

Appel à contributions pour un dossier de

COMMUNICATION

<https://journals.openedition.org/communication/>

Revue du département d'information et de communication de l'Université Laval

Croire en la technologie : médiatisation du futur et futur de la médiatisation

VOLUME 37/1

Numéro thématique coordonné par Mihaela-Alexandra TUDOR (IARSIC-CTS du CORHIS EA 7400, Université Paul Valéry de Montpellier 3) et Stefan BRATOSIN (IARSIC-CTS du CORHIS EA 7400, Université Paul Valéry de Montpellier 3)

Ce dossier se propose d'identifier, de mettre en exergue et d'interroger les caractéristiques et les enjeux de la médiatisation du futur de l'homme et de la société dans le contexte spécifique des croyances et dogmes de la foi en la technologie. Entendue comme une partie du processus de construction communicative de la réalité socio-culturelle actuelle d'un monde dans lequel la science conquise par l'intelligence artificielle est rattrapée par la religion, la médiatisation du futur, d'une part, agglutine les craintes d'une apocalypse où la prise technologique du contrôle sur la vie serait le sens de l'avenir de l'humanité, et, d'autre part, suscite l'espérance quasi évangélique d'une percolation salutaire de la technologie dans le corps humain et dans son environnement.

Selon son histoire épistémologique assez récente, la médiatisation porte en soi l'idée du futur. L'intérêt pour la médiatisation comme concept-clé de la théorie de la communication s'est notamment affirmé dans la dernière décennie du XX^e siècle. Néanmoins, la médiatisation n'est pas un concept nouveau. Son utilisation remonte au début de la recherche sur les médias et la communication dans les années 1930. Il s'agit des contributions remarquables d'E. Manheim (1933) sur la médiatisation des relations humaines directes, puis, quelques décennies plus tard, de celles de J. Baudrillard (1976) sur l'information médiatisée, ou de celles de J. Habermas (1984) sur l'action communicative (Tudor et Herteliu, 2017a, 2017b). Cette première vague de contributions ouvrit le chemin pour la deuxième vague, qui posa les bases d'une recherche

rigoureuse avec la théorie du médium dans la tradition de H. Innis, M. McLuhan et J. Meyrowitz (1995) et avec l'écologie de la communication de D. Altheide et R. Snow (1988) et D. Altheide (1995). Actuellement, deux traditions font école : l'une, institutionnaliste, qui entend la médiatisation comme adaptation de différents systèmes et domaines (social, politique, religieux, etc.) aux règles des institutions médiatiques (Hjarvard, 2008) et l'autre, sociale constructiviste, plus complexe et plus large, qui aborde la médiatisation comme partie du processus de construction communicative de la réalité socio-culturelle (Couldry et Hepp, 2013). F. Krotz (2017) actualise et accommode ces deux visions. Fondé sur un travail de rassemblement de plusieurs perspectives et critiques sur la médiatisation (avec des références à A. Hepp, K. Lundby, W. Schultz, S. Hjarvard, etc.), Krotz propose une approche qui a vocation à la fois d'être intégrative et fructueuse pour la compréhension du concept dans la perspective de ses rapports irréversibles avec la technologie et les enjeux futuristes qui lui incombent : la médiatisation est un processus de transformation profonde du système de médias, les médias étant dissous complètement et invisiblement dans l'ensemble de notre vie. Cela fait qu'ils sont omniprésents, qu'ils pénètrent tous les usages quotidiens, créant ce que Deuze (2011) appelle une « media-life ». Les contributions sur la médiatisation dans le paradigme des sciences neurocognitives s'emparent de ces perspectives et vont plus loin. Elles dépassent le sens de la socialité que les *media studies* confèrent à la médiatisation et avancent l'idée que la médiatisation consiste en une communication « cerveau à cerveau », où les principaux mécanismes du travail cérébral peuvent être décrits, expliqués et numérisés (Mangus, Aubrie et Weber, 2015 ; Nannicelli et Taberham, 2014). Plus exactement, la médiatisation signifie « être semblable à un cyborg » et vice versa.

