



C COMMUNICATION

La communication organisante

Études de cas en communication organisationnelle

Sous la direction de
NICOLAS BENCHERKI, COLINE SÉNAC et CONSUELO VÁSQUEZ

Presses de l'Université du Québec

Sous la direction de **Nicolas Bencherki,**
Coline Sénac et **Consuelo Vásquez**

2023 | 400 pages

Collection **Communication**
sous la direction de Gaby Hsab

978-2-7605-5868-7 **45,00\$** PAPIER

EN LIBRAIRIE LE
9 AOÛT
2023

LA COMMUNICATION ORGANISANTE

Études de cas en communication organisationnelle

Au cours des dernières années, de nombreux chercheurs et chercheuses ont élaboré un ensemble d'approches théoriques (systémiques, fonctionnalistes, interprétatives, critiques ou constitutives) pour penser la communication et rendre compte de son pouvoir *organisant*. Cependant, la majorité de ces travaux ont été publiés en anglais et peu de ressources existent pour l'enseignement, en français, de ces approches.

Cet ouvrage collectif vient combler ce manque en présentant une application pratique des théories en communication organisationnelle à travers 16 études de cas. Ainsi, l'objectif premier de ce livre est de montrer comment les approches récentes permettent de comprendre les défis auxquels font face les organisations et celles et ceux qui les peuplent et les font vivre.

Les études de cas portent sur une diversité de thématiques, comme le pouvoir et l'autorité, les technologies numériques, la créativité et l'entrepreneuriat, la culture organisationnelle et l'interculturalité, ainsi que l'affect et la souffrance au travail. Celles-ci s'ancrent dans des contextes québécois et francophones, proches de la réalité et des préoccupations des étudiantes et étudiants.

En complément au présent ouvrage, un guide d'enseignement offrant des outils pédagogiques pour l'enseignement de la communication organisationnelle est accessible sur le site Web des Presses de l'Université du Québec.

INTRODUCTION La communication organisante

PARTIE 1 Pouvoir et autorité

CHAPITRE 1 « Compostez, pauvres fous » : l'écologie comme figure de différenciation dans une université alternative

CHAPITRE 2 Le *branding* des universités : étude de cas sur la configuration des étudiants et étudiantes dans une campagne publicitaire

CHAPITRE 3 La (re)négociation de l'autorité comme pratique communicationnelle : l'exemple de comités bénévoles

PARTIE 2 Technologies numériques

CHAPITRE 4 La constitution communicationnelle de l'identité et de l'activité professionnelle : le cas du travail à « voix haute » sur les médias sociaux

CHAPITRE 5 Être une organisation à distance : l'exemple du télétravail au prisme de l'approche constitutive de la communication organisationnelle

CHAPITRE 6 Tensions communicationnelles et mouvements sociaux : étude intersectionnelle de #BalanceTaStartUp

PARTIE 3 Créativité et entrepreneuriat

CHAPITRE 7 Le rôle des objets et la matérialisation des idées dans la cocréation : le cas d'un laboratoire vivant

CHAPITRE 8 Suivre une idée : étude de la dimension communicationnelle de la créativité dans le cadre de l'événement culturel Muséomix

CHAPITRE 9 La gestion des tensions au cœur du processus entrepreneurial : étude de cas de l'entreprise Skool Beans en Islande

PARTIE 4 Culture organisationnelle et interculturalité

CHAPITRE 10 Autorités à l'œuvre lors du processus de socialisation : étude de cas sur le cours d'entraînement de base pour les officiers

CHAPITRE 11 La création communicationnelle de l'identité organisationnelle par la narration collective

CHAPITRE 12 Diversité au travail : étude de cas sur la mise en place d'un programme de valorisation de la diversité ethnoculturelle au sein d'une organisation

CHAPITRE 13 La fête au Canada en tant que négociation d'un troisième espace : le cas des Canadiens à Taiwan

PARTIE 5 Affect et souffrance au travail

CHAPITRE 14 Affect et corps : étude de cas sur l'identité professionnelle de l'architecte avec son environnement

CHAPITRE 15 Souffrance au travail : étude de cas de la dégradation du travail des journalistes québécois

CHAPITRE 16 L'injustice épistémique comme expérience affective : le cas du milieu du bénévolat et de l'engagement citoyen au Québec

INDEX

NICOLAS BENCHERKI est professeur de communication organisationnelle à l'Université TÉLUQ et professeur associé au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal.

COLINE SÉNAC est étudiante au doctorat interdisciplinaire en études sémiotiques à l'Université du Québec à Montréal.

CONSUELO VÁSQUEZ est professeure au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal.

Avec la collaboration de Nancy Aumais, Dany Baillargeon, Joëlle Basque, Nicolas Bencherki, Geneviève Boivin, Claudine Bonneau, Boris H. J. M. Brummans, Hélène Bruneau, Pascale Caïdor, François Cooren, Sophie Del Fa, Claire Estaganasié, Alexandra Gaidos, Olivier Germain, Samuel Lamoureux, Simon Mallette, Thomas Martine, Frédéric Matte, Marie-Claude Plourde, Fé Routhier, Coline Sénac, Viviane Sergi, Consuelo Vásquez et Régine Wagnac.