

---

Appel à communication pour le  
**XVIII<sup>e</sup> Congrès de la Société française des Sciences de  
l'Information et de la Communication (Sfsic)**  
**Rennes, 30 mai-1<sup>er</sup> juin 2012**

---

[13.07.11]

**« La contribution des sciences de l'information  
et de la communication aux débats publics »**

Nous l'observons et le vivons : les chercheurs en sciences de l'information et de la communication, les groupes d'études, les équipes et les programmes de recherche analysent, dans leur diversité, les processus informationnels et communicationnels, les pratiques sociales, les dispositifs, les médias, les formes organisationnelles, les évolutions et les événements avec l'ambition d'augmenter, même de façon modeste, le savoir commun. Ces travaux ont souvent vocation à irriguer les débats publics, les demandes sociales et politiques, contribuent à les alimenter de connaissances validées et si possible de concepts, de savoirs...

Interroger la contribution des sciences de l'information et de la communication aux débats publics, c'est donc en premier lieu mesurer la portée de notre apport, en lien avec les autres disciplines, et analyser notre ambition de chercheurs, autrement dit, fixer notre spectre d'intervention, cerner les contours et en limiter la portée. Parler de contribution suppose le désir de participer au débat public, en facilitant la compréhension des problématiques envisagées et en communiquant les « codes d'accès ». Participer aux controverses scientifiques, sociales ou politiques, les analyser. Mais contribuer signifie-t-il être entendu, et reçu ?

Contribuer, est-ce accepter les règles d'un jeu : la production de connaissances au service d'un marché, ou d'une idéologie, d'un industriel, d'une technique ou d'une politique ? Faut-il même qu'une discipline contribue aux débats publics ? Les acteurs ne seraient-ils suffisamment informés des questions qui les animent au point qu'il faille les leur expliquer ? La « contribution » d'une discipline de recherche serait-elle une sorte de justification institutionnelle d'une pratique auto-référencée ? Un accomplissement du désir de reconnaissance du chercheur ? Cette aspiration à la contribution (être entendu, enfin, être lu !), comme une « mission » de la recherche, mérite qu'on l'interroge.

Cette contribution est réelle, ou constitue une possibilité ouverte. Mais n'est-elle qu'une pierre apportée à l'ingénierie de la communication, laquelle se renouvelle en divers champs de la société, et accompagne, par exemple, la réforme de l'école ou du code de la nationalité ? Ou vise-t-elle à décrypter

celle-ci ? La recherche en information – communication n’a-t-elle pas à déceler les usages de l’information et de la communication, à voir à quoi elles servent, au service de quoi elles sont mises, ce qu’elles font exister ? Si la communication peut aller jusqu’à créer et inventer un monde spécifique, la recherche n’a-t-elle pas à l’indiquer, à en retracer la genèse et, le cas échéant, à en montrer la facticité ? Qu’est-ce, enfin, qu’une contribution ? Comment advient-elle, opère-t-elle et s’intègre-t-elle ? Faut-il même vraiment contribuer ?

Les sciences de l’information et de la communication ont toujours été en prise avec le contemporain. Interroger la contribution des sciences de l’information et de la communication aux débats publics, c’est prendre la mesure des travaux menés pour comprendre le monde contemporain dans ses transformations, vouloir rendre visible ces travaux, et les arrimer à la réalité présente. C’est au moins (et peut-être au mieux) déconstruire les lieux communs, les trivialités ô combien prégnantes. Interroger l’histoire des processus et dispositifs communicationnels. C’est là une fonction sociale de la recherche, heuristique, pédagogique, de transmission. La prétention heuristique des sciences de l’information et de la communication est d’autant plus légitime que l’information – communication est aussi l’instrument de l’idéologie, du management, ou du gouvernement. En ce sens, il est de la responsabilité des sciences de l’information et de la communication d’interroger les rapports de celle-ci au pouvoir en tant qu’il se dit, fait signe, structure.

Communication et migrations, liens entre éthique, science et politique, place et évolution de l’information scientifique et technique, visibilité médiatique internationale de la richesse, concentrations dans les médias, évaluation des politiques publiques, information financière, conservation des traces de l’identité numérique et surveillance, utilisation des nouvelles technologies dans l’éducation, présence des « minorités » à l’écran, traçabilité et assurance qualité, évolution et recomposition des organisations sous l’effet des Tic ou des normes techniques, développement de la communication sur « l’avenir de la planète », information sur les risques sanitaires et pharmaceutiques, rôle des outils de télécommunications dans les révolutions sociales et politiques... Nombreuses sont les questions du débat public qui mobilisent les sciences de l’information et de la communication, qui, plus ou moins dans l’ombre, contribuent à les instruire. Si la communication n’est pas toute, et si tout n’est pas information, l’une et l’autre, réunies<sup>1</sup>, sont présentes dans la plupart des questions qui occupent les débats publics, sans que ces derniers soient nécessairement nourris des recherches en sciences de l’information et de la communication.

