



C

S

E

S

Actes des Doctorales 2024 de la Société française des sciences de l'information et de la communication

En partenariat avec le Centre
de recherche sur les médiations

5^e édition
Arts · SIC · Culture

6 & 7 juin - Nancy

POSTERS

Responsabilité scientifique des Doctorales de la SFSIC 2024

Sarah Cordonnier

Édition des actes

Axelle Hypolite Martin, Sarah Cordonnier

ÉDITORIAL	04
ÉDUCATION ET MÉDIATION DES SAVOIRS	05
Musées de sciences et esprit critique. Étude des médiations auprès des jeunes publics du Vaisseau? Sophie Dellese	06
Quand les journalistes font de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) Entre engagement au service de la culture de la démocratie et « EMIwashing », Mariana Grépinet	08
Usages de la vidéo 360° interactive pour le développement de l'empathie en contexte de formation universitaire professionnalisante, Léa Degeuse	10
Qu'est-ce qu'un film de patrimoine en 2024 ? La conservation des films numériques par les sociétés de production françaises, Elena Tsouri	12
ESPACE(S) PUBLIC(S) ET CITOYENNETÉ	14
Journalisme citoyen et espace public en Amazonie, Aline Bammann	15
L'émergence publique des questions de société dans l'espace public africain. Le cas de l'homosexualité en Côte d'Ivoire, au Gabon et au Sénégal, Elom Kolor	17
«Designs» et transformation publique, Dorothee Oster	19
L'attractivité et le rayonnement des musées en Région Occitanie : enjeu d'un impératif communicationnel contemporain, Rosalie Pouget	21
MÉDIATISATION DES ENJEUX DE SOCIÉTÉ	23
Les femmes et le vin, Célia Banos	24
Représenter les féminités noires dans le hip-hop? Une analyse transatlantique, Luna Kondombo	26
Le partage d'images de soi en ligne des jeunes ruraux : entre conformité générationnelle et pratique distinctive, Alice Breton	28
Saisir l'argument « la liberté d'expression » sur les réseaux sociaux : entre circulation et emballage, Adélie Laruncet	30
Représenter la ménopause, Leslie Enthéa Malfondet	32
La médiatisation du mouvement féministe au Mexique : cadrage médiatique des événements féministes internationaux du 8 mars, du 28 septembre et du 25 novembre et représentations des collectifs féministes de l'État de Veracruz dans la presse quotidienne régionale, Jeanne Mosnier	34
De la mère à la cheffe : entre invisibilisation et stéréotypisation, la médiatisation des cuisinières en questions, Estérelle Payany	36
MOBILITÉ(S) ET ÉCOLOGIE	39
La communication numérique du HCR sur les relations entre climat et migrations, Ibtihaj Chaouki	40
La Fresque tous RSE : un outil de mémoire des pratiques et des gestes métiers, Delphine Léger	42
Information, communication et projets de mobilité dans les territoires urbains : cas du transport par câble, Kokoroko Dramane Ouattara	44
«Vandalisme culturel» et lutte pour l'environnement : effets de spectacularisation à l'oeuvre dans les répertoires de l'action écologiste et résonance dans les espaces médiatiques, Lucille Lamache	46
Médias et mobilités sociales : une étude des pratiques médiatiques et culturelles d'étudian.t.es en ascension sociale, Lucas Pontzele	48
NUMÉRIQUE, INNOVATION ET IA	50
Enjeux de design d'interfaces interactives assisté par les affects, Iana Antonova	51
Conception et Analyse d'un Dispositif d'Apprentissage Numérique, Sarah Fraoua-Charraire	53
Enjeux et imaginaires des catalogues de bibliothèque à l'heure de l'intelligence artificielle, Mathilde Granier	55
Politiques publiques d'innovation et développement des services numériques des start-ups agritech en Afrique de l'Ouest, Ken Lohento	57
La numérisation de la diplomatie publique entre la Russie et l'Ukraine pendant la guerre : communication stratégique et infoguerre à l'ère numérique, Yuliya Matvyeyeva	59
TRAVAIL ET COOPÉRATION	61
Jouer pour travailler sur ses relations de travail : paradoxes discursifs en terrains sensibles, Ambre Ampe	62
Vers une coopération facilitée : Analyse des premiers résultats dans les PTCE, Maiwen Chamero	64
Formes renouvelées de communications organisationnelles, construction des relations au travail pour une dynamique collégiale Kunthirvy Collin	66
Représentations professionnelles dans le soin onco-gériatrique : recherches au sein d'un terrain complexe et dynamique Clara Scotto D'apollonia	68

Éditorial

Les Doctorales 2024 de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication ont été accueillies à Nancy les 6 et 7 juin par le Centre de Recherche sur les Médiations (CREM). En ayant à nouveau reçu plus de quatre-vingts communications et une trentaine de posters, soit le même nombre que les doctorales de Dijon alors que seulement deux ans séparaient ces manifestations, cette édition a confirmé le dynamisme de la recherche émergente en sciences de l'information et de la communication ainsi que l'engouement suscité par les échanges autour des travaux doctoraux.

En concertation avec les collègues du CREM, nous avons souhaité donner à ces Doctorales un **focus sur le "sensible"**, dans les différentes acceptions de ce terme pouvant qualifier aussi bien des terrains et groupes difficiles à observer et à documenter, des résultats susceptibles de donner lieu à des controverses dans le monde scientifique et dans l'espace public, des méthodes d'enquête ou encore, dans un registre plus intime, rapport des doctorant.e.s à leurs sujets. Nous pensions ce focus comme une ouverture, une suggestion, mais les doctorant.e.s s'en sont très largement emparé, créant des points de contact intéressants entre les communications.

Celles-ci sont réunies dans les présents Actes en **sept chapitres principaux** qui nous informent sur les préoccupations contemporaines de la recherche en SIC : Journalisme, médias et informations ; Méthodes et circulations sensibles ; Corps et savoirs en mouvement ; Peupler le numérique ; Médiations ; Circulation des savoirs scientifiques et de santé ; Structures, régulations et organisations. Les posters présentés par les doctorant.e.s en première année sont publiés dans un volume séparé. Ils ont été exposés pendant toute la durée des Doctorales et un Prix du poster a été décerné à la clôture de l'événement.

Les Doctorales ont également comporté **plusieurs moments collectifs**.

Émilie Bouillaguet a coordonné la cinquième édition (déjà !) des rencontres **Arts • SIC • Culture**, dont l'ambition est de susciter des convergences entre la création artistique et les sciences de l'information et de la communication, tout en développant de nouveaux formats de rencontres et d'échanges (**voir le descriptif de ces rencontres dans le programme des doctorales, p. 14 sq.**).

Nous avons innové en mettant au programme des **ateliers de Fabrique méthodologique** permettant de traiter d'enjeux transversaux de la thèse et/ou de méthodologie et façons de faire innovantes : « Sensorialité, affectivité, corporéité en recherche en communication : place des méthodes participatives et audiovisuelles » (proposé par Marcela Patrascu, avec Noémie Clauzet, Iheb Garbaya, Lucile Jean, Valérianne Loison et Virginie Piot) ; « Eye-tracking / oculométrie pour la recherche. Contribution à l'analyse de l'expérience » (proposé par Fanny Bougenies et Milène Bigand) ; « Visibilisation de sa recherche ; The Conversation » (avec Natalie Sauer et Jacques Walter) ; et « Publication dans les revues anglophones : processus et techniques » (en anglais, proposé par Zhao Alexandre Huang).

