

1. Record Nr.	UNINA9910796296103321
Autore	Winkel Aurore Van de
Titolo	Gerer les rumeurs, ragots et autres bruits // Aurore Van de Winkel
Pubbl/distr/stampa	Liege : , : EdiPro, , [2014] ©2014
ISBN	2-511-01402-5
Descrizione fisica	1 online resource (464 p.)
Collana	Communication
Disciplina	302.24
Soggetti	Rumor Communication in organizations Communication
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	Couverture; Page de titre; Remerciements; Preface; Introduction; PARTIE 1: Clarification des genres rumoraux; Chapitre 1 - La rumeur; Definition et caracteristiques; Le tract de Villejuif; Chapitre 2 - Le ragot; Definition et caracteristiques; Harcelements sexuels; Chapitre 3 - La legende urbaine; Definition et caracteristiques; Les 5 types de legendes urbaines; 1. La legende d'avertissement; 2. La legende moralisatrice; 3. La legende de vengeance; 4. La legende de mystere; 5. La legende cynique; Chapitre 4 - Le spam; Definition et caracteristiques; Des propositions douteuses La presse et l'e-presseSites, blogs, forums et chats; Les courriels; Les reseaux sociaux; Les SMS (Short Message Service) et la telephonie; Chapitre 5 - Contenu; Le contenu du ragot; Le contenu de la rumeur et de la legende urbaine; 1. Les paniques alimentaires; 2. Les techno-peurs; 3. L'agresseur; 4. La theorie du complot; 5. Le sexe; 6. La Nature indomptee; 7. Le surnaturel; Le contenu du spam; Le contenu du scam; Le contenu du buzz; Chapitre 6 - Efficacites; Les efficacites du ragot; Les efficacites de la rumeur; Les efficacites de la legende urbaine; Les efficacites du spam et du scam Les efficacites du buzzChapitre 7 - Role de la croyance; Les conditions d'emergence des croyances; La croyance et les systemes de representation; La croyance et le relationnel; Les procedes renforçant la

credibilite; 1. L'impact de la forme de l'annonce; 2. L'impact du contenu; Croyance et satisfaction cognitive; Les differents degres de croyance; Le role des sceptiques; PARTIE 3: Organisation et annonces rumorales; Chapitre 1 - Role des annonces rumorales dans l'organisation; La rumeur dans l'organisation; Le ragot dans l'organisation; La legende urbaine dans l'organisation  
Votre compte a ete suspendu

---

## Sommario/riassunto

Comment retourner le buzz a son avantage ? Beaucoup d'organisations doivent gerer, un jour ou l'autre, des rumeurs, ragots, legendes urbaines, spams, scams ou autres bruits. Ces phenomenes ont des consequences les plus souvent negatives : instauration d'un climat de mefiance, reduction de la motivation et de la productivite du personnel, destabilisation de la hierarchie, augmentation des conflits, perte de clientele, deterioration de l'image, attaques des consommateurs, triomphe des concurrents, etc. Comment y reagir ? Se taire ? Nier en bloc ? Diffuser des dementis ? Retourner le buzz a son av

---