

Revue française des sciences de l'information et de la communication

9 | 2016 :

Tendances contemporaines en communication organisationnelle

Les enjeux de la professionnalisation

Penser la professionnalisation comme une mise en mouvement : les communicateurs

VALÉRIE LÉPINE

Résumés

Français English

La professionnalisation de la communication et de ses acteurs est originellement issue d'une demande sociale et la notion même fait débat dans les champs disciplinaires qui l'ont forgée. Le paysage des travaux en SIC développés depuis les années 90 sur professionnalisation des communicateurs révèle des lignes de partage épistémologiques et méthodologiques opposant les perspectives fonctionnalistes aux approches critiques. Une voie de recherche intégrative explore l'hypothèse de la professionnalisation des acteurs et activités de communication comme une mise en mouvement du corps social à des échelles individuelles, collectives et sociétales et prise en tension entre dynamiques intrinsèques et extrinsèques, projet d'émancipation et capacité d'aliénation.

The professionalization of the communication and its actors originally arised from a social demand and the concept is being debated in the disciplinary fields that have forged it. The landscape of the CIS work developed since the 90s on professional communicators reveals epistemological and methodological division setting the functionalist perspectives against the critical approaches. A way of integrative research explores the hypothesis of professionalization of the actors and the communication activities as a setting in motion the society to individual, collective and societal scales; taken in tension between intrinsic and extrinsic dynamics, emancipation project and capacity of alienation.

Entrées d'index

Mots-clés : communicateurs, métier, mouvement, profession, professionnalisation

Keywords : communicators, motion, occupation, profession, professionalization

Texte intégral

Introduction

- 1 Notre propos vise à revenir sur des questions théoriques soulevées par les enjeux de la professionnalisation des communications organisationnelles et de leurs protagonistes – représentés par une large diversité de métiers et fonctions aux intitulés peu stabilisés, aux côtés de l'emblématique directeur de la communication ; mais aussi par les cadres à qui incombent des missions de communication managériale qui se sont beaucoup développées.
- 2 Le terme même de professionnalisation indique une action en cours (-ation : suffixe qui marque l'action) et, de fait, ce qui est généralement entendu dans le langage commun c'est l'évolution d'une activité qui devient une profession ou d'une personne qui devient un professionnel. Richard Wittorski (2008) a fait une synthèse de l'évolution de ce vocable qui reflète des préoccupations socioéconomiques historiquement situées. Le terme aurait fait son apparition entre la fin du dix-neuvième et le début du vingtième siècle aux États-Unis, au moment où s'organisent les monopoles des professions de la médecine ou du droit notamment. En France, il connaîtra un succès plus tardif dans les années soixante-dix et dans une acception élargie. En Français, le terme de profession désigne à la fois l'ensemble des métiers (*occupations* en anglais) reconnus dans le langage administratif et les professions libérales et savantes (*professions* en anglais) (Dubar, 1991). En témoigne la classification de l'Insee mise en œuvre en 1982¹ qui remplace l'ancienne nomenclature adoptée en 1954 par le Ministre Parodi : elle décompose la catégorie des « cadres » en « professions intermédiaires », distincte de celle des « cadres, professions intellectuelles supérieures » (où figurent juste après les « professeurs, professions scientifiques », les « professions de l'information, des arts et des spectacles »).
- 3 C'est dans le tournant du milieu des années 70-80 dans le contexte de la recomposition du paysage industriel, à la fin des Trente Glorieuses, que se développe une rhétorique de la professionnalisation en lien avec la logique des compétences. Cette logique se fonde non plus sur des catégories socioprofessionnelles désignant peu ou prou des groupes sociaux partiellement homogènes, mais sur les « caractéristiques des personnes, supposées mieux à même de faciliter leur mobilité éventuelle » dans un environnement productif devenu incertain et exigeant flexibilité des entreprises et mobilité des travailleurs (Desrosières, 2008 :14). La professionnalisation traduit un certain volontarisme étatique et patronal visant à engager un travail d'adaptation des ressources humaines face à ces impératifs. Elle prend aussi sa source dans l'aspiration des travailleurs à mieux maîtriser leur devenir, à développer leur autonomie à l'égard d'un employeur qui n'assure plus la garantie d'une sécurité d'emploi. La professionnalisation des salariés est en quelque sorte un processus contemporain qui traduit dans la sphère productive celui de l'individualisation propre à la modernité ; elle est aussi marquée du sceau de la rationalisation des activités jaugées à l'aune de leur efficacité et encadrées par des normes de qualité.
- 4 La notion de mouvement proposée dans le sillage de Richard Wittorski (2008) vise à introduire l'idée d'une articulation étroite et une circularité entre 1) des motifs (au

sens des récurrences, des rationalités et des causalités) orientant des évolutions dans les métiers et professions liés à des dynamiques politiques, culturelles et socio-économiques (ex. la mondialisation, la rationalisation des activités, les accélérations technologiques) ; 2) des logiques d'acteurs et d'action et des formes de mobilisation (ex. la construction d'une légitimité, les stratégies de positionnement, l'organisation de la défense corporative) ; 3) des motivations (littéralement du latin *movere* : être en mouvement) propres aux individus et partiellement accessibles à travers leurs discours et mises en récits (cf. le « désir de métier » : Osty, 2003), la projection dans un *ethos*, la construction d'une identité qui fait sens (Dubar, 1991) mais qui procèdent aussi en deçà du *logos* d'un ancrage corporel souvent ignoré (Martin-Juchat, 2008).

- 5 Nous utilisons le terme de professionnalisation dans une acception ouverte qui recouvre différents investissements de formes (Thévenot, 1986) et concerne différents objets, vecteurs ou processus : le recrutement, les individus et les carrières, les structures représentatives, la construction des savoirs, les formations et qualifications, les techniques et outils, normes, référentiels, standards (Demazière, Roquet, Wittorski, 2012) ; mais aussi les représentations, les modèles d'action, les pratiques (Lépine, Martin-Juchat, Millet, 2014). Il est ainsi permis de prendre en considération de façon non restrictive (bien que non exhaustive) des travaux qui se sont développés pour décrire et analyser le développement des activités professionnelles de communication dans les dernières décennies².