La **table ronde « Recherche en terrains sensibles »**, coordonnée par Stéphane Dufour et Jacques Walter, a permis de confronter expériences et façons de faire. Et comme il est à présent de tradition, nous avons finalement proposé un **atelier d'insertion professionnelle** (coordonné par Laurence Corroy avec Fanny Bougenies, Sidonie Gallot, Julien Péquignot, Céline Ségur, Laurie Schmitt et Mouna El Gaied) et une **séance plénière « le doctorat, son cadre et ses suites »** présidée par Sylvie Alemanno avec Nicolas Pélissier (CPDirSIC) et Michel Durampart (CNU).

En cette période où la pratique de la science comme les usages de ses résultats sont rendus plus incertains, pour des raisons concrètes et financières tout autant que des raisons politiques et sociales, l'implication des jeunes chercheur.e.s et le renouvellement de la discipline sont remarquables et donnent des raisons de poursuivre nos engagements collectifs.

Nous souhaitons donc pour finir remercier vivement les participant.e.s aux Doctorales, ainsi que les personnes et les groupes qui ont rendu possible cet événement par leur implication à toute épreuve : le comité d'organisation, l'équipe d'accueil du CREM et ses personnels administratifs, les membres du CA de la SFSIC. Merci à vous !

Bonne(s) lecture(s),

Sarah Cordonnier, Vice-Présidente Recherche
Sylvie Alemanno, Présidente
de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication

Éducation et médiation des savoirs



**Musées de sciences et esprit critique.
Étude des médiations auprès des jeunes publics du Vaisseau.**

Sophie Dellese
CREM, Université de Lorraine
sophie.dellessee@univ-lorraine.fr

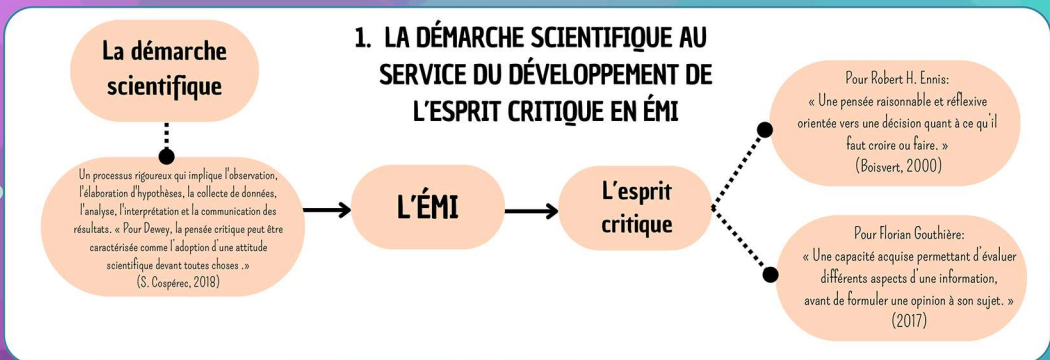
Résumé

À partir d'un cadre théorique en sciences de l'information et de la communication et en psychologie cognitive, ce poster présente les grands enjeux d'une recherche doctorale portant sur la manière dont les musées de sciences s'emparent des politiques publiques territoriales pour construire des médiations en lien avec la formation de l'esprit critique du jeune public (3-11 ans). À partir d'un terrain empirique -“ le Vaisseau (centre de sciences à Strasbourg) -“, au sein duquel j'effectue une thèse en CIFRE, j'étudie la construction de la pensée critique des jeunes enfants en lien avec la médiation scientifique, à partir d'une démarche de recherche-action-formation.



Sophie Dellese, sophie.dellese@univ-lorraine.fr

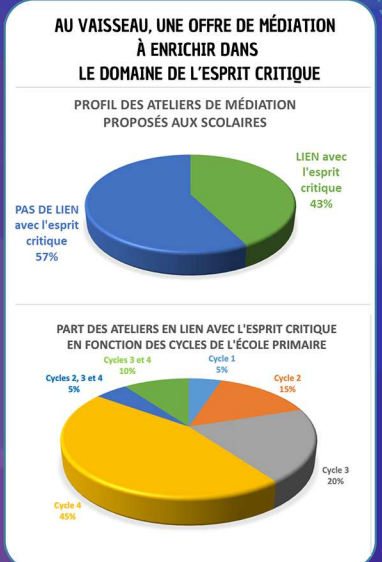
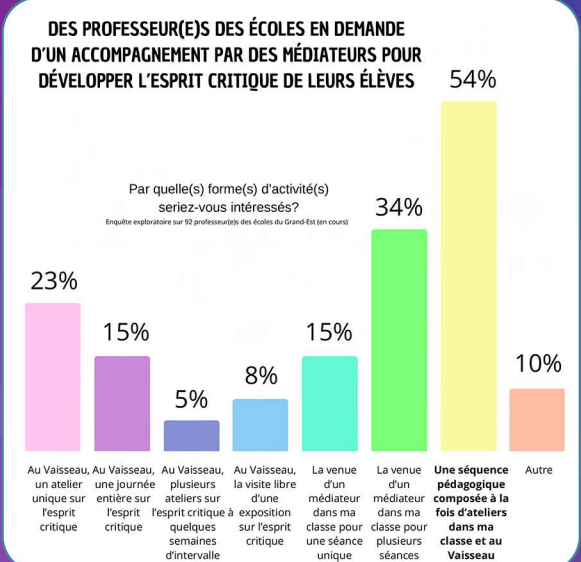
Thèse en CIFRE au Vaisseau, sous la direction de Laurence Corroy et Nolwenn Tréhondart (Année 1)



2. LES 3-11 ANS ET L'ESPRIT CRITIQUE

- Les apports de la psychologie cognitive: la période de 3 à 11 ans est une période clé dans le processus de construction de l'esprit critique. Dès le plus jeune âge, les enfants ont la capacité d'évaluer la qualité d'une information et de décider s'ils peuvent lui accorder leur confiance. (Farina, Pasquinelli, 2019).
- En SIC, des recherches peu nombreuses sur les 3-11 ans et l'esprit critique.

➔ Saisir les enjeux spécifiques qui définissent la construction de l'esprit critique à cette période de l'enfance en hybridant une approche en sciences de l'information et de la communication avec les travaux de la psychologie cognitive.



CONCEVOIR UN PROJET PÉDAGOGIQUE POUR DÉVELOPPER L'ESPRIT CRITIQUE DU JEUNE PUBLIC

- Une formation pour les enseignants, inscrite au plan de formation académique (EAFc)
- Une évaluation diagnostique des compétences initiales des élèves
- Une séquence de plusieurs séances au Vaisseau et dans les classes, encadrées par des médiateurs
- Des ateliers en lien avec les partenaires du Vaisseau (Bibliothèque d'Alsace, Jardin des Sciences)
- Une évaluation des compétences finales des élèves
- L'élaboration d'un guide avec des propositions de prolongements pour les enseignants

BIBLIOGRAPHIE

Allard, M., Boucher, S. (1998). Éduquer au musée : un modèle théorique de pédagogie muséale. Cahiers du Québec, Éditions Hurtubise HMH.