L'intégration des médias de masse classiques et, plus récemment, des médias émergents dans la vie quotidienne équivaut littéralement avec l'assimilation des médias non seulement dans le corps social, économique ou politique, mais aussi dans le corps humain. Le phénomène de « médiatisation de tout » (Bratosin, 2016) nous oblige à considérer la médiatisation non seulement dans la perspective de la logique média — à laquelle les systèmes sont contraints de s'adapter en l'adoptant —, mais aussi dans la perspective du processus de son intégration effective dans les changements qu'elle fait naître. Dans ce cadre, les usages et les pratiques collectifs des médias poussent aux développements médiatiques qui prennent diverses formes innovantes et futuristes, contribuant à la naissance des formes d'interaction et de participation

inouïes qui reflètent de nouveaux paradigmes d'intermédiation des technologies dans la compréhension de l'homme et de la société. Les médias devenus l'extension (McLuhan, 1964) et l'intégration technologique de l'homme, dissolvent toute frontière des activités (Krotz, 2001), redéfinissent les temporalités et les espaces en brisant les représentations canoniques du temps et de l'espace (par exemple, à travers la possibilité de participer en temps réel à des événements qui se passent loin, Dayan et Katz, 1992), combinent « bio » et « technologie ». Les méta processus de médiatisation (Krotz, 2007, 2017) revêtent ainsi un caractère cyborg encapsulant en même temps des représentations et expressions du futur correspondant à une pensée mythique et religieuse à laquelle les prédictions scientifiques et parascientifiques sur la technologie apportent leur contribution.

Compte tenu de ces polarités actives des ouvertures médiatiques sur le « croire en la technologie » à la fois divergentes et complémentaires, l'objectif de ce numéro est d'apporter des éléments de réponse à deux questions majeures :

1. Comment les représentations médiatisées du futur rendent-elles compte de la pensée mythico-religieuse dont participent les prédictions scientifiques et parascientifiques sur la technologie ? Il s'agit d'explorer la construction sociale des scénarios sur l'avenir, des attentes à l'horizon, des feuilles de route pour le lendemain, des promesses futuristes de toutes sortes, etc. afin d'observer l'imaginaire mythico-religieux à l'œuvre dans l'offre de contenu médiatique portant sur la matérialité de l'être technologique. A titre d'exemple, les contributions pourraient porter sur les figures de l'espérance suscitée par les médiatisations du futur technologique, le transhumanisme et les idéologies du futur, les apocalypses et catastrophes technologiques annoncées par les médias, les représentations religieuses dans la médiatisation du futur technologique, etc.
2. Comment la médiatisation des discours scientifiques, politiques, philosophiques, économiques, sociologiques, etc. sur la technologie du futur contribue-t-elle à la mystification et/ou démythification de la foi en la technologie ? Il s'agit de s'interroger sur la contribution des médias à la naissance et au développement des idéologies en rapport avec le futur technologique de la société et de l'humanité et sur le poids économique, éthique, psychologique, politique, etc. de ce développement induisant des changements dans les interactions et les pratiques sociales. Les propositions pourraient

aborder, sans s'y limiter, la médiatisation de l'imaginaire scientifique en prise avec les religions, les médias et les constructions postmodernes des mythes sur le pouvoir immanent de l'intelligence artificielle, la médiatisation des prédictions, des utopies, de l'incertain, de l'immanent sur les interactions homme-machine, le futur de la spiritualité dans le contexte de l'audiovisuel immersif.

Ce numéro sera ouvert pour accueillir aussi bien des regards et positionnements disciplinaires, que des perspectives transdisciplinaires. Les propositions peuvent être envisagées sous la forme des contributions théoriques ou des approches empiriques et utiliser des données quantitatives et qualitatives en engageant, bien sûr, les méthodologies traditionnelles des sciences humaines et sociales, mais également des méthodologies innovantes en résonance avec la thématique annoncée.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ALTHEIDE, D.L. et SNOW, R.P. (1988) Toward a theory of mediation, In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook* 11, Newbury Park, Sage, 194-223.
- ALTHEIDE, D.L. (1995). *An ecology of communication: cultural formats of control*, New Brunswick, AldineTransaction.
- BAUDRILLARD, J. (1976). *L'échange symbolique et la mort*. Paris: Gallimard.
- BRATOSIN, S. (2016), La médialisation du religieux dans la théorie du post néo-protestantisme, *Social Compass*, September no. 63, p. 405-420, doi:10.1177/0037768616652335.
- COULDRY, N. et HEPP, A. (2013), Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments, *Communication Theory*, 23 (3), p. 191-202, doi:10.1111/comt.12019
- DAYAN, D. et KATZ, E. (1992)., *Media events: the live broadcasting of history*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1992.
- DEUZE, M. (2011). Media Life. *Media, Culture & Society*, 33 (1), 137-148.
- HABERMAS, J. (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
- HJARVARD, S. (2008), The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change, *Nordicom Review*, 29(2), p. 105-134.