La professionnalisation de la communication

- 6 La communication comme fonction est désormais installée dans les organigrammes, elle s'est parfois hissée au rang de fonction directoriale et stratégique. Elle a trouvé des relais et des prolongements à son pouvoir d'ingénierie sociale et de gestion symbolique dans les activités info-communicationnelles dévolues, de manière croissante dans le dernier quart du vingtième siècle, aux cadres des entreprises et à leur travail de management (Floris, 1996). Toutefois, les communicants internes – placés en première ligne pour susciter l'adhésion des salariés aux réorganisations du travail qui résultent des effets de la mondialisation et de la financiarisation de l'économie néolibérale, vivent mal le rôle de porte-voix des directions qui leur incombe le plus souvent et la perte de sens du travail corollaire aux incohérences d'un pilotage à courte vue (Brulois, Charpentier, 2014). La communication institutionnelle – soumise aux impératifs d'une conception dominée par la marque et rabattue aux techniques de *branding*, envahie par les préoccupations et les modèles du marketing (Lépine, Martin-Juchat, Millet, dir., 2014) – fait aujourd'hui l'objet d'une défiance déplorée par les associations professionnelles qui ont pourtant largement contribué à la définition des contours de la communication et à son imagerie. Les communications autour de la Responsabilité Sociale et Environnementale et les tentatives de réinvestissements moral et éthique tombent sous la critique à l'égard de stratégies qui mobilisent des valeurs citoyennes à des fins utilitaristes et managériales (Huët, Loneux, 2009). Les critiques portées à la communication et aux communicants sont devenues légion et le constat d'une crise de la communication (et des fonctions, activités associées) est partagé par les professionnels. Sans doute ce désenchantement explique-t-il, en partie, le faible nombre de travaux de recherche sur la professionnalisation des spécialistes et des métiers de la communication au cours des quinze dernières années, en France en tout cas (Carayol, 2010).
- 7 Dans un tel contexte de crise de légitimité, il est pertinent de revenir sur l'apport des travaux sur la professionnalisation de la communication et de ses acteurs si tant

est qu'un lien puisse être établi avec une telle situation. Est-ce le professionnalisme des communicants qui est mis en doute, est-ce au contraire l'influence trop grande de ces « conseillers du prince » qui est dénoncée ; ou encore est-ce l'utilité sociétale de la communication comme pratique experte qui est contestée ? Avant de pouvoir prétendre répondre à ces questions il est utile de revenir sur les différents regards portés sur la professionnalisation des communicateurs et d'en éclairer les fondements explicites ou implicites.

- 8 Cette contribution propose ainsi dans une première partie de revenir sur les critiques portées à la professionnalisation comme objet scientifique ; puis dans une seconde partie sera présentée une recension des positionnements théoriques des recherches françaises en SIC dans ce domaine. Il s'agira d'examiner les voies déjà empruntées par ces travaux sur la professionnalisation notamment au prisme des oppositions entre épistémologies positivistes versus constructivistes ; approches objectivistes versus subjectivistes ; perspectives critiques versus fonctionnalistes. Enfin, pour reprendre une expression de B. Maggi (2011), nous souhaiterions explorer les possibilités d'une « troisième voie » pour « interpréter l'agir » de celles et ceux qui ont choisi de faire métier de la communication. Il s'agit d'une certaine manière de répondre, comme nous y invitent dans un ouvrage récent (Frère, 2015) des philosophes (parmi lesquels des grandes références internationales telles qu'A. Honneth, N. Fraser) et sociologues (parmi lesquels L. Boltanski, L. Thévenot, J.L. Genard, J.L. Laville) regroupés dans une démarche collective, à la nécessité de « souligner l'urgence sociale et politique du redéploiement de la critique » (Frère, 2015 : 9) tout en dépassant la vision sans issue d'un individu strictement agi par un ordre social indépassable et aliéné par des processus de soumission volontaire à l'esprit du capitalisme.

La professionnalisation : folk concept ou objet scientifique ?

- 9 Revenons tout d'abord brièvement sur les débats entre sociologues dans lesquels se trouve prise la notion de professionnalisation depuis la remise en question des approches fonctionnalistes des travaux anglo-saxons dès les années soixante au profit d'approches issues de la sociologie dite interactionniste. Avant les premiers travaux de la sociologie américaine sur les professions, E. Durkheim (1893)³ a été l'un des précurseurs d'une analyse des « corporations de métiers » en tant que régulateurs sociaux. Selon ce fondateur de la sociologie comme méthode d'explication des faits sociaux, ces corps intermédiaires sont susceptibles de jouer un rôle de cohésion et de prise en charge intégratrice des individus qui se sont, au cours de la révolution industrielle, éloignés du cercle de leur famille pour travailler dans les grands centres urbains et qui sont dans un rapport distant avec un État vécu comme une entité abstraite ou bureaucratique. M. Weber (1905) développe quant à lui une sociologie compréhensive qui s'attache à saisir les motifs des actions humaines à partir des significations qui leurs sont accordées. C'est pourquoi sa théorie de la stratification sociale relie les situations de marché avec les dimensions plus subjectives du prestige social et du rapport au pouvoir. L'un et l'autre inspireront les théorisations successives de la professionnalisation. Tandis qu'en France la sociologie du travail de l'après-guerre (Friedmann, Naville, 1962) porte principalement ses intérêts sur les rapports conflictuels de classes et sur les catégories professionnelles affectées par l'industrialisation, aux États-Unis s'est développée précocement une sociologie des professions marquée, dans sa première période, par la volonté de définir et caractériser les prestigieuses professions réglementées (médicales, juridiques). Ces professions y apparaissent, dans le sillage des travaux de T. Parsons (1967)⁴ et R.K. Merton (1949)⁵ – pour ne citer que les

« fondateurs » les plus célèbres de ce qui deviendra la « sous-discipline » reconnue de la sociologie des professions – comme fortement structurées afin d’assurer un rôle de régulation de membres hautement qualifiés, partageant des valeurs communes et remplissant une fonction d’une grande utilité pour l’intérêt et le bon fonctionnement de la société.

10 À cette première période succède, dans un climat de contestation de l’ordre conservateur établi, des travaux qui vont dénoncer le fondement même de la notion de profession. Hughes, Strauss, Becker, Freidson vont ainsi développer à partir des années 60 à Chicago une sociologie plus empirique, portée à comprendre de manière plus inductive les négociations, les socialisations, les segments, les intérêts, les valeurs qui, dans des contextes socialement et historiquement situés, forment des ensembles qui acquièrent ou non le titre de profession. Pour Becker (1962), il convient d’ailleurs de considérer qu’il s’agit là d’un « folk concept » qui reflète davantage les aspirations ou les positions historiquement acquises ou seulement revendiquées de certaines occupations qui restent toujours à la merci de facteurs d’instabilité et de remise en cause.

11 Du point de vue épistémologique et méthodologique, « l’école de Chicago » défend une perspective interactionniste et s’intéresse centralement aux caractéristiques et aux résultats des interactions et relations que les professions et leurs représentants entretiennent avec l’État, avec l’opinion publique à travers les médias, avec les instances formatives et académiques. Plutôt qu’aux professions constituées, l’intérêt est porté aux significations construites, interprétées et partagées par les différents acteurs sociaux, économiques et politiques. Sont aussi analysées les luttes entre segments à l’intérieur d’une même profession ou dans l’ensemble des « écologies » compétitives des professions et occupations en concurrence sur un même marché, pour reprendre l’expression d’A. Abott (2003).