Boisvert, J. (2015). Pensée critique : définition, illustration et applications. Revue québécoise de psychologie, pp. 3-33.

Bronner, G., Pasquinelli, E. (2021). Éduquer à l'esprit critique. Conseil scientifique de l'Éducation nationale. Bases théoriques et indications pratiques pour l'enseignement et la formation.

Chauvier, S., Maisse, F. (2017). La médiation culturelle. Armand Collin.

Cospérec, S. (2017). Développer l'esprit critique des élèves ? Un mouvement anglo-saxon. Le Critical Thinking. Texte de l'intervention de Serge Cospérec lors de la journée d'étude "Formation à l'esprit critique", ESPE de Crétail.

Farina, M., Pasquinelli, E. (2019). Les sciences cognitives et l'éducation de l'esprit critique : voies croisées. Raison présente, 210, pp. 25-35. <https://doi.org/10.3917/rpr.210.0025>

Quand les journalistes font de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) Entre engagement au service de la culture de la démocratie et « EMIwashing »

Mariana Grépinet
CARISM, Université Paris Panthéon Assas
Mariana.grepinet@gmail.com

Résumé

Le développement de l'éducation aux médias et à l'information (EMI) incite les journalistes et les médias à s'investir dans ces pratiques. Cela peut également constituer un moyen de lutter contre la méfiance croissante à leur égard. En quoi la pratique de l'EMI est-elle devenue une nouvelle facette du métier de journaliste dans un contexte de défiance vis-à-vis des médias et des journalistes ? Ce poster aborde cette question centrale de ma thèse, il évoque l'EMI comme une « moving target » (cible mouvante), un objet dont la définition ne cesse d'évoluer et qui est le résultat d'un processus de sédimentation et d'institutionnalisation. Sont aussi présentés les contours de ma recherche, le cadre théorique et la méthodologie de mon travail, mon terrain d'enquête ainsi que les hypothèses élaborées à ce stade.

Quand les journalistes font de l'éducation aux médias et à l'information (EMI)

Entre engagement au service de la culture de la démocratie et « EMIwashing »

Mariana Grépinet

Mariana.grepinet@gmail.com

Doctorante en première année en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction de Nathalie Sonnac au sein du laboratoire CARISM (EGIC ED 455, Paris-Panthéon-Assas) et la co-direction de Pauline Escande-Gauquié du GRIPIC (CELSA Sorbonne Université).



CARISM

Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaires sur les médias

ED455

École doctorale d'économie, gestion, information et communication

CONTEXTE

« Avec 13 millions d'élèves, 970 000 enseignants et seulement 34 000 journalistes titulaires de la carte de presse, ce sont d'abord les enseignants qui font l'EMI et non les journalistes. Mais cela n'enlève rien à la nécessité de s'associer pour enrichir la pratique », explique Serge Barbet, directeur délégué du CLEMI, l'opérateur institutionnel de l'éducation aux médias en France (entretien réalisé le 20 juillet 2023). La question de l'éducation aux médias est ancienne. L'EMI telle qu'elle existe en France aujourd'hui est le résultat de sédimentation de nombreux éléments et son histoire est liée à celle du CLEMI, le centre pour l'éducation aux médias et à l'information créé en 1983 par Jacques Gonnat, professeur en sciences de l'information et de la communication (Bosler, 2020).

Le rôle déclencheur des attentats de 2015

Les attentats de 2015 ont initié une mobilisation collective, une prise de conscience des pouvoirs publics et des professionnels des médias. Dans la foulée, des associations de journalistes se créent ou se développent et les médias de service public et du privé commencent à mettre en place des activités d'éducation aux médias et à l'information.

De plus, « les médias ont pris conscience qu'ils devaient impérativement renouer avec leurs lecteurs, téléspectateurs, auditeurs ou utilisateurs, au risque de casser définitivement ce lien déjà effiloché » (Pignard-Cheynel, Gerber & Amigo, 2019, p. 1). De nombreux médias estiment que l'EMI est indispensable et pourrait notamment contribuer à restaurer ce lien. Ils se disent convaincus qu'ils ont un rôle à jouer à la fois auprès des scolaires, mais aussi de publics plus larges. Le Conseil de l'Europe considère que l'EMI est devenue un enjeu pour la profession et peut aider les publics à devenir à même de « reconnaître et à apprécier le journalisme de qualité » (Corroy, 2021, p. 6).

CADRE THÉORIQUE

Identité professionnelle des journalistes

RUELLAN D., « Le professionnalisme du flou », *Réseaux*, vol. 51, no 1, 1992, p. 25-37.

RUELLAN D., « Expansion ou dilution du journalisme ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 2005, no 1, 2005, p. 77-86.

Sociologie des professions et identité professionnelle

DUBAR C., *La socialisation*, Armand Colin, 6 septembre 2022.

DUBAR C., *La crise des identités*, Presses Universitaires de France, 2010.



QUESTION DE RECHERCHE

En quoi la pratique de l'EMI modifie-t-elle la définition même du métier de journaliste, l'identité de ce groupe professionnel aux contours flous, dans un contexte de défiance vis-à-vis des médias et des journalistes ?

L'EMI, UNE « MOVING TARGET » (CIBLE MOUVANTE)

(Renee Hobbs, 2017)



1973 : Première définition du Conseil international du cinéma et de la télévision (CICT), une ONG qui conseille l'Unesco sur ces sujets.

1984 : Définition de l'Unesco. L'EMI englobe « toutes les manières d'étudier, d'apprendre et d'enseigner à tous les niveaux (...) et en toutes circonstances l'histoire, la création, l'utilisation et l'évaluation des médias en tant qu'arts plastiques et techniques, ainsi que la place qu'occupent les médias dans la société, leur impact social (...) ».



2006 : L'éducation aux médias est officiellement introduite dans le socle commun des connaissances.

2012 : Adoption de la nouvelle appellation « media information literacy » (MIL) et sa traduction française « éducation aux médias et à l'information ».

2022 : L'EMI est généralisée du cycle 2 au lycée et définie dans la circulaire du 24 janvier 2022. Son territoire est encore élargi : « L'objectif d'une éducation aux médias et à l'information est de permettre aux élèves d'exercer leur citoyenneté dans une société de l'information et de la communication, de former des citoyens éclairés et responsables, capables de s'informer de manière autonome en exerçant leur esprit critique. »

Un objet dont la définition ne cesse d'évoluer et de s'élargir

HYPOTHÈSES

1. Parce que l'EMI n'est pas clairement définie, les pratiques d'EMI des journalistes sont variées; elles se renouvellent et évoluent en permanence.

