

Colloque international
Information - communication publiques ET espaces publics sociétaux :
interactions et tensions

Les 12 et 13 octobre 2017

à l'Institut de la Communication et des Médias (Echirolles)
organisé par le Gresec (Université Grenoble Alpes)

L'objectif de ce colloque est de traiter ensemble dans une tension dynamique deux notions, le plus souvent abordées de manière séparée et parfois cloisonnée : l'information – communication publique d'une part, l'espace public sociétal d'autre part.

L'information et la communication publiques constituent au cours des années 80 un objet de recherche rassemblant les activités mises en œuvre par l'Etat et par ses services. L'émergence de politiques d'information et de communication publiques s'intègre dans « l'exercice quotidien du pouvoir de l'Etat dans une société où se grippent les mécanismes traditionnels de l'assujettissement » (de la Haye 1984 : 94). La multiplication des campagnes de communication se lit comme une manière pour l'Etat, ses services et les différentes structures qui dépendent de lui, de produire un consensus social au moment où les instances traditionnelles et historiques (le Parlement et les médias généralistes) s'affaiblissent et rendent nécessaires d'autres modalités de construction de ce consensus et des normes qui l'accompagnent. Cependant cette situation peut connaître des évolutions – c'est du moins cela qu'il est nécessaire de questionner – par la montée des pouvoirs locaux, par la progressive professionnalisation et autonomisation de l'information-communication ou par la place que prennent de nouvelles questions sociétales portées par les mouvements de revendication.

Pour ces raisons, il est pertinent de mettre en regard les politiques d'information et de communication publiques ET la structuration de l'Espace public pluriel, compris dans sa double dimension : d'une part processus d'émergence de questions sociétales, d'autre part caractéristiques de leurs problématisations publiques.

Traditionnellement, c'est dans sa dimension politique que la notion d'espace public a été étudiée, donnant lieu à nombre de travaux en sociologie, science politique, philosophie politique et sciences de l'information et de la communication. Les exigences de démocratie participative, la transformation des organisations politiques et du militantisme politique, conjuguées aux usages des outils numériques

et aux pratiques d'information sont considérées comme des éléments forts de structuration des « arènes » politiques.

C'est une autre dimension que le colloque aborde en mettant l'accent sur la montée en débat des questions sociétales. Dans ce cadre, la place prise par les associations, le rôle des journalistes et des professionnels de la communication, l'organisation des mouvements sociaux, l'évolution des engagements collectifs ou individuels, la recherche et la production d'informations en dehors des médias généralistes constituent autant de tendances contribuant à la publicisation des questions sociétales : dans le domaine de la santé, des transports, de l'environnement, du travail, du genre, de la ville, de la science, de la culture, de la formation, de l'aménagement durable, de la bioéthique.... Interactions et tensions pour saisir un double mouvement, qui constitue l'une des caractéristiques des espaces publics sociétaux : celui venant des politiques publiques pour « dépolitiser » les enjeux sociétaux (Comby, 2015, Marchetti, 2008), celui des revendications sociales pour publiciser les problèmes. Plus généralement, au sein d'espaces publics fragmentés et partiels (Miège, 2010), les logiques d'acteurs nécessitent une analyse fine qui se décline dans les trois thématiques suivantes :

1. Politiques d'information et de communication publiques : entre volontarisme et compromis

Les campagnes de communication des instances publiques nationales et locales accompagnent et soutiennent généralement des thématiques émanant de la sphère privée (le recyclage des déchets domestiques, la protection des enfants contre la maltraitance, les pratiques alimentaires, le tabagisme...). Cette démarche répond à plusieurs objectifs : valoriser l'action des pouvoirs publics nationaux ou locaux (D. Marchetti, 2008 ; Ollivier-Yaniv, 2014), « moderniser » les services publics à destination des usagers consommateurs, normaliser les comportements, légitimer l'action publique et intégrer les revendications dans des dispositifs de « co-construction ». Or, on constate que la réalisation de ces campagnes de communication peut être orientée par des demandes de citoyens (ex. associations), d'organisations publiques de niveau supérieur (ex. Union Européenne) ou inférieurs (ex. collectivités locales) ou de pressions d'entreprises privées qui ne souhaitent pas que leur activité pâtisse de ces campagnes. Entre stratégies en matière de prévention, d'information, de valorisation et de communication ou de concertation, quelles analyses dresser des actions menées par les institutions publiques (ou parapubliques) ? Quels acteurs de l'espace public influencent ces processus de décision ? Quels sujets sont privilégiés ? Quelles politiques d'information et de communication sont mises en œuvre ?

