

Appel à communication pour le colloque :

Communication et journalisme : nouvelles frontières, nouvelles interdépendances ?

19-20 janvier 2012

*Université Versailles Saint-Quentin
Master « Politiques de communication »
VIP / CERAPS*

Responsables : Nicolas Kaciaf et Jérémie Nollet

Malgré une multiplication indéniable des enquêtes consacrées aux communicants et à leurs pratiques¹, la sociologie de la communication n'a pas connu la même « montée en puissance » que celle repérable en sociologie du journalisme [Neveu *et al.*, 2002 : 10]. Ce moindre intérêt des sciences sociales apparaît paradoxal, tant les processus de médiatisation et de circulation d'informations semblent difficilement analysables si l'on ne tient pas compte des transformations des activités communicationnelles. Si les professionnels de la communication – attachés de presse et « relationnistes » en tête – ne sont pas totalement absents des recherches consacrées aux produits médiatiques, ils sont le plus souvent appréhendés à travers le concept-écran de *sources*. Ainsi réduits au statut de « porte-parole » anonymes des organisations qui les emploient, ils n'apparaissent pas comme des acteurs à part entière dans les dynamiques de production de l'information. On sait finalement peu de choses de leurs positions respectives dans les organisations, de leurs interactions avec ceux dont ils sont chargés de fabriquer l'image, ou de leur contribution propre aux mécanismes de construction de contenus médiatiques.

Pour contribuer à la connaissance de ces « communicants » et de ce qu'ils font à la production de l'information, l'objectif de ce colloque est de questionner ce qui joue aujourd'hui entre « communication » et « journalisme » ou, plus exactement, entre « communicants » et « journalistes ». Les guillemets sont de rigueur puisqu'il demeure nécessaire de réinterroger la pertinence d'un tel découpage du monde social. Plutôt que d'identifier une improbable essence de ces secteurs et ainsi risquer de reproduire certains mythes professionnels, il s'agit au contraire d'observer comment les acteurs construisent, s'approprient et redéfinissent ces frontières, identitaires et pratiques. Il convient en particulier de saisir leurs interactions au quotidien, que ces dernières prennent une tournure conflictuelle ou coopérative [Legavre, 2007]. Il faut aussi rendre compte des transformations structurelles qui touchent ces univers et contribuent à reconfigurer leur interdépendance [Neveu, 1994] : métamorphoses de l'espace médiatique sous l'effet de la « libéralisation » de l'audiovisuel et du développement des technologies numériques, extension considérable des formations aux métiers de la communication et du journalisme, évolutions des modes de consommation médiatique, « professionnalisation » de la communication dans la plupart des institutions et entreprises, diffusion d'une idéologie de la « transparence », etc.

Pour aborder ces enjeux, les contributeurs peuvent s'inspirer d'un des quatre axes problématiques suivants.

1. Construction et déconstruction des frontières

Les contributions peuvent tout d'abord s'inscrire dans une perspective historique, afin d'étudier la genèse et la sédimentation des frontières entre les univers de la « communication » et du « journalisme », en France comme dans d'autres configurations nationales. Comment se stabilise l'identité professionnelle des « communicants » ? Dans quelle mesure les dynamiques de professionnalisation du journalisme [Ruellan, 1997] se sont-elles nourries d'un souci de démarcation à l'égard des secteurs de la « propagande » ou de la « réclame » ? Dans quelles circonstances les notions de « communication » et d'« information » ont-elles été envisagées comme distinctes voire antinomiques [Georgakakis, 2004] ?

De la même manière, les logiques ayant historiquement présidé au découpage entre « communication », « marketing » et « publicité » méritent d'être mises en évidence [Cochoy, 1999]. L'autonomisation de ces espaces

¹ Dans une perspective sociologique, CURAPP, 1991 ; Legavre, 1993 et 2007 ; Messika, 1995 ; Walter, 1995 ; Ollivier-Yaniv, 2000 ; Georgakakis, 2004 ; Nollet, 2006 ; Riutort, 2007 ; Marchetti, 2008 ; Thomas, 2008 ; Ollivier-Yaniv et Rinn, 2009 ; Dauvin, 2010.

professionnels résulte-t-elle d'une excoissance de l'un d'entre eux ou y a-t-il eu très tôt constitution de spécialités distinctes [Riutort, 2007] ? Au-delà, on peut également se pencher sur les principes de segmentation et d'objectivation des clivages à l'intérieur même de l'espace communicationnel (par exemple, « communication publique » vs. « communication d'entreprise », agences vs. services de communication) et analyser les incidences de telles divisions sur les savoir-faire professionnels, notamment en matière de « relations presse ».