Les activités d'EMI concernent aujourd'hui des journalistes et des médias de tous horizons mais elles diffèrent selon qu'elles sont initiées par des associations ou par des médias publics ou privés, nationaux ou locaux.

2. Cet engagement au service de la culture de la démocratie permet aux journalistes de redonner du sens à leur métier qui en a perdu.

La volonté de (re)donner du sens à leur métier, de réhabiliter leur profession et les médias dans leur rôle démocratique et de tenter de restaurer la confiance avec les publics sont les principales raisons invoquées par les journalistes et les médias qui s'investissent dans l'EMI.

3. Ces activités d'EMI ont un impact économique sur les journalistes, notamment ceux qui se trouvent en position de précarité.

La mise en place de la part collective du pass Culture depuis 2023 fait apparaître un « marché » de l'éducation aux médias. L'EMI, qui relève au départ d'engagement bénévole, devient une nouvelle ressource économique et une opportunité professionnelle dans un contexte de précarisation de la profession.

4. Les médias utilisent l'EMI dans des stratégies de communication, jusqu'à pratiquer parfois une forme d'« EMIwashing ».

L'EMI devient un faire-valoir et est utilisée par les médias dans leurs stratégies de communication. Ces actions ne sont pas toujours de véritables actions d'EMI, ce qui pourrait s'apparenter alors à de l'« EMIwashing », à l'image de ce qui existe en matière de développement durable avec le greenwashing (écoblanchiment).

MÉTHODOLOGIE



Démarche sociologique

Une quarantaine d'entretiens qualitatifs semi-directifs auprès de :

- responsables ou référents EMI de médias publics et privés, nationaux ou locaux, de presse écrite et de l'audiovisuel des principaux médias d'information généralistes dits traditionnels
- journalistes investis dans des associations de journalistes engagées en EMI (pour circonscrire ce terrain, je m'appuie sur une liste fournie par le ministère de la Culture qui compte 24 structures de « professionnels de l'information » soutenues « au titre de l'EMI en 2022 au niveau national »)
- journalistes freelances engagés dans des actions d'EMI.



Démarche ethnographique

Observations non participantes de 4 expériences d'EMI pratiquées par des journalistes :

- association Entre les lignes qui regroupe 260 journalistes bénévoles des groupes Le Monde, AFP et Contexte (ateliers de 2 fois 2 heures)
- association La Chance qui compte 70 journalistes intervenants, essentiellement des pigistes, contractualisés et rémunérés (ateliers au long cours d'accompagnement de productions journalistiques)
- France Télévisions qui a mis en place un « Tour de France de l'Éducation aux Médias et à l'Information » (rencontres sur 2 jours, un jour réservé aux enseignants, le second aux élèves) et des immersions destinées aux enseignants dans les rédactions de son groupe
- BFMTV qui a mis en place un « Tour de France BFMTV & Vous » (conférence une fois par mois en région) et des visites dédiées aux scolaires.



Démarche sémiologique (+ analyse de discours et communication des organisations)

Constitution et analyse qualitative d'un corpus de documents, articles, comptes-rendus, rapports décrivant la manière dont les intéressés présentent leurs propres actions d'EMI.

BIBLIOGRAPHIE



CHARON J.-M., *Jeunes journalistes. L'heure du doute*, Éditions Entremises, 2023.

CORROY L., *Éducation aux médias en Europe - Histoire, enjeux et perspectives*, L'Harmattan, 2022.

JAAKKOLA M., « Journalists as Media Educators: Journalism Media Education as Inclusive Boundary Work », *Journalism Practice*, vol. 16, no 5, 2020.

JEHEL S. et SAEMMER A. (dirs.), *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique*, Presses de l'enssib, 2020.

KERVILLA A., MATUSZAK C. et MICHEAU B., « La place du journaliste dans l'éducation aux médias : témoin, expert ou éducateur ? Regard sur le nouveau dispositif de résidence-mission de journaliste », *Les Cahiers de la SFSIC*, 2020.

LANDRY N. et BASQUE J., « L'éducation aux médias : contributions, pratiques et perspectives de recherche en sciences de la communication », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, n° 15, 2015.

MANGON S., « Quand le journaliste saute de classe. La consécration par l'État des « médias citoyens » », *Politiques de communication*, N° 14 vol., no 1, 8 février 2021, pp. 35-64.

LOICQ M., « Pourquoi questionner et comment étudier les politiques publiques en EMI ? », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 22, 2021.

PIGNARD-CHEYNE N., GERBER D. et AMIGO L., « Quand les médias locaux renouent avec leurs publics: panorama des initiatives en Europe francophone », *European Journalism Observatory*, 2019.

Usages de la vidéo 360° interactive pour le développement de l'empathie en contexte de formation universitaire professionnalisante

Léa Degeuse
IMS, Université de Bordeaux
Lea.degeuse@u-bordeaux.fr

Résumé

La recherche porte sur l'étude de la vidéo 360° interactive envisagée comme ressource pédagogique pour le développement de l'empathie en contexte de formation académique et professionnelle. La vidéo 360° est une technologie qui permet d'immerger sensoriellement et cognitivement un individu (Fuchs, 1996) dans une vidéo du monde réel, notamment par le biais d'un visiocasque. Si cette technologie ne permet pas à l'individu d'interagir directement avec l'environnement dans lequel il est projeté, il est possible d'enrichir la vidéo d'éléments numériques activables en surcouche de sa sphère de visualisation. Dès lors, l'utilisateur se transforme en acteur du contenu documentaire et « maître du sens » (Tsaï, 2016), capable d'interagir avec une diversité de ressources disposées sur la vidéo telles que des textes, des images, des vidéos 2D ou encore des objets 3D. Ainsi, en contexte de formation professionnelle, la vidéo 360° interactive envisagée comme hyperdocument (Leleu-Merviel, 2002) et document pour l'action (Zacklad, 2018), pourrait faciliter certains types d'apprentissages expérientiels et situés (Lave, Wenger, 1995), « qui s'ancrent dans le corps » (Mellet-d'Huart & al., 2015), selon la théorie de la cognition incarnée (Varela, 1989) et augmentée (Perkins, 1995). Plus spécifiquement, la mobilisation du corps associée à la sensation de présence pourrait favoriser le développement d'empathie émotionnelle et cognitive (Decety, 2006), en particulier si la ressource vidéo est associée à des formes de redocumentarisation (Salaün, 2007).

Usages de la vidéo 360° interactive pour le développement de l'empathie en contexte de formation universitaire professionnalisante

Laboratoire IMS (Intégration du Matériau au Système) – UMR 5218, Université de Bordeaux
Thèse sous la direction de Anne LEHMANS et Vincent LIQUETE

CONTEXTE

Objet de la recherche et terrains d'étude

La recherche porte sur l'étude des **usages de la vidéo 360° interactive** pour le **développement de l'empathie** en contexte de **formation universitaire professionnalisante**. Elle prend racine dans un projet régional qui consiste à déployer un dispositif de ressources pédagogiques sous forme de vidéos 360° en formation, dans l'objectif d'**immerger virtuellement** les étudiants dans des environnements et des situations pédagogiques captés au préalable dans des milieux professionnels réels.