12 En France, où la tradition est celle d’une sociologie industrielle d’inspiration marxiste, la notion de profession est rejetée car considérée comme un produit idéologique masquant des rapports de domination dans un ordre social qu’il faut s’attacher à rendre visible. Conséquemment, la confrontation avec les travaux américains sera relativement tardive et trouvera des prolongements au début des années quatre-vingt-dix auprès d’un groupe de chercheurs qui proposent d’adopter une perspective ouverte à l’étude des « groupes professionnels » constitués ou non en professions ou métiers reconnus.

13 Ainsi Claude Dubar, précise-t-il : « J’appelle ‘groupe professionnel’ un ensemble flou, segmenté et en constante évolution, regroupant des personnes exerçant une activité ayant le même nom doté d’une visibilité sociale et d’une légitimité politique suffisante, sur une période significative » (in Menger, 2003 : 51). La dimension processuelle constitue un aspect déterminant de ce qui se structure progressivement comme une sociologie des groupes professionnels, comme l’illustre, à l’issue du colloque international jugé fondateur de ce courant tenu en 1992, le titre de l’ouvrage coordonné par Yvette Lucas et Claude Dubar : *Genèse et dynamique des groupes professionnels*, (1994). L’ouvrage plus récent dirigé par Didier Demazière et Charles Gadéa (2009) montre l’élargissement des recherches à des métiers très peu étudiés précédemment (des dresseurs de fauves, aux prostituées en passant par les comptables égyptiens) ; il met en lumière les phénomènes d’émergence de nouveaux métiers mais aussi les risques de déprofessionnalisation qui pèsent sur certains groupes professionnels dont l’autonomie est menacée. Ces recherches contemporaines en sociologie réhabilitent la professionnalisation comme catégorie d’analyse des dynamiques sociales à l’œuvre dans des secteurs d’activités de natures très diverses et la notion est désormais détachée de sa référence initiale au fonctionnalisme anglo-saxon.

14 Dans la sphère productive, les injonctions à la professionnalisation et à la mise en œuvre de démarches de développement des compétences se multiplient dans les

années quatre-vingt-dix notamment à l'initiative du MEDEF. Elles résultent d'une recomposition post-taylorienne du paysage industriel dans les années quatre-vingt vers de nouvelles organisations productives où l'autonomie, la responsabilité et la qualification des travailleurs sont désormais jugées indispensables pour faire face aux défis et aux incertitudes d'un environnement agité par les mouvements de la mondialisation. Avec pour conséquence l'abandon progressif du modèle du poste de travail qui s'était imposé dans la période des trente glorieuses et qui associait étroitement dans les nomenclatures d'emploi des qualifications, des postes et des barèmes collectifs de rémunérations (Zarifian, 2004).

15 Au tournant de la dernière décennie du vingtième siècle, la question de la compétence devient celle d'une nouvelle définition de la productivité (Zarifian, 2004) et la professionnalisation apparaît comme un cheminement qui doit être fait par les salariés pour répondre à des enjeux économiques accrus et dont ces derniers espèrent aussi tirer un bénéfice d'autonomie et de reconnaissance. « *La professionnalisation n'est donc pas la reconnaissance d'un groupe professionnel, mais elle désigne un phénomène plus large : la diffusion de normes de professionnalité sous la double impulsion de demandes de reconnaissance de travailleurs et de formulation d'exigences de la part de leurs partenaires* » (Demazière, 2009 : 88). Ces exigences et espérances croisées conduisent certains chercheurs en SIC à renoncer à l'adoption de la professionnalisation comme objet scientifique car cette notion serait partie prenante de la rhétorique des groupes professionnels et de leurs stratégies identitaires (Walter, 1995). Elle serait donc d'abord une catégorie idéologique ou politique relayant un principe évaluateur. Par ailleurs, brandie comme étendard de la modernisation, la professionnalisation conduirait à des dérives condamnables dans le domaine de la formation, transformée en instrument de fabrication d'agents économiques adéquatement formatés à la maîtrise des compétences attendues sur le marché de l'emploi. En sciences de l'éducation comme en sociologie la notion fait donc débat.

16 Ces réserves sont incontestablement en partie fondées, cependant nous défendons, avec d'autres, l'idée qu'il incombe au chercheur de questionner les catégories qui – comme celle de professionnalisation – désignent non seulement des enjeux d'acteurs sociaux ou économiques mais aussi des phénomènes spécifiques au sein de grandes tendances sociétales. Ainsi la professionnalisation s'inscrit dans, mais ne se confond pas avec, des processus de différenciation, d'individualisation, mais aussi de rationalisation et de normalisation caractéristiques de la modernité occidentale.

17 Par ailleurs, les professionnels de la communication en premier lieu – qu'on les nomme communicateurs⁶ ou communicants – et tous les travailleurs, salariés ou non, à qui il est demandé de renforcer leurs capacités à travailler en équipe, à gérer des relations avec des usagers et des clients, à construire et partager des connaissances communes, à valoriser leur propre réputation comme celle de leur organisation, sont engagés dans des dynamiques qui concernent très directement les sciences de l'information et de la communication. Ces dernières n'ont pas pour objet premier d'élaborer une sociologie des groupes professionnels – fussent-ils des acteurs qui exercent les métiers en constante évolution de l'information et de la communication ; mais elles ne peuvent pas faire l'économie d'une réflexion approfondie sur les places et rôles assignés à des activités d'information et de communication dont l'exercice maîtrisé constitue un enjeu central tant au plan individuel qu'organisationnel ou politique. Et ceci, non plus pour une élite éclairée capable d'orienter la vie publique grâce à sa maîtrise de la rhétorique et de l'argumentation, mais pour une très large majorité d'individus qui, à des degrés divers et à des échelles d'ampleur très variables font ou feront un usage professionnel de compétences dites communicationnelles.