Voici donc, d’un tracé large et questionnant, l’objet d’un congrès qui, dans le respect de son format, entend rassembler les travaux conduits dans les différents segments ou périmètres de notre communauté scientifique. Du musée au plateau de télévision, de la communication ordinaire au politique, de l’organisation à l’institution, du geste aux applications numériques dites « sociales », du jeu vidéo aux compositions sonores interactives, les lieux et les espaces que nous investiguons mobilisent l’information – communication dans ses dimensions sociale, langagière, sémiotique et technique, et sont aujourd’hui objets de débats dont le périmètre de publicisation varie. Saisir la place de l’information – communication dans les sujets des débats contemporains, c’est donc faire notre travail ordinaire de chercheur, dans une mutualisation appelée à produire des effets.

---

<sup>1</sup> Le syntagme d’information – communication entend signifier l’indéfectibilité du lien entre information et communication, au-delà de la seule conjonction de coordination.

Cinq axes sont proposés pour accueillir, susciter ou orienter, sans exclusive toutefois, la réflexion :

## **1.) Informer – communiquer sans machine**

Pierre Schaeffer parlait de « machines à communiquer ». Est-il possible, aujourd'hui, et comment, d'informer et de communiquer sans machine (sauf à penser le corps, le langage et l'humain comme « machines ») ?

1.1. Sans doute convient-il de réinterroger la communication interpersonnelle, l'information en tant qu'interprétation, et la place du corps et du langage dans l'information – communication. Il convient également de pointer ce qui dans l'information – communication échappe à la télécommunication, informatisée ou non. Les applications numériques en ligne dite de réseaux sociaux, les sites de rencontre en ligne indiqueraient-ils, par exemple, un « devenir-machine » de la communication interpersonnelle ?

1.2. En quoi les dispositifs techniques de communication modifient-ils profondément les relations entre le travail et la vie privée ? Les normes techniques, et juridiques, induisent-t-elles par ailleurs une modification des logiques de gestion des relations internes dans les différentes institutions sociales (entreprises, administrations publiques, associations, syndicats) ?

1.3. L'instrumentation de la communication, qui ouvre de nouveaux espaces d'échange, crée des mises en relation, suscite-t-elle des résistances ? L'instrumentation technique de l'information – communication est un enjeu financier, publicitaire et commercial, politique et citoyen. Qu'en est-il réellement des traces laissées par ces communications qui ne s'effacent pas tout à fait ?

## **2.) Médiatisation ?**

2.1. La médiatisation, mise en média, passage par le média, est-elle la condition actuelle de toute communication ? Existe-t-il encore, et si oui de quelle façon, une communication qui échappe, sinon au média, du moins au médiatique ? Si toute communication suppose une médiation et un système symbolique, la présence d'une organisation en média est-elle nécessaire ? Qu'en est-il, ensuite, des conditions techniques et économiques de ces médias, de leur place dans l'espace public, et de la place qu'ils laissent à l'espace public (comme si, toujours, la communication avait pour fonction d'occuper l'espace) ? La numérisation dissout-elle ou recompose-t-elle les médias et la médiatisation des échanges, des savoirs ? Quelles sont les mutations du monde médiatique en cours, et comment celles-ci influencent-elles le débat public ? Quel lien peut-on poser, aujourd'hui, entre communication et idéologie ?

2.2. La relation entre médias et « identités » a suscité un certain nombre de travaux qui interrogent notamment la façon dont des populations particulières s'approprient les médias à des fins collectives, voire personnelles. Qu'en est-il de la place et de la constitution du genre (*gender*) dans la médiatisation ? Les médias, pensent-ils acteurs et observateurs, construisent-ils l'identité de groupes sociaux, renforcent-ils les liens sociaux et participent-ils à l'épanouissement de leurs membres. Quelle place ces initiatives particulières trouvent-elles dans le débat public, marquent-elles celui-ci ?

2.3. En quoi les médias, qui donnent à voir, sinon à penser, participent-ils au processus général d'évaluation des pratiques professionnelles, par la publicisation à laquelle ils soumettent celles-ci (palmarès, enquêtes, témoignages...) ?

2.4. Qu'est-ce qui, enfin, est médiatisé ? Quel est le contenu véhiculé par ces flux médiatiques renouvelés ? L'ordinaire, l'émotion, le jeu, le recyclage du culturel daté forment-ils une part conséquente de ce qui est médiatisé ?