Dans une perspective comparative, on peut examiner si ces frontières externes ou internes font sens dans d'autres contextes nationaux. Si oui, sont-elles le produit de dynamiques historiques singulières ? Représentent-elles sur des formes de circulation internationale des pratiques, des technologies sociales et des représentations ? Le cas échéant, ont-elles été construites suivant des dynamiques historiques différentes ? Ont-elles contribué, par un phénomène de circulation internationale de certaines pratiques, technologies sociales ou représentations, à la constitution des identités professionnelles des « communicants » en France ?

Il peut enfin être intéressant de remonter plus en avant dans le passé et se demander dans quelle mesure les mondes du « journalisme » et de la « communication » s'inscrivent dans une origine intellectuelle et/ou matérielle commune [Bautier, Cazenave, 2000]. À condition de ne pas tomber dans une approche essentialiste, les détours théoriques peuvent être précieux pour saisir les référents normatifs qui sous-tendent les conditions d'exercice de ces secteurs d'activité.

2. Différenciation et indifférenciation des rôles

Les contributions peuvent également envisager la question des relations entre journalisme et communication à l'aune de la différenciation sociale actuelle entre ces univers professionnels. Plusieurs perspectives peuvent permettre de répondre à cette interrogation.

Tout d'abord, des analyses d'ordre morphologique peuvent saisir l'intensité de la mobilité professionnelle entre les milieux du journalisme et de la communication. À quelles conditions les trajectoires professionnelles passent-elles du journalisme à la communication (ou l'inverse) ? Ces mobilités coïncident-elles avec la discontinuité accrue des carrières journalistiques que dressent de nombreuses données quantitatives [Ruellan, 2001] et qualitatives [Accardo, 1998] ? Dans quelle mesure les trajectoires professionnelles interagissent-elles avec les conceptions de rôle et les savoir-faire respectifs des communicants et des journalistes ?

Ensuite, la perméabilité des frontières peut s'observer par l'étude des espaces intermédiaires entre les mondes du journalisme et de la communication : journalisme territorial [Teillet, 2002], journalisme d'entreprise, presse spécialisée à destination de publics professionnels, etc. [Croissant et al., 2005]. Comment les acteurs de ces supports définissent-ils leur activité ? Quelles normes et contraintes encadrent leurs pratiques ? Quels rapports entretiennent-ils avec leurs publics, leurs hiérarchies, leurs sources et leurs éventuels annonceurs ?

Il peut enfin s'agir de questionner les formations à la communication ou au journalisme, à l'aune de l'inculcation des catégories de perception, de l'apprentissage des pratiques et de la production d'identités singulières [Viale, 1997 ; Chupin, 2008]. Quelle place les enseignements accordent-ils à la gestion des relations entre journalistes et communicants ? Dans quelle mesure certaines institutions tendent-elles à bousculer ce clivage en préparant conjointement les étudiants aux métiers du journalisme et de la communication ? Les étudiants sont-ils, plus ou moins qu'autrefois, prédisposés à occuper l'une ou l'autre de ces positions professionnelles ? La différenciation entre journalisme et communication prévaut-elle aussi dans les formations dispensées dans d'autres pays ?

3. Interactions et interdépendances au quotidien

L'analyse des relations entre journalistes et communicants ne peut faire l'économie d'une observation de ce qui se joue, au quotidien, dans les interactions, à la fois coopératives et conflictuelles, entre ces « associés – rivaux » [Legavre, 2007]. Dans le cadre d'une sociologie de la production médiatique, attentive à l'ensemble des acteurs qui participent à l'élaboration des discours et des cadrages journalistiques, il s'agit d'ouvrir la boîte noire des « sources » et d'étudier en détails leur division du travail, leur supposée professionnalisation, leur contribution à la fabrication de l'information [Blumer, 1990 ; Negrine, Lilleker, 2002].