Les approches de la professionnalisation en SIC

- 18 Les travaux français qui s'intéressent au sein des SIC à la professionnalisation ont connu un développement récent (parmi lesquels pour n'en citer que quelques-uns⁷ : Bessières, Coutant, Domenget, Galibert Morillon, Lépine, cf. aussi les contributeurs aux colloques du RESIPROC⁸) qui marquent un intérêt renouvelé après les travaux initiés dans les années 90 (Walter, 1995, Le Moëne, 1998). Ils ont permis d'établir un certain nombre de constats, mais plutôt qu'un bilan des données empiriques recueillies, notre objectif est ici de recenser les apports théoriques et les perspectives qui ont été adoptées pour construire cet objet d'un point de vue info-communicationnel. Cet exercice de cartographie non exhaustive, permet de vérifier que les recherches sur la professionnalisation s'organisent globalement selon les grandes oppositions ou tensions qui traversent traditionnellement les sciences humaines et sociales.
- 19 Ainsi – avec toutes les limites que comporte un tel exercice – nous avons repéré tendanciellement quatre grandes « régions » que nous analysons en tension sur deux axes. Un premier axe oppose approches fonctionnalistes et approches critiques. Cet axe traduit à la fois la dimension politique de la professionnalisation et le potentiel d'accompagnement (décrire un phénomène comme fait social contribue à le faire exister) ou à l'inverse de dénonciation (par la mise en évidence des logiques de domination sous-jacentes par exemple) que comporte la publicisation de toute recherche en ce qu'elle est nécessairement elle-même socialement et historiquement située. Sur cet axe, sont positionnées dans la perspective fonctionnaliste, les enquêtes qui tendent à identifier les indicateurs objectivables de la professionnalisation des communicateurs – ou qui attestent de l'institutionnalisation de la fonction communication sous ses diverses dénominations et de son positionnement plus ou moins proche des instances de décision stratégique dans les organigrammes. Mentionnons les publications, que Valérie Carayol a fait connaître en France, d'enquêtes quantitatives ou qualitatives de l'EUPRERA qu'elle a présidé de 2012 à 2014, telles que l'ECM⁹ (*European Communication Monitor*). Les travaux de Jean-Luc Michel régulièrement réactualisés depuis la parution initiale en 1999, visant à identifier et recenser le contenu des tâches et les compétences associées aux professions, fonctions, métiers et activités propres à la communication relèvent aussi d'une vision positiviste et fonctionnaliste. L'ouvrage est ainsi présenté sur la page personnelle de l'auteur : « *aux communicants, il apporte des outils de crédibilité décisifs et un élargissement de leurs compétences en montrant comment la communication est au cœur de la stratégie et de la vision* »¹⁰.
- 20 À l'opposé sur cet axe, se placent les travaux qui revendiquent une inscription dans la tradition d'une recherche critique, distanciée des pratiques professionnelles des communicateurs et qui mettent à jour les idéologies (capitalistes, libérales), les illusions (enchantement de la technologie et des techniques d'information-communication, illusion de transparence), les effets d'ingénierie sociale, symbolique ou de domination qui résultent de la généralisation de pratiques professionnelles d'une communication entièrement sous l'emprise d'impératifs politiques, économiques et stratégiques. Ces approches critiques sont caractéristiques des travaux des années 90 (Floris, 1996 ; Le Moëne, 1998) et prolongés par des recherches plus récentes qui ne prennent pas centralement pour objet la professionnalisation des communicateurs mais certaines évolutions de leurs pratiques par exemple en rapport avec les enjeux de la Responsabilité sociale et environnementale, (Loneux, Huët, 2009 ; Heller, 2008).
- 21 Le second axe met en regard des travaux qui se distinguent sur un plan méthodologique, en lien étroit avec leur orientation épistémologique et leurs objets

d'études. D'un côté, se trouvent des approches compréhensives ou ethnographiques qui recourent à l'observation, au recueil et à l'analyse des discours des acteurs sur leurs propres pratiques, au sens qu'ils donnent à leurs actions. Ces recherches se réfèrent au cadre et à l'épistémologie de l'interactionnisme symbolique, à la sociologie des groupes professionnels et sous certains aspects à la sociologie de la communication politique. Il s'agit de repérer dans les auto-descriptions, dans les trajectoires biographiques et leur mise en récit, les motivations, les représentations, les identités professionnelles qui se forment dans des communautés, entre les communautés, ou face à des attentes sociales. Ainsi sont étudiées les évolutions des segments ou secteurs d'activité particuliers : la communication interne (Brulois, Charpentier, 2013 ; Chauvin, 2010) ; la communication managériale (Lépine, Parent, 2014 ; Lépine, Peyrelong, 2012) ; la communication publique et des administrations (Bessières, 2009 ; Gardère, 2009 ; Ollivier-Yaniv, 2006) ; la communication digitale (Stenger, Coutant, 2011 ; Galibert, 2014 ; Coutant, Domenget, 2015). Les travaux publiés dans les *Cahiers du Resipro*¹¹ depuis 2013 s'inscrivent assez nettement dans cette perspective qui fait crédit aux acteurs professionnels d'une capacité réflexive et (au moins parfois) critique sur leurs propres pratiques et sur les contextes économiques et sociaux dans lesquelles elles s'inscrivent.

22 Sur cet axe qui traduit plus un continuum constructiviste que des oppositions ou divergences théoriques fortes, d'autres travaux s'intéressent davantage aux productions, aux traces, aux écrits témoignant des cristallisations provisoires mais aussi des négociations, renoncements, ajouts, issus des négociations nécessaires à la genèse et à la rédaction d'un document écrit, tel que les codes d'éthique, chartes ou référentiels que les associations professionnelles et autres acteurs corporatifs des relations publiques et de la communication n'ont eu de cesse d'élaborer pour réguler et légitimer l'exercice de leur métier ou profession. L'orientation socio-sémiotique et l'analyse de la rhétorique puisent ici des emprunts dans une tradition parfois proche de la linguistique, des sciences du langage mais aussi de la sociologie (Chantraine et al. 1990, De la Broise, 2012) ; sans exclure qu'à partir d'une charte puissent aussi être interprétés des enjeux d'ordre politique voire « *des transformations en cours dans le champ des relations sociales dont elle est le révélateur* » (Huët, 2007).

23 Une telle synthèse ne rend pas grâce aux nuances et laisse de côté sans doute de nombreux travaux en SIC et dans le champ des communications organisationnelles et dont les terrains de recherche portent sur les pratiques professionnelles, les discours, les artefacts ou les productions de toute nature en contexte professionnel. Nous avons tenté de centrer la réflexion sur les recherches qui font référence aux dynamiques de professionnalisation et/ou à certaines de ses composantes : quête de légitimité, construction ou revendication d'une expertise ou de savoirs d'action spécifiques ; formation, apprentissages, compétences ; évolutions des missions, fonctions, métiers ; émergence, renforcement ou fragilisation d'activités ou de groupes professionnels ; chartes codes, référentiels et publications corporatives ; etc.

