



Colloque international

Roubaix (France)

7- 8- 9 mars 2012

## Communiquer dans un monde de normes

L'information et la communication dans les enjeux contemporains de la  
"mondialisation"

Ce colloque co-organisé par l'Association Internationale de Communication (ICA), le Groupement d'Études et de Recherches en Information et Communication (GERIICO) et la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC), s'inscrit dans le format des « regional conferences » de l'ICA. Programmée à Lille les 7 et 8 mars 2012, cette première édition française vise à développer les relations scientifiques des chercheurs en information et communication représentés par l'ICA sur les cinq continents<sup>1</sup>.

### 1. Thématique

L'unification, l'interconnexion et l'homogénéisation, relatives et partiellement fantasmées, des technologies de communication ont créé l'image d'un monde de normes technologiques et communicationnelles partagées, voire évidentes. La promesse d'un partage démocratique universel de l'information et de la culture par la technologie du réseau numérique se concrétise paradoxalement en grande partie dans la promotion d'un modèle communicationnel et gestionnaire univoque. Parallèlement, la diversité culturelle et linguistique reste une caractéristique principale de l'humanité. Le conflit, armé ou économique, est plus que jamais d'actualité. Ses dommages collatéraux concernent autant

---

<sup>1</sup>- L'ICA rassemble des scientifiques dont l'intérêt porte sur l'étude, l'enseignement et l'application de tous les aspects entourant la communication humaine et médiatisée. Association internationale, l'ICA compte plus de 4300 membres individuels, majoritairement universitaires, répartis sur 76 pays. Depuis 2003, l'ICA est officiellement liée aux Nations Unies en tant qu'association non gouvernementale (ONG).

les êtres humains que leur environnement. Dans le même temps, une représentation de l'espace humain partagé comme "marché" sert de référence aux négociations, transactions et communications légitimées par l'espace médiatique, les grandes organisations et, dans une certaine mesure, les représentations ordinaires. Les médias dominants sont porteurs d'une culture communicationnelle consensuelle. Même si leur espace d'autorité est plus restreint techniquement, culturellement et géographiquement qu'ils ne le prétendent, leur légitimité est peu contestée. En effet, la contestation peine à les investir, conservant un statut marginal voire parfois d'alibi.

Dans ce contexte, la communication, considérée comme une activité sociotechnique spécifique, associée à des finalités et des valeurs, fait question. Les normes technologiques peuvent-elles induire des règles de communication ? Et, dans ce cas, la finalité de la communication passe-t-elle principalement par la maîtrise, plus ou moins partagée, de ces technologies ? Par ailleurs, les normes sont-elles : neutres ou porteuses de valeurs ? Si elles sont motivées par des valeurs, peut-on en déduire qu'elles sont susceptibles de mériter une approche critique, voire des débats ? L'uniformisation des conventions de communication est-elle en marche ? Et dans ce cas s'agit-il d'un projet au centre de la mission des professionnels de la communication, ou, au contraire, d'une difficulté dont leur tâche est de la surmonter ? Voire d'un danger dont il faudrait se prémunir, au même titre qu'il faut préserver la biodiversité ? S'agit-il de faciliter le partage de règles de communication propres à l'espace public des "démocraties de marché" ? Ou, à l'opposé, de favoriser et dynamiser la diversité culturelle et communicationnelle ?

Un autre aspect de la mondialisation de la communication est en effet dans la rencontre et parfois la confrontation des cultures et des langues. Deux voies s'offrent à la communication : l'homogénéisation, l'uniformisation ou, au contraire, la voie de la diversité culturelle et la gestion de l'hétérogénéité. Ainsi le travail de la communication peut être un travail de simplification, de traduction univoque et convergente ou un travail d'exploitation et de développement de la complexité et de la diversité.

## **2. Objectifs**

Les attendus de ce colloque sont de :

- contribuer à l'expression internationale de la recherche en information et communication et au développement de partenariats ;
- confronter les positions scientifiques de chercheurs qui, opérant sur dans des cadres — géographiques, culturels, linguistiques, organisationnels, épistémologiques — distincts, ont en commun d'interroger les formes et processus communicationnels de régulation et/ou de normalisation (économique, sociale, technologique, culturelle, gestionnaire, etc.) en contexte de mondialisation.