2. Logiques d'acteurs (professionnels et non professionnels) et dispositifs de la médiatisation

Cet axe porte sur les logiques d'acteurs professionnels de l'information et de la communication : journalistes, chargés de communication, responsables des relations publiques, managers et éditeurs de réseaux sociaux, statisticiens,

spécialistes de la communication dite « d'influence ». Ils jouent un rôle important dans le processus de médiatisation marqué par plusieurs éléments : relations aux « sources », défense de frontières professionnelles, spécialisation en fonction de questions sociales ou émergence de nouvelles compétences. Dans un contexte de généralisation des relations publiques (Miège, 2007), cette médiatisation croise les actions menées par des non-professionnels de l'information et de la communication. Ces dernières s'expriment sur une multitude de supports, tels que des journaux de quartier, des blogs, des réseaux sociaux numériques, et révèlent des postures très diverses et parfois enchevêtrées, militantes, expertes, amateurs, etc. Par le biais de leurs productions d'information, ces non-professionnels viennent à concurrencer les médias, tout comme la médiatisation technique cherche à les contourner. Elles bousculent parfois les rapports de force à l'œuvre entre les différents acteurs et participent à renouveler les frontières professionnelles. Dans un espace public caractérisé par une complexification des relations entre acteurs participant à la médiatisation, quels liens ou quels rapports ces différents acteurs tissent-ils entre eux ? Comment les uns et les autres participent-ils à la construction d'une question sociétale ? Selon quelles pratiques et quelles logiques propres à leur structure de rattachement (médias, agences, associations...) ? Quelles relations entre productions médiatiques et dispositifs numériques ?

3. Espaces publics contemporains et conflits sociaux

Cet axe porte sur l'évolution de la sphère publique contemporaine (au sens de sphère de confrontation et d'affrontement), comme élément déterminant dans l'émergence de questions sociales et de leur problématisation. Il s'agit d'analyser celle-ci dans ses tensions avec les modalités de la communication publique.

En effet, la communication publique accompagne le développement de la consultation institutionnalisée, la réactivation de la notion de démocratie (enquêtes publiques, commissions nationales), l'intégration des individus dans des dispositifs participatifs, la mise à disposition de données publiques, la construction d'une « citoyenneté » détachée de toute caractéristique sociale ou genrée. La sphère publique contemporaine se caractérise ainsi par une tension entre des exigences de participation et de débats d'une part et des modalités de contrôle, de cadrage et de normalisation d'autre part. Il s'agit donc de caractériser les espaces publics contemporains à travers les revendications, luttes ou conflits portant sur des thématiques sociales en prenant en compte les contextes socio-historiques et socio-politiques. Comment se construisent et se formulent les exigences sociales ? A quels publics s'adressent-elles ? Comment se manifestent les rapports de force ? Comment s'opèrent les déplacements entre sphère domestique et espaces publics ? Entre confrontation et simple mise en visibilité ? Comment les instances nationales ou locales réajustent-elles leurs stratégies d'information et de communication ?

Consignes :

Les propositions de communications respecteront le format suivant : 1500 signes, (espaces comprises, bibliographie en plus), présentation de la problématique, du

cadre théorique, avec des références bibliographiques centrales et, selon le cas, présentation de la méthodologie et des données de terrain. Les communications en anglais sont acceptées. Des éléments bibliographiques accompagnent la proposition.

Les propositions doivent parvenir au plus tard : **le 15 juin 2017**
à l'adresse suivante : colloquegresec2017@gmail.com

Comité scientifique :

Jocelyne Arquembourg (CIM, Université Paris 3, France), Sylvie Boisnier (Gresec, Université Clermont Auvergne, France), Nadège Broustau (Centre de recherche en information et communication, Université Libre de Bruxelles, Belgique), Peter Dahlgren (Département de communication et de médias, Université de Lund, Suède), Jean-Philippe De Oliveira (Gresec, Université Grenoble Alpes, France), Idil Engindeniz (Université Galatasaray, Faculté de communication, Turquie), Isabelle Garcin-Marrou (Elico, Sciences Po Lyon, France), Nicolas Kaciaf (Ceraps, Sciences Po Lille, France), Jean-Baptiste Legavre (Carism, Université Paris 2) Dominique Marchetti (CSE-EHESS, CNRS, France), Bernard Miège (Gresec, UGA, France), Nete Nørgaard Kristensen (Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Université de Copenhague, Danemark), Caroline Ollivier-Yaniv (Ceditec, Université Paris Est Créteil, France), Isabelle Pailliant (Gresec, UGA, France), Chloé Salles (Gresec, UGA, France)

Comité d'organisation :

Sylvie Boisnier (Gresec, Université Clermont Auvergne), Jean-Philippe De Oliveira (Gresec UGA), Isabelle Pailliant (Gresec UGA), Chloë Salles (Gresec UGA)

Calendrier :

- Le 15 juin 2017 : date limite de réception des propositions de communication
- Le 13 juillet 2017: notification d'acceptation ou de refus
- Les 12 et 13 octobre : colloque
- Le 10 novembre : date d'envoi du texte intégral de la communication (20 000 à 30 000 signes (sans espaces)).