24 En décrivant la professionnalisation à partir de ces différentes facettes, il est difficile d'échapper à un certain fonctionnalisme même s'il n'est évidemment plus question de se référer à la définition étroite de la sociologie anglo-saxonne des professions de première génération. Par ailleurs, les activités d'information et de communication ont de tous temps existé sans professionnels et échapperont toujours en grande partie aux fonctions ou aux acteurs spécialisés et détenteurs d'un mandat, d'un statut, d'une fonction proprement dédiés à une pratique experte de la communication ; ainsi de la communication politique, de la communication managériale, de la communication militante, etc.

25 Parmi les nombreux écueils qui se présentent aux chercheurs qui cependant prennent au sérieux un ensemble de phénomènes regroupés sous le terme polysémique de professionnalisation, la question (ancienne et partagée par la plupart des SHS) des articulations entre individu et collectif / expérience sensible et

intentionnalité du sujet, processus organisationnels et tendances sociétales structurantes n'est pas des moindres. Les approches subjectivistes encourent le risque d'être circonscrites à des recherches empiriques de portée limitée voire de rester « aveuglées » par le sens ou l'interprétation du point de vue des acteurs, peu à même d'appréhender les logiques sociétales inscrites dans un temps long. D'un autre côté, les recherches critiques revendiquent, dans la tradition durkheimienne, une rupture épistémologique avec les objets, les significations et croyances du sens commun pour dévoiler et dénoncer les formes de dénaturation, marchandisation, instrumentalisation, rationalisation qui seraient propres à l'emprise du système capitaliste ou du libéralisme sur la plupart des ressources et des activités info-communicationnelles. Mais une telle posture n'entraîne-t-elle pas le risque de traduire la professionnalisation – ou tout autre phénomène social – uniquement dans les termes d'une symptomatique de rapport de forces et de domination, de luttes de légitimité et de captation des ressources dans un marché hautement concurrentiel de métiers et de professions dont la nature même est le produit d'une rationalité qui échappe à la capacité d'action de ceux qui s'y affrontent ?

Une troisième voie : la professionnalisation comme mise en mouvement ?

26 Nous proposons d'explorer une piste de recherche inspirée par le dialogue engagé par des chercheurs dont les ancrages théoriques sont réputés opposés – notamment les sociologies compréhensive et pragmatique *versus* philosophie sociale critique.

27 Du point de vue de la gestion des ressources humaines, la professionnalisation est vue comme un processus étayé par la définition d'un ensemble de compétences acquises et développées au cours de la formation (initiale et tout au long de la vie), des apprentissages de l'expérience ; légitimé par des dispositifs de qualification, d'évaluation, etc. ; avec pour finalité première l'atteinte d'un objectif de professionnalisme, c'est-à-dire d'efficacité reconnue pour accomplir les tâches liées à un poste ou une fonction dans l'organisation. Elle est le corollaire opérationnel du modèle de la compétence qui s'est progressivement imposé au-delà des entreprises dans les administrations publiques et dans le système éducatif. À juste titre, Richard Wittorski, auquel nous empruntons l'expression, écrit que la professionnalisation est : « *mise en mouvement* des individus dans des contextes de travail flexibles et institutionnalisation de l'activité » (2008 : 12). Elle peut être analysée comme procédant d'une « volonté institutionnelle » ou une « intention sociale » qui enjoint les travailleurs à une adaptation constante exigée par les évolutions des environnements de travail et par les nécessités de conformation aux normes et aux attentes sociales dominantes (Wittorski, 2005).

28 Cette dynamique qui prend sa source de manière extrinsèque, se conjugue avec une mise en mouvement interne, une « motivation » qu'on ne peut pas disqualifier d'emblée comme étant entièrement le fruit d'un consentement inconscient ou d'une aliénation par intériorisation de normes. Dans le vocabulaire de la psychologie et notamment de la théorie de l'autodétermination¹² (Deci, Ryan, 1985, 2000) les motivations intrinsèques sont en jeu lorsqu'une activité est menée pour la satisfaction ou le plaisir personnels qu'elle procure (ex. les sensations éprouvées lors d'une activité sportive, ludique ou professionnelle ; la satisfaction liée au plaisir d'apprendre, à la connaissance ; le sentiment d'accomplissement lié aux défis relevés). La motivation est dite extrinsèque si la personne répond à des objectifs ou contraintes externes (sanctions ou récompenses - ex. le statut, le salaire, l'approbation hiérarchique ou la reconnaissance sociale) qu'elle peut à des degrés

divers adopter comme siennes – on parle alors d'introjection. Reprise ici assez grossièrement, cette perspective permet de réinterpréter les « motivations » – recueillies dans les entretiens de recherche ou dans toute autre matériau sémi-discursif – par les professionnels (en devenir ou plus expérimentés) à propos des démarches et des actions qu'ils mènent ou qu'ils investissent positivement à l'égard de leur propre professionnalisation individuellement, dans un cadre corporatif ou organisationnel (formation, partage d'expérience avec les pairs, mise en place de dispositifs de légitimation de l'action, production d'une rhétorique de justification, etc.).

29 La professionnalisation des communicateurs peut être analysée comme une mise en mouvement impulsée dans une dynamique circulaire tantôt à l'initiative des groupes professionnels et tantôt à celle des individus qui s'y reconnaissent. En rendre compte suppose de ne pas évacuer la subjectivité et les engagements intimes qui alimentent la construction identitaire et la formation d'un *ethos* qui rend intelligible et acceptable l'activité du professionnel (Baillargeon et al., 2013) à ses propres yeux et aux regards des attentes sociales qui portent sur son action. Cette attention portée à ce qui fait sens pour les individus, à ce qui alimente ou freine leurs trajectoires et permet de les mettre en récit doit être articulée avec (et non pas opposée ou apposée à) une analyse qui met en perspective les mobiles d'action hétérogènes voire contradictoires à une échelle micro ou méso et les motifs économiques et sociaux qui à une échelle plus vaste tracent des évolutions sociétales qui les subsument.

30 On peut aussi analyser l'injonction à la professionnalisation et les multiples incitations à professionnaliser les formations, les formateurs, les formés, les administrations et, finalement, l'ensemble des activités humaines dans une perspective critique comme un des opérateurs puissants de l'idéologie néolibérale, d'autant plus efficace qu'il s'appuie sur le désir de réalisation et d'autonomie des individus.

31 En effet, la professionnalisation traduit un projet hétéronome (Castoriadis, 1999) – celui de la fabrique d'un individu réagissant « spontanément » selon les normes attitudinales libérales en tant qu'entrepreneur de lui-même, responsable de sa propre valorisation (Caumières, 2011), invité à se singulariser, à se distinguer mais aussi à se mettre en conformité avec des normes sociales et professionnelles. Les communicateurs sont-ils destinés à être, d'une certaine manière, ceux qui, préemptant la maîtrise technique et forts de la légitimité acquise dans le dernier tiers du XXe siècle, le cheval de Troie de cet imaginaire libéral chargé des promesses du progrès technique, de la croissance infinie et de la marchandisation de toute forme de production ou de services ? Ou peut-on par hypothèse envisager que les activités de communication puissent possiblement constituer – y compris dans un cadre d'exercice professionnel, c'est-à-dire d'un agir stratégique – un facteur positif dans un projet d'autonomie qui ne soit pas réduit à celui d'un groupe professionnel en quête de reconnaissance ?