- KROTZ, F. (2001). *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- KROTZ, F. (2007). *Mediatisierung von Kommunikation: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- KROTZ, F. (2017). Explaining the Mediatisation Approach. *Javnost – The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture*. 24 (2): H. NIEMINEN & J. TRAPPEL (Eds.). *Mediatisation and Beyond: A Critical Appraisal of Media Transformation*, 103-118.
- MANGUS, J. M., AUBRIE, A. & WEBER, R. (2015). Media Neuroscience. In R. SCOTT et KOSSLYN, J. (Eds.). *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences* (pp. 1-14). New-York: Wiley & Sons, Inc.
- MANHEIM, E. (1933). *Die Träger der öffentlichen Meinung. Studien zur Soziologie der Öffentlichkeit*. Brünn, Prag, Leipzig, Wien: Verlag Rudolf M. Rohrer.
- MEYROWITZ, J. (1995). Medium Theory. In D. J. CROWLEY et D. MITCHELL (Eds.), *Communication theory today* (pp. 50-77). Cambridge: Polity Press.
- NANNICELLI, T., et TABERHAM, P. (Eds.) (2014). *Cognitive Media Theory*. New York; London: Routledge.
- TUDOR, M.A. et HERTELIU, A.M. (2017a). « Mediatização do religioso: novas formas de igreja », *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, Vol. 5, n° 9, janeiro-junho, p. 3-9.
- TUDOR, M.A. et HERTELIU, A.M. (2017b). « L'église connectée », *Revue des sciences religieuses*, Université de Strasbourg, 91/4, p. 589-604.

SOUSSION D'UNE PROPOSITION D'ARTICLE

Les propositions d'article doivent compter entre 1 200 à 1 500 mots (bibliographie non comprise). Elles présenteront le titre, la problématique, la méthodologie, incluant la base empirique utilisée, et les principaux résultats.

La proposition doit être anonyme. L'auteur indiquera ses nom, institution d'appartenance et coordonnées directement dans le courriel.

CALENDRIER

- Novembre 2018** Appel aux contributions
- 11 février 2019.** Date limite d'envoi des propositions d'articles. Les propositions seront évaluées par le comité scientifique en regard de leur pertinence pour le dossier thématique et de leur qualité scientifique.
- Merci d'envoyer vos propositions par courrier électronique aux deux coordinateurs :
- mihaela.tudor.com@gmail.com
- sbratosin.univ.montp3@gmail.com
- La réception de chaque proposition donnera lieu à un accusé de réception par courriel.
- 25 février 2019** Notification d'acceptation ou de refus.
- 15 avril 2019** Envoi des articles complets directement à la revue *Communication* : revue.communication@com.ulaval.ca. La longueur de l'article final, si la proposition est retenue, sera de 40 000 à 60 000 signes, espaces non comprises (ceci inclut les notes mais exclut la bibliographie). Prière d'appliquer les *consignes rédactionnelles* de la revue <http://journals.openedition.org/communication/6159>
- Chaque article sera évalué en double aveugle par un comité de lecture indépendant. Le comité de coordination en consultation avec l'équipe éditoriale de la revue *Communication* décidera, à la lumière des évaluations, de l'acceptation en l'état, de la demande de modifications ou du rejet.
- 12 août 2019** Retour aux auteurs sur l'article.
- 7 octobre 2019** Remise de la nouvelle version de l'article directement à la revue *Communication* : revue.communication@com.ulaval.ca. Le comité de coordination vérifiera si les modifications apportées répondent aux recommandations du comité de lecture indépendant.
- 11 novembre 2019** Retour aux auteurs sur la nouvelle version.
- Hiver 2020** Révision linguistique et retour aux auteurs pour validation et autorisation à publier.
- Printemps 2020** Publication.

COMITÉ SCIENTIFIQUE

Mohamed BENDAHAN, Lavinia BETEA, Mario CARLON, Eric DACHEUX, Catherine GHOSN, Pedro Gilberto GOMES, Noemi MARIN, Antonio Fausto NETO, Anne COLLET PARIZOT, Pierre-Michel RICCIO, Cleomar ROCHA, Haytham SAFAR, Luis Mauro SA MARTINO, Philippe VIALLON, Tudor VLAD