2 terrains :

- L'Institut National Supérieur du Professorat et de l'Éducation (INSPE) de l'Académie de Bordeaux
- > formation des enseignants
- L'Institut des Métiers de la Santé (IMS) du CHU de Bordeaux
- > formation des infirmiers spécialisés

Vidéo 360° interactive ?

La vidéo 360° est une technologie immersive qui, associée à un casque de réalité virtuelle, permet de **simuler la présence physique** de l'utilisateur dans une vidéo du monde réel.

On parle de vidéo 360° interactive lorsque des éléments numériques activables sont ajoutés et disposés en surcouche de la sphère de visualisation (textes, images, vidéos, quiz...), constituant une forme de **(re)documentarisation**.



L'empathie est indispensable dans ces deux corps de métiers !

Revue de littérature

Roche & Rolland (2020) : *l'immersion visuelle offerte par la technologie favoriserait l'engagement cognitif des apprenants dans l'activité.*

Ferdig & al. (2020) et Zhang & al. (2023) : *la vidéo 360° développerait la capacité à repérer une variété d'événements parfois simultanés au sein d'un environnement.*

Theelen & al. (2019) : *la vidéo 360° peut constituer un outil pertinent pour le développement de compétences interpersonnelles.*

Cascone et al. (2020) : *la co-conception de vidéos 360° avec les étudiants mène à un engagement plus fort de ces derniers avec une motivation à apprendre plus élevée.*

Question de recherche

Dans quelle mesure la technologie de vidéo 360° interactive utilisée en formation peut-elle aider au développement de l'empathie chez les futurs enseignants et infirmiers spécialisés ?

ANCRAGE THÉORIQUE



1. Vidéo 360°, documentarisation et littératie médiatique multimodale

La vidéo 360° interactive est envisagée comme un **hyperdocument** (Leleu-Merviel, 2002) et **document pour l'action** (Zacklad, 2018) notamment si elle est associée à des formes de **redocumentarisation** (Salaün, 2007).

- > Utilisateur acteur du contenu documentaire et **maître du sens** (Tsaï, 2016 ; Jenkins, 2003)
- > Prise en compte de la **littératie médiatique** de l'apprenant (Fastrez, 2012)

2. Expérience vécue, document et cognition : rôle du corps et des émotions dans l'apprentissage

- > **Incarnation en environnement virtuel** (Gorisse et al., 2018 ; Fusch, 1996)
- > **Phénoménologie de la perception** (Merleau-Ponty, 1945), «être au monde informationnel» (Cordier, 2020) et attentionnel (Citton, 2014)
- > Théorie de la **cognition incarnée** (Varela, 1989 ; Mellet-d'Huart et al., 2015)
- > Emotions indissociables de la cognition (Damasio, 1995)

3. L'empathie comme compréhension expérientielle d'autrui

- > Approche phénoménologique de l'empathie (Husserl ; Rogers)
- > Apports de la psychologie cognitive et des neurosciences sociales (Damasio, 2003 ; Blair, 2005 ; Decety & Lamm, 2006)

L'**empathie cognitive** permet de comprendre les états mentaux d'autrui tandis que l'**empathie émotionnelle** permet de ressentir, par mimétisme, leurs états affectifs.

MÉTHODOLOGIE

3 types de ressources vidéo produites :

- Analyses de situations de classe
- Explorations d'environnements
- Simulations de situations professionnelles

Echantillon : 4 classes d'étudiants en master MEEF à l'INSPE (Métiers de l'Enseignement, de l'Éducation et de la Formation) et en master IBODE à l'IMS (Infirmiers de bloc opératoire)

Objectif :

- Analyser les processus d'appropriation de la vidéo 360° interactive par les apprenants
- Évaluer le développement d'empathie cognitive et émotionnelle chez ces derniers

RECHERCHE-ACTION MÉTHODOLOGIE MIXTE



HYPOTHÈSES



La sensation de **présence** dans la situation étudiée favoriserait l'**engagement** et la **résonnance émotionnelle** (empathie émotionnelle) chez l'apprenant qui se sentirait directement **concerné** par ce qu'il se passe dans la scène.



L'expérience d'apprentissage située, à **vision omnidirectionnelle** et enrichie par une **documentarisation** de la vidéo faciliterait la **construction de sens** et le développement d'**empathie cognitive** chez l'étudiant.



Le niveau de **littératie médiatique** de l'utilisateur aurait un impact direct sur son **expérience de lecture** de la ressource et donc sur son apprentissage. Nous envisageons que l'usage de la vidéo 360° exige un niveau de littératie plus important que celui de la vidéo traditionnelle en 2D.



Utilisée de façon **inadaptée**, la vidéo 360° pourrait s'avérer **contre-productive** dans un cadre pédagogique car source de **surcharge cognitive** chez l'apprenant, freinant alors l'acquisition de compétences.



**Qu'est-ce qu'un film de patrimoine en 2024 ?
La conservation des films numériques par les sociétés de production françaises**

Elena Tsouri

RiRRa21, Université Paul-Valéry, Montpellier 3

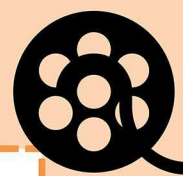
Elena.tsouri@etu.univ-montp3.fr

Résumé

Mon travail de thèse vise à identifier les effets de la numérisation intégrale de la filière cinématographique sur la conservation des films en France en tenant compte de l'opposition historique entre la doctrine universaliste de sauvegarde des films, portée par le Centre National du Cinéma (CNC), et la vision à court-terme d'un secteur industriel qui semble se préoccuper de la conservation uniquement lorsqu'elle est financièrement rentable. L'enquête investira les deux terrains ; institutionnel et industriel, en se concentrant prioritairement sur ce dernier, car si la vision institutionnelle de conservation, relevant d'une posture active et volontariste, est largement documentée, la vision industrielle, s'inscrivant plutôt en négatif, ne fait jamais l'objet de démonstrations particulières. Il s'agira donc de recueillir, sur un terrain sensible, les discours sur le numérique de ceux et celles qui ne répondent pas ou mal, à leur obligation légale de conservation des films.

QU'EST-CE QU'UN FILM DE PATRIMOINE EN 2024 ?

La conservation des films numériques par les sociétés de production françaises



1

CONTEXTE

- **Numérisation intégrale de la filière cinématographique française en 2012** (passage des salles de cinéma à la projection numérique)
 - **Stockage argentique** (fiable, « store and forget ») **vs. stockage numérique** (risque de perte de données, obsolescence et fragilité des supports, coûts élevés, impact énergétique et écologique)
- des aléas technico-économiques conséquents contre une vision idéalisée du numérique pour la **conservation sur le long terme**

- **Une « vague de destruction massive » du cinéma** : la situation du dépôt légal des films en France (environ 90% des films numériques natifs non déposés sur la période 2012-2022) → risque de pertes importantes

→ Deux visions de l'objet « film » :

- **marchandise industrielle vs. œuvre patrimoniale**, correspondant respectivement à la vision des acteurs commerciaux (sociétés de production) et à la vision patrimoniale des institutions de conservation

OBJECTIFS

- Étudier le « film de patrimoine » en amont de sa patrimonialisation – en tant que « futur film de patrimoine » – dans l'hypothèse que les enjeux de conservation sont déjà présents au moment de la production
- Étudier les positionnements des sociétés de production quant à la conservation de leurs films numériques

→ **Hypothèse** :

La perception des enjeux de conservation par une société de production serait proportionnelle à son intérêt commercial vis-à-vis de ses films de « catalogue »

PROBLÉMATIQUE

Comment cette nouvelle « vague » de destruction numérique réactualise-t-elle l'opposition historique entre les deux visions du film (industrielle vs. patrimoniale) ?