32 Du point de vue de la critique sociale, la professionnalisation des communicateurs à laquelle la grande majorité de nos formations universitaires contribuent – ne serait-ce qu'en octroyant les diplômes qui indépendamment de leur contenu alimentent des stratégies de clôture de marché et de légitimation professionnelle – peut être analysée comme un processus aliéné et en finalité orienté au bénéfice principal du système capitaliste. Processus dont les chercheurs seraient au mieux les témoins impuissants, au pire les complices.

33 Cependant, certaines recherches mettent en avant la confrontation de modèles de pensée et de conceptualisations, des concurrences mais aussi des emprunts, des influences réciproques et des hybridations de pratiques (Voir notamment le N° 30 de *Sociologies Pratiques* coordonné par Vincent Brulois et Philippe Robert-Tanguy, 2015 ; Lépine et al. 2014) qui témoignent des interactions entre praticiens et chercheurs et des effets « retours » entre théorisations scientifiques et modélisations

à visée professionnelle (Berthelot-Guiet, 2004 ; Morillon, 2007). La crise que traverse la communication, ainsi que la défiance sociale à laquelle les professionnels qui l'exercent doivent faire face, ne sont sans doute pas totalement étrangers à la demande très actuelle d'un rapprochement entre ces deux sphères interdépendantes qui ont maintenu une distance marquant ainsi chacune leur champ d'action différencié. Dans le domaine des communications d'entreprise, ce rapprochement pourrait évoquer (comme cela a été le cas dans les années 80-90) la tentation de quelques enseignants-chercheurs de valoriser leur capital symbolique et cognitif dans des démarches de consultance. Sur l'autre versant, il pourrait traduire la nécessité pour les professionnels de renouveler une « boîte à idées » et des modèles qui ne fonctionnent plus, en puisant dans le vocabulaire savant un nouveau vernis d'expertise. On peut aussi, avec Antony Giddens (1994), considérer que la circulation des concepts construits par les SHS et par les recherches en SIC, à la faveur des échanges entre praticiens réflexifs et chercheurs « impliqués », peut, en retour, modifier les conditions de la *praxis* communicationnelle des professionnels.

34 Le contexte n'est plus celui des « origines » de la fonction communication et des métiers qui s'y rapportent ; ni celui des SIC à l'orée de leur institutionnalisation comme champ disciplinaire. Les unes et les autres ont assis leur existence et sont parvenus à conforter leur positionnement – même si, comme nous l'apprend l'histoire, il en va des professions, des métiers comme des disciplines : nulle position n'est acquise *ad vitam aeternam*. Des mouvements complexes, non linéaires et sans doute réversibles traduisent des recompositions ou préfigurent des transformations de la communication en tant qu'activité experte et professionnalisée – partiellement comparables aux évolutions connues par le monde des journalistes et des médias d'information. Peut-on considérer qu'une des contributions des recherches sur la professionnalisation des communicateurs menées au sein des SIC puisse conduire à nourrir et renforcer la réflexivité des praticiens mais aussi celle des étudiants inscrits dans nos cursus de formation ? Ce faisant il s'agit aussi de porter un regard qui ne tient pas pour totalement négligeables les motivations altruistes et non utilitaristes qui sous-tendent le choix, pour certains, « d'entrer en communication ». Ni d'obérer toute tentative de penser le rôle de la communication dans un projet d'autonomie et d'émancipation. Citons la voie empruntée par Olivier Galibert qui, sans nier les formes de contrôle social et d'instrumentalisation marchande des communautés et des réseaux sociaux qui se sont développés sur Internet, invite à examiner aussi le potentiel émancipatoire de certaines SACI¹³ : « *il s'agira de comprendre comment le modèle normatif de la 'communauté virtuelle' travaille à l'émancipation des usagers-membres, ne serait-ce qu'à minima, en créant ce que Boltanski nomme des 'zones d'autonomie temporaires'* » (2014 : 131).

35 Il y aurait entre radicalisme des approches critiques et relativisme des approches compréhensives une voie à explorer pour des recherches sur la professionnalisation de la communication et des communicateurs. La notion de mise en mouvement permet une analyse dynamique et intégrative qui rend compte à la fois des motivations intrinsèques et extrinsèques des professionnels et du sens donné à leur engagement sans confondre leur aspiration à une plus grande indépendance et à la légitimité que procure une meilleure reconnaissance de leurs fonction, métier, compétences et son potentiel d'autonomie et d'émancipation sociale. Ce dernier réside dans le potentiel créatif d'une réappropriation des espaces d'interlocution et de renouvellement des imaginaires sociaux qui pourrait surgir d'une maîtrise experte de la communication aujourd'hui largement assujettie à la puissance hétéronome de la pensée libérale capitaliste.

36 Le mouvement s'inscrit aussi dans une perspective historique et diachronique sans verser dans l'illusion d'une trajectoire linéaire ou l'idée d'un aboutissement des recompositions des formes dans et par lesquelles se façonnent et possiblement s'instituent secondairement des métiers ou professions préemptées, ou du moins

revendiquées, par certains acteurs (Le Moëne, 1994 ; Chauvin, 2010). Dans une perspective plus synchronique, peuvent être repérés les motifs de l'engagement collectif (dans les associations corporatives par exemple), la socialisation professionnelle et la puissance des normes, leur négociation ainsi que les mouvements de structuration/restructuration qui en résultent dans la sphère professionnelle.

En guise d'ouverture

37 D'un certain point de vue provocateur, nous suggérons de penser la professionnalisation totalement à rebours de son acception initiale dans la sociologie américaine – soit « *le processus par lequel une activité devient une profession libérale mue par un idéal de service* » (Wittorski, 2008) – pour rendre compte d'un mouvement d'extension des compétences communicationnelles et des ressources mises à la disposition du plus grand nombre. En tant qu'elle procède d'une élaboration de savoirs et de développement de méthodes qui lui sont propres, ainsi que d'une pratique formative, la professionnalisation des activités de communication peut aboutir en son contraire et être requalifiée comme la réappropriation au sein de l'activité professionnelle, spécialisée ou non, d'un usage expert des dispositifs, des outils, des savoir-faire à d'autres fins que celles de la Raison qui les a fait exister comme occupation professionnelle.