### **3.) Information – communication et culture**

3.1. Quel rôle, jouent, encore, l'information, la communication dans la création, l'actualisation, la réalisation et la diffusion de la culture, et pour quelle culture ? Par quels vecteurs la culture se diffuse-t-elle ? Comment la culture se communique et se transmet-elle ? Quelles sont ses nouvelles formes, et s'agit-il de formes de communication ? De quelle culture parle-t-on ? La diversité culturelle a occupé une place centrale dans les débats internationaux de ces dix dernières années, mais surtout comme norme politique transnationale ou comme transposition d'une anthropologie peu rigoureuse, sans regard sur les flux accompagnant la globalisation : comment les sciences de l'information et de la communication contribuent-elles à ce débat ? L'analyse de la communication des savoirs au musée, à la télévision, par le spectacle vivant, dans les jeux vidéos ou les *serious games*, le rapport de la religion à l'information et à la communication, le développement des *cultural studies* dans la recherche en information – communication, peuvent, parmi bien d'autres questions, trouver ici leur place.

3.2. L'information – communication, enfin, s'est-elle posée en (nouvelle) culture, contemporaine, d'incitation obligée ? Est-elle devenue le signe et la place d'une position éthique, sociale et professionnelle nécessaire ? L'injonction à communiquer, à participer au débat, la nécessité affichée d'informer, quand bien même l'information ne pourrait être reçue, ni appropriée, et la fonction thaumaturgique de la communication, héritée de la psychologie, font-elles de l'information – communication une nouvelle culture, et un ensemble de pratiques socialement nécessaires ? Est-il (encore) possible de se taire ? de ne pas informer ? Peut-on, contre Palo Alto, ne pas communiquer, et comment ? L'information – communication se serait-elle, avec ses outils, substituée à l'ancienne culture, classique, la culture de « l'honnête homme » se trouvant ainsi transformée en culture des outils de communication (*digital humanities*) et des savoir-faire qui y sont liés ? Peut-elle être à la source d'humanités modernes, recomposées ?

### **4.) Mutations et émergences**

4.1. L'information – communication connaît et suscite des mutations : elle montre ou tait ce qui émerge, que l'innovation soit sociale, c'est-à-dire acceptée par la société, ou directement info-communicationnelle, technologique ou institutionnelle. Quelles mutations et émergences la recherche en information – communication peut-elle repérer et décrypter, dans les différents espaces qu'elle parcourt, du musée à l'entreprise, en passant par les associations, les églises, l'école et l'université ? Comment les mutations du travail, des organisations, des formes organisationnelles et institutionnelles, notamment sous l'impulsion des Tic ou de la mondialisation, s'articulent-elles aux mutations de l'information – communication ? Qu'en est-il des tensions entre spatialisation et basculement dans des logiques temporelles et spatio-temporelles nouvelles, sous l'effet des machines à communiquer ? En quoi la dialectique organisation *versus* institution peut-elle, ou doit-elle, être reconsidérée ? Peut-on observer des innovations info – communicationnelles, des nouveaux dispositifs d'échange, qui ne soient pas seulement techniques ? *Quid* de l'innovation langagière et visuelle ? Que dire, enfin, des voix qui se superposent et se croisent, et de leur réception, quand toutes disent et forment le nouveau ?

4.2. A ce thème, sans doute faut-il ajouter celui de la mort et de la disparition : qu'est-ce qui se communique de ce qui disparaît, et de ceux qui disparaissent ? L'information – communication et ses médias et outils peuvent-ils dire l'effacement ? Refusent-ils ce qui meurt, sans le ressusciter ? L'oublié (la culture musicale classique ?, le latin ?, la photographie argentique ?) seraient ici à étudier, dans le rapport entretenu ou non avec la communication... L'information – communication est-elle éternelle, en ce que, précisément, elle empêcherait de disparaître, n'en laisserait pas le droit ?

### **5.) Epistémologie et conditions de la recherche en information – communication**

La pratique scientifique des Sic, qu'elles se pensent sémiotiques, systémiques ou sociales, qu'elles inventent un mode propre, inter- ou transdisciplinaire, de compréhension de la production et de la circulation de sens, consiste le plus souvent à déconstruire l'objet de sens commun pour le construire en objet scientifique. Il s'agit de saisir la circulation

et l'intention des discours, leur organisation, leur réception, les controverses dans lesquelles ceux-ci interviennent, d'interroger le langage, de percevoir la portée de l'image, de prendre la mesure de la médiatisation, d'apprécier la part et le sens de la technique de télécommunication, d'analyser la production de signes et la place du corps dans la communication. Confronter, comparer et discuter, tenter de voir si tel phénomène est réductible ou non à telle approche, et peut, même, se penser. Et avec quoi ?