La transition de la filière cinématographique vers le support numérique affecte-t-elle les discours et pratiques liés à la conservation et, par extension, la notion de « patrimoine cinématographique » ?

2

MÉTHODOLOGIE

a) Enquête de terrain auprès des sociétés de production françaises concernées :

- Première **phase quantitative** : entretiens préparatoires + questionnaire (auprès de l'ensemble du corpus)
- Seconde **phase qualitative** : entretiens compréhensifs (auprès d'un échantillon d'une trentaine de sociétés)

→ *Le discours de chaque acteur est envisagé dans sa manière de construire socialement une situation technico-économique spécifique qui renvoie à un certain paradigme à la fois du numérique et de la conservation*

b) Analyse comparative des positionnements institutionnels et industriels

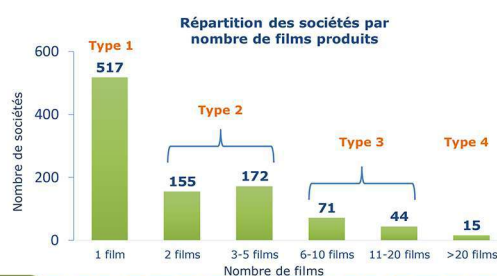
c) Étude critique du dispositif français de dépôt légal

3

CORPUS

- **974 sociétés productrices** des **2435 films** d'initiative française sur la période 2012-2022

- **Très faible concentration** du secteur de la production : **par année**, $\frac{3}{4}$ des sociétés produisent un seul film **sur toute la période**, 53% des sociétés ont produit un seul film



PREMIERS RÉSULTATS

Sociétés mono-productrices (type 1)

Coûts de conservation numérique non-prévus dans le budget de production

Stockage numérique en interne (disque dur, serveur, cloud)

Méconnaissance des obligations légales de conservation

Vision à court terme
(but : parvenir à produire un film)

Sociétés productrices de >20 films (type 4)

Coûts de conservation numérique prévus dans le budget de production

Stockage numérique par des prestataires spécialisés (laboratoires) et « retour sur film 35mm » pour le long terme

Connaissance des obligations légales de conservation

Vision à long terme
(« actif stratégique », logique de catalogue)

Axe polarisé des discours sur le film

Espace(s) public(s) et citoyenneté(s)



Journalisme citoyen et espace public en Amazonie

Aline Bammann

GRESEC, Université de Grenoble Alpes

Aline.bammann@univ-grenoble-alpes.fr

Résumé

Cette recherche aborde la production et la circulation de l'information en Amazonie brésilienne, dans une région où la démocratie est fragile et la couverture médiatique est réduite. Notre problématique s'inscrit dans la construction des espaces publics pluriels dans un contexte politique semi-autoritaire. Dans une région de conflits d'usage du territoire, des citoyens locaux s'approprient des préceptes de l'éthique professionnelle du journalisme pour construire un réseau d'information, sans perdre leur ancrage avec le mouvement activiste. Le cadre théorique intègre la fragmentation de l'espace public (Miège, Dahlgren, Hilgers, Cabedoche) avec les études contemporaines de l'activisme médiatique (Rodriguez, Cardon et Granjon) et du journalisme (Salles, Ringoot). La méthodologie suit l'approche sémio-pragmatique (Odin). Enrichies par une analyse documentaire, les méthodes consistent en une approche exploratoire in situ pour saisir les principaux éléments du contexte culturel et des entretiens sur les récits de vie avec des communicants du réseau Wayuri dans une perspective ethnographico-sociologique (Bertaux).

JOURNALISME CITOYEN ET ESPACE PUBLIC EN AMAZONIE

Le cas du réseau Wayuri et la construction des espaces publics en contexte politique semi-autoritaire

Aline BAMMANN · 2022 · Direction de thèse : Chloé SALLES et Bertrand CABEDOCHÉ

CONTEXTE

Cette recherche aborde la production et la circulation de l'information en Amazonie brésilienne, dans une région où la démocratie est fragile et la couverture médiatique est réduite.

En **Amérique Latine**, la publicisation de questions sociétales s'est amplifiée avec des médias autochtones structurés qui diffusent des émissions podcast et radio.

L'émergence de ce phénomène suscite la pluralité dans les espaces publics et fortifie les droits sociaux des peuples autochtones.

Leurs pratiques info-communicationnelles font face à plusieurs manifestations d'inégalité d'accès :

- la fluctuation de la liberté de parole
- le manque de documentation historique
- le défi de la reconstruction des récits

La **région du Rio Negro** est située près de la triple frontière du Brésil avec le Venezuela et la Colombie.

Le statut de Réserve de biosphère de l'UNESCO et la récente labellisation du plus grand site RAMSAR du monde lui accordent une priorité dans la coopération internationale.

PROBLEMATIQUE

Notre problématique s'inscrit dans la construction des espaces publics pluriels dans un contexte politique semi-autoritaire. **Dans une région de conflits d'usage du territoire, des citoyens locaux s'approprient des préceptes de l'éthique professionnelle du journalisme pour construire un réseau d'information, sans perdre leur ancrage avec le mouvement activiste.**

ANCRAGE THEORIQUE

Cette recherche s'inscrit dans le domaine des sciences de l'information et de la communication et intègre :

- l'héritage théorique de la fragmentation de l'espace public (Miège, 1995, Dahlgren, 2000, Hilgers, 2013, Cabedoche, 2023)
- les études contemporaines de l'activisme médiatique (Rodriguez, 2008, Cardon et Granjon, 2010) et du journalisme (Salles, 2010, Ringoot, 2014)

CAS D'ETUDE

L'articulation du mouvement autochtone du Rio Negro avec des journalistes et environnementalistes, ainsi que des organismes internationaux, a conduit à la création d'un réseau d'information participatif : l'initiative **Rede Wayuri**.

Officiellement structuré en 2017, ce média d'information crée collectivement des productions hebdomadaires diffusées via web, radiophonie et partage *bluetooth*.



REDEWAYURI
COMUNICACÃO INDÍGENA NA AMAZONIA



2020 · lauréat du prix **Héros de l'information** de Reporters sans frontières

2022 · lauréat du prix **Rule of Law** de World Justice Project

Étendue entre des villes urbanisées et la Forêt amazonienne, cette région, qui héberge 23 groupes ethniques et 750 communautés autochtones, était considérée jusqu'à récemment comme un **"news desert"**.