Publications :

A la suite du colloque, une sélection des textes retravaillés et soumis à une nouvelle évaluation sera publiée dans le supplément spécial de la revue *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*.

Références bibliographiques :

Aldrin P., Hubé N., Ollivier-Yaniv C., Utard J-M., *Les mondes de la communication publique*, Presses Universitaires de Rennes, 2014,

Akrich M., Méadel C., « De l'interaction à l'engagement : les collectifs électroniques, nouveaux militants dans le champ de la santé, *Hermès*, 2007, n°47,

Babouard R., « Les mobilisations de clavier », *Réseaux*, 2013, n°181,

Arquembourg J., « L'antibiorésistance en France, du risque à la menace pour la santé publique. Analyse d'un processus inachevé de constitution d'un problème public », *Questions de communication*, 2016, n°29,

Bastien F., Neveu E., *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Presses universitaires de Rennes, 1999,

Beaud P., *La société de connivence. Médias, médiations et classes sociales*. Aubier, Paris, 1984,

Cardon D., *La démocratie Internet*, La République des idées, 2010,

Chambat P., « démocratie électronique : quelques jalons dans la généalogie d'une question », *Sciences de la société*, 2003, n°60,

Comby J-B., *La question climatique. Genèse et dépolitisation d'un problème public*, Raisons d'Agir, 2015,

Dahlgren P. (2000), « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication », *Réseaux*, 2000, n° 100, p. 157-186,

De Iulio S., Boisnier S., Paillart I., « L'alimentation une affaire publique ? », *Questions de communication*, 2015, n°27,

de la Haye Y., *Dissonances. Critiques de la communication*, La pensée sauvage, 1984,

Domingo D., Heinonen A., "Weblogs and journalism, A Typology to Explore the Blurring Boundaries", *Nordicom Review*, 2008, 29/1, p. 3-15,

Fraser N. « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement, *Hermès*, 2001, n° 31, p. 125-156,

Habermas J. *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Payot, 1988, [1962],

Honneth A. *La lutte pour la reconnaissance*, Editions du Cerf, 2000,

Le Cam F., « États-Unis : les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique », *Réseaux*, 2006, n° 138, p. 139-158,

Legavre, J.-B. (dir.), *L'informel pour informer. Les journalistes et leurs sources*, Éditions Pepper, Communication, Médias Europe, France, 2014,

Marchetti, D., « Les sous-champs du journalisme » dans *Réseaux*, 2002, n°111, p. 22-55,

Marchetti, D. (dir.), *Communication et médiatisation de l'Etat. La politique de l'invisible*, Presse Universitaires de Grenoble, 2008,

Marchetti D., *Quand la santé devient médiatique. Les logiques de production de l'information dans la presse*, Presses Universitaires de Grenoble, 2010,

Miège, B., *L'Espace public contemporain*, 2010, Presses Universitaires de Grenoble,

Moloch H., Lester M. « Informer : une conduite délibérée. De l'usage stratégique des événements », *Sociologie de la communication*, vol. 1, n°1, 1997, p. 433-451,

Negt O., *L'espace public oppositionnel*, Payot, 2007 [1972],

Neveu C., « démocratie participative et mouvements sociaux : entre domestication et ensauvagement ? », *Participations*, n°1, 2001,

Ollivier-Yaniv C., Rinn M., (dir.) *Communication de l'Etat et gouvernement du social*, Presses Universitaires de Grenoble, 2009

Pailliant I. (dir.), *L'espace public et l'emprise de la communication*, ELLUG, 1995,
Parasie S., Dagiral E., « Data-driven journalism and the public good: Computer-assisted reporters and programmer-journalists in Chicago », *New media and society*, 2012, 15(6), p 853-871,
Romeyer H. (dir.), *La santé dans l'espace public*, Presses de l'EHESP, 2010,
Ruellan, D., *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, Presses Universitaires de Grenoble, 2007,
Schmitt, L. *Quand les médias utilisent les photos des amateurs*, Ina éditions, Bdl éditions, 2012,
Tuchman, G., *Making news, a study in the construction of reality*, Free Press, New York, 1978,
Voirol O., « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique », in *Réseaux*, 2005, n° 129-130, p. 89-121.