Il convient ici de réfléchir sur nos méthodes et sur notre épistémologie, qui interrogent aussi la possibilité de notre contribution. Cela suppose aussi d'analyser notre héritage et d'interroger la recherche en information – communication dans son passé, en ce que cette histoire pourrait aussi nous éclairer sur notre présent. Quels sont les apports sociaux et politiques des études menées au début du XX<sup>e</sup> siècle sur les masses ? Quels liens ont existé entre la recherche sur la communication visuelle et la propagande ? Que peut-on dire aujourd'hui de la communication dans la (trans)formation d'une société ? Le développement des échanges internationaux, après la Seconde guerre mondiale, dans la perspective d'une meilleure interconnaissance des peuples était-il sans rapport avec une théorie de la communication ?

5.1. Doit-on, et comment, construire une épistémologie de la communication ? Si oui, comment se structure-t-elle, et sur quoi repose-t-elle ?

5.2. Sans doute convient-il donc dans ce cadre de revenir sur quelques « contributions », des legs, dont nous payons aussi les droits de succession. Tels ces schémas canoniques, tombés dans tous les domaines publics, qui servent la vulgate plus que la recherche. Sans prétention iconoclaste, sans faire du passé table rase, il est aussi des « contributions » dont il faut se défaire. Mais comment ? Comment envisager la réfutabilité de modèles dont nous mesurons la falsifiabilité, l'obsolescence et la nécessité d'un dépassement ? Des modèles qui, précisément quand ils servent, font encourir le risque de desservir le projet d'une élucidation scientifique. Un champ de recherche, confronté à son histoire, doit ici s'interroger sur ses apports.

5.3. La question de l'écriture, des modalités de la communication de la recherche seraient également à questionner, pour penser la nature, la forme et la réception possible ou réelle de cette « contribution » des Sic aux débats publics. Qu'est-ce qui se donne de notre « savoir » et de notre travail, comment se donne-t-il ? Dans quels mots, quelles images ? Quels schémas ? Quelles formes prennent ces connaissances, ces interrogations ? Contribuer, n'est-ce pas prendre (une) forme dans l'espace public, s'il existe ?

5.4. Peut-on, enfin, faire comme si cette production de recherche en information – communication n'était pas elle-même en pleine réforme, et débat ? Quand l'évaluation s'introduit fermement, et parfois non sans une certaine brutalité, suivant certains modèles, dans la recherche, quels modes de contribution restent possibles ? La rationalisation et l'orientation de la recherche par le mobile du projet n'oriente-t-elle pas fermement cette « contribution » sur un mode téléologique, voire proprement fonctionnaliste ?

Et si la contribution est de l'ordre de la liberté de recherche, qu'advient-il de la recherche fondamentale, mais aussi de la liberté de penser et de la création en recherche, dans les sciences de l'information et de la communication, quand appels à projets et axes des revues, ou écoles, voudraient la formater ? Formes et sens de la recherche, nature des discours et de la communication des savoirs sont donc, également, objets du débat public interne à la recherche qui déterminent, ou non, sa capacité à prendre place dans les débats publics.

\*

La publicisation de l'information – communication, sa médiatisation, ou non, est au cœur des débats publics contemporains et traverse les différents « champs » sociaux. Ce sont ces mobilisations de l'information – communication que l'on souhaiterait voir ici interroger, de différentes disciplines, par des chercheurs engagés de longue date dans la recherche, et des jeunes chercheurs, femmes et hommes, pour aider à comprendre les enjeux des mutations en cours, et augmenter l'acuité de notre regard.

Dans ces thèmes, les travaux proposés dans les différents champs étudiés par la recherche en information – communication pourront se trouver regroupés.

Les communications seront présentées en trente minutes et discutées durant quinze minutes. Des temps de pause longs seront également consacrés aux échanges.

Les propositions de communication, anonymées, et soumises *via* une plate-forme en ligne (des précisions seront communiquées ultérieurement par la Sfsic), seront étudiées et évaluées « en double-aveugle ». Elles comporteront au plus 1 300 mots, bibliographie comprise. La méthodologie d'analyse et le corpus, s'il y a lieu, seront spécifiés.

---

**Calendrier :**

- 15 juillet 2011 : publication de l'appel à communication ;
  - 15 octobre 2011 : date limite de dépôt des propositions de communication (1 300 mots) ;
  - 1<sup>er</sup> décembre 2011 : retour des évaluations du comité scientifique à la Sfsic ;
  - 15 décembre 2011 : notification des évaluations et de l'acceptation aux candidats ;
  - 30 mars 2012 : date limite de dépôt du texte définitif (3 000 mots, bibliographie comprise).
-