METHODOLOGIE ET RESULTATS ATTENDUS

La méthodologie suit l'approche sémio-pragmatique (Odin) : le contexte est le point de départ de notre correspondance entre les théories et l'enquête de terrain. Enrichies par une analyse documentaire, les méthodes consistent en :

- Une **approche exploratoire in situ** pour saisir les principaux éléments du contexte culturel et de la dynamique du travail collectif du réseau Wayuri.
- Des **entretiens sur les récits de vie** avec des concepteurs du réseau Wayuri et les communicants actuels dans une perspective ethnographico-sociologique (Bertaux).

Les résultats attendus portent sur les implications de la production et de la circulation de l'information dans une région marquée par des conflits historiques et prise dans une polarisation politique du débat. Ces réflexions seront présentées dans une perspective longitudinale sur :

- les transformations des médias d'information contemporains
- le journalisme citoyen au sein de nouveaux espaces publics
- les enjeux des stratégies de communication transfrontières

**L'émergence publique des questions de société dans l'espace public africain.
Le cas de l'homosexualité en Côte d'Ivoire, au Gabon et au Sénégal**

Elom Kolor

GRESEC, Université de Grenoble Alpes

Elom.kolor@univ-grenoble-alpes.fr

Résumé

Notre thèse interroge la question de la médiatisation de l'homosexualité en Afrique Subsaharienne. Cette identité sexuelle est sous contrôle, voire invisibilisée et déclenche l'attention des pouvoirs publics. Dès lors, une politisation de la question naît parallèlement avec des acteurs en quête de légitimité et de visibilité. Comment les différentes logiques d'acteurs contribuent à ce qu'une situation sociale devienne une question publique ? Pour répondre à cette question de recherche, notre travail mobilise une approche de la médiatisation (Lafon, Pailliant), les notions théoriques de l'espace public (Miège, Negt) et le concept de la biopolitique (Foucault). Une méta-analyse des pays africains, nous a permis de cadrer notre terrain d'étude. Ainsi, cette recherche porte sur la Côte d'Ivoire, le Gabon et le Sénégal; des pays dans lesquels la question de l'homosexualité n'est pas au même degré de publicisation. Nous mobilisons diverses méthodes (analyses documentaires, observations, entretiens, analyse de corpus) afin d'identifier les acteurs, trouver des situations de publicisation de la question et interroger l'évolution discursive de la question au prisme des médias.

MÉDIATISATION DES QUESTIONS DE SOCIÉTÉ EN AFRIQUE

Le cas de l'homosexualité en Côte d'Ivoire, au Gabon et au Sénégal

Nom : **Elom KOLOR** - Année d'inscription : **2023**

Sous la direction de : **Benoît LAFON** et **Jean-Philippe de OLIVEIRA**

CONTEXTE

En 2023, 27 pays africains répriment et condamnent l'homosexualité. Il y a, à la fois, l'émergence d'une visibilité de la question homosexuelle et une forte censure de la part des pouvoirs publics. Cette situation paradoxale met en évidence les difficultés auxquelles cette minorité est confrontée. En effet, la question de l'homosexualité est controversée dans les pays africains mais sa médiatisation participe à mettre cette question en débat. Cette recherche doctorale porte sur le processus de publicisation de cette question en **Côte d'Ivoire**, au **Gabon** et au **Sénégal**.



Niveau de tolérance

- Homosexualité illégale
- Homosexualité partiellement légale
- Homosexualité légale

Carte détaillant le droit des personnes homosexuelles en Afrique

Source : ilqa.org

OBJECTIFS

L'enjeu de cette thèse est de mettre en évidence les processus par lesquels la question de l'homosexualité est en train de se construire comme un problème public. Ce travail vise à :

- Mettre en lumière les processus de publicisation de cette question
- Etudier les situations de publicisation de la question et interroger son évolution au prisme des médias
- Interroger les acteurs qui participent à cette publicisation pour caractériser leurs stratégies.

CADRAGE THÉORIQUE

En quoi les contradictions traversant les sociétés africaines vis-à-vis de l'homosexualité se manifestent-elles dans les médias en ligne de la Côte d'Ivoire, du Gabon, du Sénégal ? Quelle est la place accordée à ce sujet dans la presse ? Quels sont les logiques et les jeux d'acteurs qui participent à rendre cette question médiatique ?

Cette recherche est au carrefour de plusieurs enjeux contemporains pour les SIC et mobilise l'approche de la médiatisation.

Biopolitique

Foucault (1978)

Espace Public

Miège (2010), Negt (2007)

Médiatisation

Pailliart (2008), Lafon (2019)

MÉTHODOLOGIE

Cette thèse porte sur la Côte d'Ivoire, le Gabon et le Sénégal ; 3 pays dans lesquels l'homosexualité n'est pas au même degré de publicisation.

- Analyse des textes juridiques, débats publics, diffusion culturelle, événements liés à l'homosexualité
- Création d'un corpus d'articles de presse se rapportant à la thématique, analyse des discours et analyse lexicométrique
- Réalisation d'entretiens semi-directifs (parlementaires, société civile, journalistes)

500
Articles

20
Entretiens

RÉSULTATS ATTENDUS

Les résultats attendus portent sur les jeux d'acteurs et les stratégies qui permettent de publiciser et réguler la question de l'homosexualité.



CONTACT

✉ Elom.kolor@univ-grenoble-alpes.fr

🌐 @Elomkolor

📍 ICM/GRESEC - 38130 Echirolles



"Designs" et transformation publique

Dorothee Oster

GRESEC, Université de Grenoble Alpes

Dorothee.oster@univ-grenoble-alpes.fr

Résumé

L'État met en œuvre une politique de modernisation des services publics qui essaime dans les collectivités territoriales. Le "design", affranchi de ses origines matérialistes, est mobilisé dans les organisations publiques à des fins politiques, managériales et de développement. L'objectif de la thèse est de comprendre les enjeux du recours à ces nouvelles pratiques créatives et participatives en ce qu'elles font émerger de nouvelles formes de coopération ou de tension entre les parties prenantes. Les discours des acteurs publics plébiscitent la "transformation publique" et invitent à la construction de nouvelles représentations sociales dans une dialectique des "designs" libéraux et humanistes. Les acteurs du "design" incarnent le changement de paradigme en proposant des expériences de socialité et d'interaction au travail comme levier d'incorporation. Nous nous pencherons également sur l'accueil de ces nouvelles "manières de faire" par les agents des services publics, entre appropriation, détournement et résistance. L'approche socio-anthropologique de notre terrain sera privilégiée pour observer et analyser les dynamiques en cours, dont l'expérience performative du "design" liée à la force de son agentivité.

“DESIGNS” ET TRANSFORMATION PUBLIQUE

Nom : Dorothee Oster - Année d'inscription : 2023
Direction de thèse : Fabienne Martin-Juchat et Laurie Schmitt



CONTEXTE

L'État met en œuvre une **politique de modernisation des services publics** qui essaime dans l'administration et les collectivités.

Les “designs”, affranchis de leurs origines matérialistes, sont mobilisés dans les organisations publiques à des fins managériales et de développement.

Des pratiques participatives et de créativité, sont déployées au sein des services publics pour promouvoir l'action et l'engagement.

