il donne comme exemple l'histoire régaliennne de l'exercice des pouvoirs publics, qui a toujours fait rechercher la légitimité au sommet de l'Etat et où l'idée de compromis, de partage de la décision est lointaine, diffuse et abstraite. En revanche, la « Common Law » du droit américain résulte des règles que les individus ont, au cours d'une histoire plus récente, eu envie de partager, leur permettant d'accepter plus aisément les compromis. C'est bien le droit romain contre l'empirisme anglo-saxon.
- 5 Pierre Zémor consacre quelques pages à l'analyse de questions d'une actualité prégnante : la communication de crise et médias, décisions et débat public.
- 6 En situation de crise, en effet, la communication joue un rôle crucial, car la relation même de l'institution avec le public est en question. La manifestation brutale de l'aléa, la réalisation d'une probabilité infime et l'exigence de retrouver la normalité dans l'urgence bouleversent le système de références, brouillent l'image externe et mettent à mal l'identité et ses repères internes.
- 7 Ainsi, la communication est sollicitée à des fins cognitives et affectives, s'attachant à la question centrale de la crédibilité et de l'anticipation des situations, celle-ci étant comprise comme une préparation qui rend l'avenir moins incertain.
- 8 Par rapport aux médias, l'auteur souligne que l'accélération des progrès techniques de recueil, de transmission et de diffusion de l'information sont à l'origine de l'instantanéité qui nie la médiation.

- 9 Dès lors, il y a une perte de la valeur ajoutée du journaliste au détriment des approches de la vérité et dans le seul sens de la vraisemblance.
- 10 Ce n'est pas nouveau. Platon déjà dans « le Sophiste » dénonçait l'art de ressembler aux choses, puis d'en remplacer la simulation, c'est à dire, le récit. Un livre pédagogique qui se laisse lire d'une souffle.
- 11 J.M.