Quelles stratégies et quels dispositifs les communicants mettent-ils en œuvre pour enrôler les rédacteurs, pour imposer certains discours ou pour maîtriser l'agenda ? À quelles techniques ont-ils recours pour intéresser ou contourner les journalistes, et ainsi accéder à la parole publique [Legavre, 1992 ; Marine, 1995 ; Ollivier-Yaniv, 2001 ; Thomas, 2007] ? De quelles marges de manœuvre et de quelles ressources disposent-ils au sein des organisations qui les emploient [Nollet, 2006] ? Dans quelle mesure parviennent-ils à centraliser la communication et garantir une certaine discipline de parole en interne comme en externe [Oger et Ollivier-Yaniv, 2006] ? Quel est le rôle des agences de communication dans les stratégies médiatiques des institutions administratives, politiques

ou économiques ? Répondre à ces questions peut amener à croiser observation sociologique de la fabrique de l'information et analyse de discours attentive à la circulation des énoncés dans l'espace public [Krieg-Planque, 2009].

4. Normes et savoir-faire en partage ?

Un quatrième chantier de réflexion réside dans l'analyse comparée des normes et des savoir-faire valorisés dans les univers du journalisme et de la communication. L'examen de leurs pratiques respectives laisse entrevoir une dynamique d'emprunts croisés, de métissage ou d'hybridation [Croissant *et al.*, 2005]. D'un côté, dans un contexte d'hyperconcurrence entre entreprises médiatiques, le journalisme (écrit ou audiovisuel) s'appuierait de plus en plus sur des « recettes » éprouvées dans les secteurs du marketing, de la publicité ou des relations publiques. Mobilisés pour retenir l'attention d'un public de plus en plus sollicité, ces savoir-faire constitueraient l'un des traits constitutifs d'un « journalisme de communication » [Charron, de Bonville, 2004]. À l'inverse, pour gommer l'apparence « propagandaire » de leur production, les communicants emprunteraient régulièrement certains genres journalistiques. Par exemple, la promotion des discours institutionnel s'inscrirait de plus en plus fréquemment sous la forme, apparemment distanciée, de l'interview.

Dans quelle mesure ce mouvement est-il observable en France ? L'est-il aussi dans d'autres configurations nationales ? Est-ce une nouveauté de l'époque contemporaine ? Ces emprunts relèvent-ils strictement d'enjeux formels ou transforment-ils également les postures et les rôles endossés par les acteurs ?

L'enjeu de ce colloque est finalement de favoriser les échanges entre des intervenants issus d'une diversité de disciplines (sociologie, sciences de l'information et de la communication, science politique, histoire, philosophie, etc.), mais aussi d'origines géographiques diverses, afin de permettre la rencontre de questionnements théoriques, d'ancrages méthodologiques et de cas empiriques pluriels.

Présentation des attentes.

Les propositions (3000 signes maximum) doivent être envoyées, au plus tard, le **15 mai 2011** à Nicolas Kaciaf (kaciaf@yahoo.fr) et Jérémie Nollet (jeremie.nollet@univ-lille2.fr).

Elles seront examinées, anonymement, par les membres du comité scientifique.

Notification des acceptations : 30 juin 2011

Les Actes du colloque seront publiés.

Comité scientifique :

- Jean Charron, professeur au département d'information et de communication (Université Laval, GRM).
- Jean-Gabriel Contamin, professeur en science politique (Université Lille II, CERAPS)
- Guillaume Courty, professeur en science politique (IEP de Lille, CERAPS)
- Didier Georgakakis, professeur en science politique (IEP de Strasbourg, GSPE)
- Jean-Baptiste Legavre, professeur en sciences de l'information et de la communication (UVSQ, VIP)
- Caroline Ollivier-Yaniv, professeure en sciences de l'information et de la communication (Université Paris-Est, CEDITEC)
- Erik Neveu, professeur en science politique (IEP de Rennes, CRAPE)
- Yves Poirmeur, professeur en science politique (UVSQ, VIP)