38 Nous avons tenté d'indiquer avec l'idée de mise en mouvement qu'une problématisation de la professionnalisation ne peut ni être orientée par le seul recueil des motivations des acteurs et à leurs traductions rhétoriques sémio ou socio-discursives ; ni réduite à une analyse en termes de dynamiques ou processus structurants. Ce vocabulaire, même (ou surtout) lorsqu'il est appliqué au champ du social comporte une connotation mécaniste qui tend à naturaliser les évolutions sociétales et à minorer leur contingence, leur réversibilité, les phénomènes émergents ou minoritaires. Les communicateurs sont à la fois agents-acteurs intentionnels et agis par la professionnalisation des activités info-communicationnelles ; mais les enjeux de maîtrise des compétences qui relèvent de ces activités débordent largement le champ d'acteurs spécialisés.

39 L'intrication forte entre travail et communication a été décrite depuis vingt ans déjà dans la grande entreprise industrielle (Zarifian, 1996) et la réflexion sur le rôle des communications et des paroles dans l'activité de travail a menée en France notamment par le réseau Langage et travail (Borzeix, Fraenkel, 2005 ; Delcambre, 1997 ; Grosjean, Lacoste, 1998). Les recherches en communications organisationnelles ont produit des résultats significatifs : là où le sociologue pointait la nécessité de « *penser la gestion* » et « *le rapport que gestion et communication peuvent entretenir* » (Zarifian, 1996 : 209-210), les travaux menés dans le cadre d'Org&Co éclairent et caractérisent, sous des angles et avec des approches diverses, l'importance centrale des activités info-communicationnelles.

40 Les recherches sur la professionnalisation ont leur place dans cet ensemble, qu'elles portent sur les dimensions de spécialisation, technicisation, appropriation experte collective par des groupes professionnels identifiés ou bien qu'elles s'intéressent à la formation, à l'extension (et aux limites) des capacités individuelles à mobiliser et combiner des ressources (organisationnelles, matérielles, cognitives, procédurales, mais aussi émotionnelles et corporelles) dans des contextes professionnels dont les caractéristiques procèdent de ces compétences en même temps qu'ils les contraignent ou les habilitent. Notre hypothèse concerne non seulement l'extension ou la généralisation des pratiques mais celle de la professionnalisation des activités info-communicationnelles dans des métiers et des groupes professionnels bien au-delà de celui des communicateurs (lui-même diffracté

en multiples métiers). Ces derniers jouent cependant un rôle particulier dans ce phénomène qualifié de mise en mouvement. À travers l'action des associations corporatives et des tentatives renouvelées de ré-enchantement des missions communicationnelles ; à partir de la publicisation de leur propre foi dans la contribution universelle d'un exercice maîtrisé et étayé par des méthodes, des savoirs spécialisés ; en soulignant l'ambition à la fois stratégique et politique – au sens fort – de la communication, ils suscitent un désir, une envie, une motivation à l'égard de la communication. L'engouement de nombreux jeunes pour ses filières de formation en témoigne.

41 Dans le mouvement de professionnalisation, les compétences communicationnelles (qui restent à théoriser), la maîtrise des TIC et de leurs usages adaptés, les capacités d'accès aux informations et de leur transformation en valeur ou en finalité sont des compétences devenues incontournables pour les cadres et de nombreux salariés, quel que soit leur secteur d'activité. Elles prennent une place accrue dans tous les cursus de formations et sont déjà enseignées dès les cycles primaires et secondaires. Celles et ceux qui – chercheurs, enseignants, praticiens ou passionnés autodidactes – prennent part à cette mise en mouvement endossent un rôle social dont les SIC doivent analyser les caractéristiques, les enjeux, la portée. Ce type de recherche gagnera à être mené en rapprochant des travaux ou en construisant des programmes interdisciplinaires ambitieux soulignant les articulations, les tensions, les paradoxes entre les motivations individuelles, les mobilisations collectives, les recompositions organisationnelles, les stratégies économiques, les intentions politiques, les imaginaires sociaux et les projets sociétaux qui se traduisent et sont soutenus par des pratiques de plus en plus professionnalisées de l'information et de la communication.

Bibliographie

Abbott, A. (2003), « Écologies liées : à propos du système des professions », in P-M. Menger (éd.), *Les Professions et leurs sociologies. Modèles théoriques, catégorisations, évolutions*, Paris : Éd. ehess, p. 29-50.

Astier, Ph. (2008), « La professionnalisation comme intention, comme processus et comme légitimation. », *Savoirs* 2/2008 (n° 17), p. 63-69

Baillargeon, D. et David, M.D (Eds) (2013), « La professionnalisation des communicateurs, Dynamiques, tensions et vecteurs », *Cahiers du Resiproc*, N° 1, Presses universitaires de Louvain.

Becker H. S. (1962), « La nature d'une profession », in *idem, Le travail sociologique.*

Méthode et substance, Fribourg, Academic Press Fribourg/Éditions Saint-Paul, 2006.

Berthelot-Guiet, K. (2004) Instrumentalisations de la sémiotique. *Études de communication. langages, information, médiations*, N° 27.

Bessieres, D. (2009). La quête de professionnalisation des communicateurs publics : entre difficulté et stratégie. *Formation emploi*, (4), p. 39-52.

Borzeix, A. et Fraenkel, B. (2005), Langage et travail (communication, cognition, action). *CNRS communication*.

Brulois, V. avec Robert-Tanguy, P. dir. (2015), « Communication en entreprise : chacun cherche sa voie », *Sociologies Pratiques*, N° 30.

Brulois, V. et Charpentier, JM. (2013), Refonder la communication en entreprise : de l'image au social. Fyp : Limoges.

Castoriadis, C. (1999), *L'institution imaginaire de la société*, Paris : Points Seuil.

Carayol, V. (2010), "PR professionals in France : an overview of the sector", *Journal of Communication Management*, vol. 14 Iss : 2, p. 167 – 177.

Caumieres, Ph. (2011), Castoriadis : critique sociale et émancipation, Paris : Textuel.

Chantraine, Olivier. Les écritures professionnelles ou la difficile synthèse de normes communicationnelles hétérogènes. *Études de communication. langages, information, médiations*, 1992, no 13, p. 139-155.