## **3. Axes de questionnement**

Dans ce symposium, notre rapport aux normes (anthropologiques, technologiques, gestionnaires) sera discuté selon trois principaux axes de questionnement et de problématisation :

## **Axe 1 : Approches communicationnelles de la norme dans les organisations**

Au vu des dispositifs techniques et managériaux déployés dans (et par) les institutions et les organisations, on interrogera les processus de transformations sociales sous l'effet conjoint des modèles gestionnaires et des technologies de l'information et de la communication.

Les (re)configurations organisationnelles et régulations de contrôle seront notamment analysées et discutées à partir de situations, processus et politiques de communication observables dans la diversité des contextes organisationnels (entreprises privées et publiques, administrations, associations...) et culturels. Cet axe veillera à mettre en perspective internationale les approches théoriques, les paradigmes et les méthodes mobilisés par les différents courants de recherche en communication organisationnelle.

## **Axe 2 : Mondes visuels : quelles contributions des sciences de l'information et de la communication aux *visual studies* ?**

Cette entrée thématique vise à préciser la contribution des chercheurs en information et communication à l'analyse et au développement d'une communication visuelle. Considérant les nouveaux paradigmes du visuel et l'inscription des *visual studies* dans un cadre de recherche interdisciplinaire, on s'attachera à analyser la construction sociale des univers visuels et les conditions de leur contrôle politique (normes, législation, influence, censures...) et économique (industrialisation, formats, standards...). Les analyses socio-sémiotiques contribueront par ailleurs à éclairer les artifices ou simulacres de la représentation visuelle et leurs effets de réalité dans des cadres de médiation et de médiatisation multiples : presse, création artistique, éducation, industrie culturelle, imagerie médicale...

## **Axe 3 : Nouveaux médias, nouveaux espaces publics ?**

Cet axe propose une mise en perspective des recherches sur le développement et les usages des médias électroniques potentiellement constitutifs de nouveaux espaces d'information, de créativité, de controverse, voire de délibération. De la « blogosphère » à la sphère publique, jusque dans les mutations du journalisme et du politique, on interrogera ici les potentialités et les limites de l'Internet dans la diversité de ses formats et de ses usages.

## **Axe 4 : Communication entre cultures : une autre mondialisation ?**

Dans un contexte où l'industrialisation culturelle contribue simultanément à démocratiser l'accès à la culture et à en uniformiser les formes d'expression, quelles sont les voies possibles de la communication (et/ou de la médiation) interculturelle ? Le développement des technologies de l'information et de la communication peut-il proposer une alternative à l'uniformisation linguistique et culturelle dans l'accès aux savoirs ? Que recouvrent les approches multiculturelles, interculturelles et transculturelles développées par les chercheurs en information et communication ?

#### 4. Soumission

Les propositions de communication (1000 mots) seront déposées par leurs auteurs sur le site du colloque (<http://evenements.univ-lille3.fr/communiquer-dans-un-monde-de-normes/>) entre le 1<sup>er</sup> juillet et le 30 septembre 2011 inclus. Ces propositions seront évaluées « en double aveugle » par un comité de lecture.

#### Règles typographiques

Titre de la communication : Times new roman, gras, taille 18 pour le titre, suivi du prénom, nom et institution représentée en gras, taille 12.

Police : Times new roman, taille 12 pour le texte et taille 10 pour les notes de bas de page. Interligne simple. Sans autre enrichissement typographique que les italiques quand nécessaire pour le corps du texte, et le gras pour les titres.

Pas d'entrée d'alinéa par tabulation au début des paragraphes, mais un alinéa automatique de 0,75 cm. N'introduisez surtout pas de feuille de style.

#### Volume

La proposition de communication : 1000 mots (bibliographie non comprise).

#### Langues

Les propositions peuvent être soumises en français ou en anglais. Les communications retenues devront obligatoirement faire l'objet d'une traduction vers l'autre langue par leur auteur. Si nécessaire, une aide à la traduction sera proposée.

**Une réponse sera donnée aux auteurs début décembre 2011.**

#### 5. Contacts

Responsable du colloque :  
Patrice De la Broise  
[patrice.delabroise@univ-lille3.fr](mailto:patrice.delabroise@univ-lille3.fr)

Secrétaire Général :  
Malika Laouail  
[malika.laouail@univ-lille3.fr](mailto:malika.laouail@univ-lille3.fr)

Règlement des inscriptions :  
Claire Gabriel  
[claire.gabriel@univ-lille3.fr](mailto:claire.gabriel@univ-lille3.fr)

Aide à la traduction :  
Isabelle Gébus  
[Isabelle.gebus@univ-lille3.fr](mailto:Isabelle.gebus@univ-lille3.fr)