

Appel à communication **Le rôle de l'argument scientifique en communication sensible**

Le recours à la science apparaît comme une stratégie nouvelle de communication sensible. Il se réalise en communication d'acceptabilité, de risque (Motulsky, 2018) de crise, ainsi que sur les sujets à forts enjeux sociétaux. La communication corporate et d'influence, les relations publiques, sont particulièrement concernées. Le recours à la science comme argument communicationnel s'inscrit comme argument d'autorité (Latour, 2011) utilisant trois modalités ; le recours aux publications scientifiques comme outil de preuve de ses messages, l'association de scientifiques reconnus, même en dehors du champ disciplinaire concerné, la promotion de publications via des instituts créés dans un objectif de légitimation des points de vue, cette dernière hypothèse s'effectuant aux frontières des méthodes d'astroturfing.

La communication de la science est également un défi pour les scientifiques eux-mêmes. L'argument scientifique est utilisé en promotion du point de vue de l'émetteur, mais également en propagation du doute de l'argument adverse (Lascoumes, Callon et Barthe, 2001, Conway et Oreskes, 2012). Trois procédés ont pu être repérés dans cet objectif ; la dénonciation d'une impossible conclusion, la survalorisation d'une erreur partielle, la discordance entre deux études ou deux propos contradictoires d'un chercheur.

Argument de combat, le recours à l'univers scientifique reste peu étudié dans le domaine des sciences de la communication.

L'Académie des Controverses et de la Communication Sensible, en partenariat avec le laboratoire Protagoras (IHECS) et la Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM consacrera son séminaire 2019 à ce sujet.

Pour y participer, veuillez nous adresser avant le **lundi 3 juin** un résumé de votre projet de contribution (15 lignes) à l'adresse suivante : contact@academie-ccs.org
Le séminaire se déroulera à Paris le **mardi 22 octobre**. Des discussions sont en cours pour la publication d'un dossier spécial dans une revue suite au séminaire.

• **Bibliographie indicative**

- Bronner G., *La démocratie des crédules*, PUF, 2013.
- Callon M., Lascoumes P., Barthe Y., *Agir dans un monde incertain*, Seuil, 2001.
- Chateauraynaud F., *Argumenter dans un champ de forces*, Petra, 2011.
- Conway E. et Oreskes M., *Les marchands de doute*, Le Pommier, 2012
- Fressoz J.B., *L'apocalypse joyeuse*, Seuil, 2012.
- Girel M., *Sciences et territoires de l'ignorance*, Quae Gie, 2017.
- Horel S., *Lobbytomie*, La Découverte, 2018.
- Laszlo, Pierre. 1993. La vulgarisation scientifique. France : Presses universitaires de France, 127 p.
- Lehman V. et Motulsky B., *Communication et grands projets*, PUQ, 2013.
- Proctor R., *Golden Holocaust*, Equateurs, 2014

- **Comité d'organisation**

Thierry LIBAERT, Président ACCS

Bernard MOTULSKY, Université du Québec à Montréal

François ALLARD-HUVER, CREM, Université de Lorraine

- **Comité scientifique**

- Nicolas BAYGERT, IHECS-ULB-Protagoras.

- Andrea CATELLANI, Université catholique de Louvain.

- Finn FRANDSEN, Université d'Aarhus

- Winni JOHANSEN, Université d'Aarhus

- Erwan LECOEUR, ancien directeur scientifique de l'observatoire du débat public

- Valérie LEHMANN, Université du Québec à Montréal

- Marieke MULLER-STEIN, Université de Lorraine.

- Céline PASCUAL-ESPUNY, Université Aix-Marseille

- Flore TANGUAY-HEBERT, Université du Québec à Montréal

Plus d'informations :

<http://academie-ccs.org/appel-a-communication-seminaire-accs/>