- Lepine, V., & Parent, B. (2014). De la visibilité à l'individuation des cadres hospitaliers. *Communication & Organisation*, (2), p. 41-52.
- Lepine, V., Martin-Juchat, F., Millet, C. (dir.) (2014), *Acteurs de la communication des entreprises et organisations : pratiques et perspectives*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Lepine, V., Peyrelong, M. F. (2012). Aux frontières de deux métiers : les compétences communicationnelles en jeu dans les bibliothèques. *Communication et organisation*, (41), p. 63-73.
- Loneux, C., Huet, R. (2009), « Le tournant institutionnel de la RSE à l'épreuve de l'analyse communicationnelle », pp. 117-135, *Revue Française de Socioéconomie*, Paris, éd. La Découverte.
- Martin-Juchat, F. (2008), *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, Bruxelles : De Boeck.
- Michel, J.L. (1999), *Les Professions de la communication Fonctions et métiers*, Paris : Edition Ellipses.
- Morillon, L. (2007). Nomadisme du modèle marketing, quelle appropriation dans les recherches actions en communication organisationnelle ?. *Communication & Organisation*, N° 1, p. 13-13.
- Ollivier-Yaniv, C. (2006). La communication publique. Communication d'intérêt général et exercice du pouvoir. *Sciences de l'Information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Presses universitaires de Grenoble.
- Osty, F. (2003), *Le désir de métier, Engagement, Identité et reconnaissance au travail*, Presses Universitaires de Rennes.
- Stenger, T., Coutant, A. (2011). Community management et community managers : Cheval de Troie marketing pour le web social ?. *Web social, communautés virtuelles et consommation*, 140.
- Thevenot, L. (1986), « Les investissements de forme », in Thévenot, L. (ed.) *Conventions économiques*, Paris : Presses Universitaires de France (Cahiers de Centre d'Etude de l'Emploi), pp. 21-71., consulté le 21 janvier 2016. URL : <http://gspm.ehess.fr/docannexe.php?id=556>.
- Walter, J. (1995), *Directeurs de la communication. Les avatars d'un modèle professionnel*, Paris : l'Harmattan.
- Wittorski, R. (2005), *Formation, travail et professionnalisation*, Paris : L'Harmattan, Action & Savoir.
- Wittorski, R. (2008), « La professionnalisation », *Savoirs 2/2008* (n° 17), p. 9-36.
- Zarifian, P. (1996), *Travail et communication. Essai sociologique sur le travail dans la grande entreprise industrielle*, Paris : PUF, Sociologie d'aujourd'hui.
- Zarifian, P. (2004), *Le modèle de la compétence*, Rueil Malmaison : Éditions Liaisons.

Notes

1 Voir le détail des différentes nomenclatures et leur évolutions sur le site « analyse économique et historique des sociétés contemporaines », url : <http://aehsc.chez.com/> ; ainsi que le site de l'insee pour les nomenclatures de la statistique nationale en vigueur : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/liste-nomenclatures.htm>

2 Ne sont pas ici pris en compte les nombreux travaux qui portent sur les métiers du livre, des bibliothèques ; de l'information journalistique ou spécialisée ; de la documentation.

3 Première parution 1893 : Durkheim, E. De la division du travail social. Livres II et III. Paris, PUF, 1967, huitième édition. Version disponible en ligne sur le site de la Bibliothèque des Classiques des sciences sociales. url http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/division_du_travail/division_travail_2.pdf, page consultée le 23/07/16.

4 Pour une synthèse des travaux de Talcott Parsons, voir Rocher, G. (1988), *Talcott Parsons et la sociologie américaine*, Paris, PUF. Version disponible en ligne sur le site de la Bibliothèque des Classiques des sciences sociales. http://classiques.uqac.ca/contemporains/rocher_guy/Talcott_parsons_socio_amer/parsons_socio_amer.pdf page consultée le 23/07/16.

5 L'ouvrage de Robert King Merton *Social Theory ans Social Structure* est paru en 1949. Pour l'édition française (1ère ed. 1953, 1997) *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Paris, Plon.

6 Ce terme de communicateur est préféré notamment par les collègues belges et canadiens : le suffixe « -eur » désignant l'agent particulier d'une action tandis que le terme communicant en

usage en France pour désigner les spécialistes de la communication est la forme substantivée du participe présent communiquant, qui serait applicable à tout individu qui communique. Dans la suite du texte le terme de communicateur sera retenu.

7 Afin de ne pas alourdir la bibliographie, les auteurs mentionnés dans cet article seront parfois référencés à partir d'une seule de leurs publications bien que ces dernières soient nombreuses.

8 Le Réseau International sur la Professionnalisation des Communicateurs (RESIPROC) a été fondé en 2011 à l'occasion du 79ème congrès de l'ACFAS à Sherbrooke. Il réunit dans une démarche originale de dialogue et de partage des réflexions et recherches sur l'évolution des enjeux et des pratiques, des métiers, des formations à la fois des enseignants-chercheurs et des praticiens de la communication belges, canadiens, français. <https://resiproc.org/a-propos/>

Il convient de préciser que l'auteur de cet article compte parmi les fondateurs et animateurs de ce réseau.

9 Cette enquête se présente depuis 2007 comme l'enquête internationale la plus importante sur « les défis actuels et les tendances futures en communication stratégique en Europe et dans le monde », <http://www.communicationmonitor.eu/> page consultée le 20 avril 2016.

10 <http://www.jeanlucmichel.com/Distanciation/Professions.com3.html> page consultée le 20 avril 2016.

11 Les Cahiers du Resiproc (Réseau international sur la professionnalisation des communicateurs) sont édités aux presses universitaires de Louvain depuis 2011 sous la dir. de François Lambotte : <http://pul.uclouvain.be/fr/collections/resiproc/> ; ils deviennent en 2016 la revue Communication & Professionnalisation

12 Pour une présentation plus détaillée et les références bibliographiques associées, voir le site de ses deux principaux théoriciens <http://selfdeterminationtheory.org/theory/>

13 Services et Applications Communautaires sur Internet

Pour citer cet article

Référence électronique

Valérie Lépine, « Penser la professionnalisation comme une mise en mouvement : les communicateurs », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 9 | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, consulté le 27 mars 2018. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/2266> ; DOI : 10.4000/rfsic.2266

Auteur

Valérie Lépine

Valérie Lépine est MCF en Sciences de l'information –communication à l'Université Grenoble Alpes, chercheure au Gresec (EA 608) et secrétaire générale de la Sfsic. Co-fondatrice du Resiproc (réseau international sur la professionnalisation des communicateurs). Mail : valerie.lepine@iut2.univ-grenoble-alpes.fr.

Articles du même auteur

L'agir affectif dans le travail d'encadrement : un objet de recherche interdisciplinaire

[Texte intégral]

Paru dans *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 12 | 2018

L'entretien professionnel : les contours flous de la négociation [Texte intégral]

Paru dans *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 9 | 2016

Activités des commissions Formation – Recherche – Relations professionnelles [Texte intégral]

Paru dans *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 1 | 2012

Droits d'auteur



Les contenus de la *Revue française des sciences de l'information et de la communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.