Bibliographie indicative

- Accardo A. (1998), *Journalistes précaires*, Bordeaux : Le Mascaret.
- Bautier R., Cazenave E. (2000), *Les Origines d'une conception moderne de la communication, Gouverner l'opinion au XIXe siècle*, Grenoble : PUG.
- Blumer J. (1990), « Elections, the Media and the Modern Publicity Process », in Fergusson M. (dir.), *Public Communication. The New Imperatives*, London : Sage.
- Breton P., Proulx S. (1993), *L'Explosion de la communication. La naissance d'une nouvelle idéologie*, Paris : La Découverte.
- Charron J., de Bonville J. (2004), « Les mutations du journalisme : modèle explicatif et orientations méthodologiques », in Brin C. et al. (dir.), *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, Laval : Presses de l'Université de Laval, pp. 87-120
- Chupin I. (2008), *Les Écoles de journalisme. Les enjeux de la scolarisation d'une profession*, thèse de doctorat en science politique, Université Paris Dauphine.
- Cochoy F. (1999), *Une histoire du marketing*, Paris : La Découverte.
- Croissant et al. (2005), « De la culture comme image de marque aux marques journalistiques : *Epok*, le *consumer magazine* de la FNAC », in Ringoot R., Utard J.-M. (dir.), *Le Journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes : PUR.
- CURAPP (1991), *La Communication politique*, Paris : PUF.
- Dauvin P., dir. (2010), *La Communication des ONG humanitaires*, Paris : Pepper / L'Harmattan.
- Esser F., Reinemann C. et Fan D. (2000), « Spin Doctoring in British and German Election Campaigns. How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR », *European Journal of Communication*, vol. 15, n° 2, pp. 209-239.
- Georgakakis D. (2004), *La République contre la propagande. Aux origines perdues de la communication d'État en France (1917-1940)*, Paris : Economica.
- Krieg-Planque A. (2009), *La Notion de "formule" en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté.
- Legavre J.-B. (1992) « Off the record. Modes de production d'un instrument de coordination à succès », *Politix*, n°19, pp. 135-157.
- Legavre J.-B. (1993), *Conseiller en communication. L'institutionnalisation d'un rôle*, thèse de doctorat en science politique, Université Paris I.
- Legavre J.-B. (2007), « Je t'aime moi non plus ». *Les relations d'« associés-rivaux » entre journalistes et communicants*, mémoire d'HDR en sciences de l'information et de la communication, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines.
- Marchetti D., dir. (2008), *Communication et médiatisation de l'État. La politique invisible*, Grenoble : PUF.
- Marine D. (1995), « Le "on" et le "off" ou les fausses confidences », in Accardo A. (dir.), *Journalistes au quotidien*, Bordeaux : Le Mascaret, pp. 237-258
- Messika L. (1995), *Les Dircoms : un métier en voie de professionnalisation*, Paris : L'Harmattan.
- Negrine R., Lilleker D. (2002), « Professionnalization : of What, Since When ? By Whom ? », *Press Politics*, vol. 7, n°4, pp. 98-103.
- Neveu et al. (2002), « Présentation. Dix ans après... », *Réseaux*, n°111, pp. 9-17.
- Neveu E. (1994), *Une société de communication ?*, Paris : Montchrestien.
- Nollet J. (2006), « Les communicateurs de ministère entre le champ bureaucratique et journalistique », in Chupin I., Nollet J. (dir.), *Journalisme et dépendances*, Paris : L'Harmattan.
- Oger C. et Ollivier-Yaniv C. (2006), « Conjurer le désordre discursif. Les procédés de "lissage" dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots*, n° 81, pp. 63-77
- Ollivier-Yaniv C. (2000), *L'État communicant*, Paris : PUF.
- Ollivier-Yaniv C. (2001), « L'indépendance des journalistes à l'épreuve du politique et de la communication : le localier, le chargé de communication et l'élu local », *Quaderni*, n°45, pp. 87-104.
- Ollivier-Yaniv C., Rinn M., dir. (2009), *Communication de l'État et gouvernement du social*, Grenoble : PUG.
- Riutort P. (2007), *Sociologie de la communication politique*, Paris : La Découverte.
- Ruellan D. (1994), « Les frontières d'une vocation », in Lacan J.-F. et al. (dir.), *Les Journalistes. Stars, scribes et scribouillards*, Paris : Syros.
- Ruellan D. (1997), *Les « Pro » du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*, Rennes : PUR.
- Ruellan D. (2001), « Socialisation des journalistes entrant dans la profession », *Quaderni*, n°45, pp. 137-152.
- Teillet P. (2002), « Quel journalisme territorial ? », *Pouvoirs locaux*, n°52, pp. 49-52.
- Thomas C. (2007), « Journalistes cherchent "bon communicant". L'exemple des rubricards Justice », in Dauvin P., Legavre J.-B. (dir.), *Les Publics des journalistes*, Paris : La Dispute.
- Thomas C. (2008), *Le Bruit de la loi, comment les lois deviennent médiatiques*, thèse pour le doctorat en sociologie, ENS Cachan.
- Viale T. (1997), *La Communication d'entreprise. Pour une histoire des métiers et des écoles*, Paris : L'Harmattan
- Walter J. (1995), *Directeur de communication. Les avatars d'un modèle professionnel*, Paris : L'Harmattan.