

SOMMAIRE

Les auteurs 9

Caroline OLLIVIER-YANIV et Jean-Michel UTARD

Introduction

Pour un modèle intégratif de la communication
dans l'action politique et publique 11

Première partie

Les impensés de la « communication publique » Généalogies paradoxales d'une catégorie consensuelle

Philippe ALDRIN et Caroline OLLIVIER-YANIV

Introduction de la première partie 23

1. Caroline OLLIVIER-YANIV

La « communication publique » comme « monde social » :
une approche réflexive 31

2. Jean-Baptiste LEGAVRE

Se trouver un nom de métier
Le cas des « communicants publics » 43

3. Jérémie NOLLET

L'économie hybride de la « communication de crise » :
une cristallisation des principes contradictoires
de la communication ministérielle 59

4. Christian LE BART

La communication des collectivités locales :
les territoires entre exemplarité, standardisation, et singularité 77

Deuxième partie

La fabrication de la « communication publique » Co-production de la symbolique politique : entre disciplinarisation et raréfaction

Nicolas HUBÉ et Jean-Michel UTARD

Introduction de la seconde partie 93

5. Pascal DAUVIN	
Quand l'environnement et la participation deviennent des instruments de la communication événementielle	
L'exemple de la première journée sans voiture à La Rochelle	101
6. Guillaume GOURGUES	
Communiquer, une opération politique plurielle et stratégique	
Le cas de la démocratie participative en Bourgogne.....	115
7. Jean-Philippe DE OLIVEIRA	
Quand les associations coproduisent l'action publique : enjeux et tensions autour des campagnes grand public de prévention du sida	129
8. Sarah LABELLE et Claire OGER	
Les institutions culturelles publiques à l'épreuve de la gouvernance : communication et reconfiguration du politique	147
Philippe ALDRIN et Nicolas HUBÉ	
Conclusion	
La politique n'est plus ce qu'elle était, la communication non plus	
Pour un changement de perspective sur le travail de légitimation politique	161
Bibliographie	179