Parmi les domaines d'intervention de l'État, **l'enseignement supérieur et la recherche** s'équipent de nouveaux outils et se dotent de nouvelles compétences afin d'assurer les mutations paradigmatiques annoncées.

Différentes formes de “designs” (design fiction, design social, design de service, etc.) employées pour la conception de projet ou la résolution de problème s'insèrent dans les pratiques pédagogiques. Ces “nouvelles manières de faire” sous-tendent stratégies d'acteurs, processus de normalisation et réception aléatoire des usagers.

MÉTHODOLOGIE

Approche ethnographique

- Observation participante
- 30 Entretiens semi-directifs

Analyse de discours

- Corpus de documents édités par les **organisations publiques de formation**
- Corpus de documents produits par les **acteurs du design**



OBJECTIF DE LA RECHERCHE

L'objectif de la recherche est d'**interroger les discours et les pratiques de créativité** se réclamant des “designs” dans un contexte de mutation sociétale forte d'enjeux sociopolitiques.

Il sera question d'**analyser l'agir et les dynamiques de réception** des différentes parties prenantes : les acteurs publics (commanditaires), les acteurs du design (experts, les acteurs sociaux (usagers, citoyens, étudiants).

Ces observations permettront de **comprendre les processus info-communicationnels révélant les enjeux politiques et économiques, les tensions potentielles et les nouvelles écritures** issues notamment des expériences *in vivo*, vécues dans le cadre des séances de créativité.

HYPOTHÈSES

- Les pratiques de “designs” présentées comme un renouvellement “réenchanteur” des pratiques sociales et professionnelles seraient pilotées par des **logiques gestionnaires, à des fins de normalisation et d'adhésion**.
- La **double ambition sociale et économique** des acteurs du design s'inscrirait dans un discours plébiscité par les politiques publiques, soutenant **l'intégration des codes de l'entreprise dans les pratiques de “créativité”**.
- Les pratiques de “designs”, sources d'interactions et d'expériences *in vivo*, produiraient des **formes de coopération et d'écriture faisant émerger une performativité politique**.

CADRE THÉORIQUE

- **Théorie critique**
Marcuse, Rosa, Butler
- **Sociologie pragmatique**
Dewey, Boltanski, Chiapello, Thévenot,
- **Théorie des industries culturelles et créatives**
Miège, Bouquillion, Tremblay, Moeglin, Schmitt
- **Socio-anthropologie des usages et appropriation**
Coffman, Certeau, Winkin, Martin-Juchat
- **Communication des organisations et créativité**
Martin-Juchat, Andonova, Bouillon, Bonnet

RÉSULTATS ATTENDUS

- Mise en discours des pratiques de créativité par les acteurs publics et des acteurs du design, références aux cultures entrepreneuriales d'une part et aux cultures des luttes sociales et politiques d'autre part
- Tensions liées aux enjeux économiques et aux enjeux sociaux, conflit de valeurs chez les acteurs publics et les acteurs du design
- Émergence de conduites et d'arrangements politiques chez les usagers (résistance, appropriation)
- Nouvelles écritures : performativité de l'expérience *in vivo*, poétique du politique à travers des interactions inédites et contingentes.



CONTACT

dorothee.oster@univ-grenoble-alpes.fr
Institut de la communication et des médias

L'attractivité et le rayonnement des musées en Région Occitanie : enjeu d'un impératif communicationnel contemporain

Rosalie Pouget

IDETCOM, Université Toulouse-Capitole

Rosalie.pouget@ut-capitole.fr

Résumé

Les liens entre les musées et l'attractivité d'un territoire ne sont pas une découverte contemporaine (Labourdette, 2021). Pour autant, nous pouvons observer depuis ces dernières années, une prolifération de la littérature scientifique autour de la notion d'« attractivité » – que ce soit en économie, géographie, sciences de gestion, marketing territorial, etc. (Houllier-Guibert, 2019). Une abondance qui se retrouve également dans les discours des élus et des acteurs du monde professionnel – autant pour légitimer une politique d'aménagement du territoire que la mise en place d'un projet culturel de territoire. Cette dilution et cette malléabilité de l'attractivité – qui s'inscrit dans une dynamique de néo-libéralisation de l'action publique – peut être envisagée comme un objectif stratégique qui vient légitimer les politiques publiques des collectivités territoriales et celles de l'État (Houllier-Guibert, 2019, 2021). Dès lors, le rayonnement et l'attractivité des musées se révèlent être un impératif communicationnel participant au positionnement stratégique des territoires à différentes échelles (locale, régionale, nationale, internationale).

L'attractivité et le rayonnement des musées en Région Occitanie : enjeu d'un impératif communicationnel contemporain

01

Introduction

Les **musées** ont **toujours contribué à l'attractivité des territoires** (Labourdet, 2021). Pour autant, nous observons une **prolifération de la littérature scientifique** autour des notions d'« **attractivité** » et de « **rayonnement** ».

Au regard des dernières réformes territoriales et du tournant instrumental des politiques culturelles (Négrier, Teillet, 2014), **l'action des régions auprès des musées est en pleine mutation.**

Dans cette perspective, **l'attractivité** et le **rayonnement** peuvent être envisagés comme des **objectifs stratégiques visant à légitimer les politiques publiques des collectivités territoriales et celles de l'État** (Houllier-Guibert, 2019, 2021).

Contexte

02

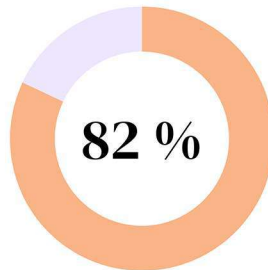
Thèse **CIFRE** en partenariat avec la **Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée**, encadrée par les Professeurs des Universités en SIC, **Franck Bousquet** (UT3 / LERASS) et **Martine Regourd** (UT Capitole / IDETCOM).

CIFRE → Convention Industrielle de Formation par la Recherche

Méthodologie

03

- ◆ État de l'art
- ◆ État des lieux
- ◆ Projet de valorisation des musées en région



des Musées de France sont **administrés** par des **collectivités territoriales.**

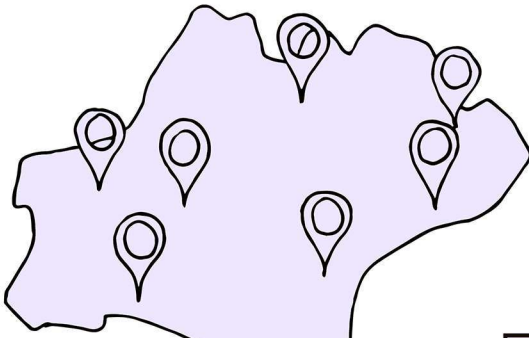
Source : Ministère de la Culture

04

Hypothèses

- ◆ Les collectivités territoriales appréhendent les **musées** comme des **marqueurs du territoire au service du développement, de l'aménagement et de l'animation** de ces derniers.
- ◆ **L'attractivité** et le **rayonnement** inscrivent les musées dans une **logique communicationnelle et événementielle** à destination de différentes cibles.
- ◆ Les potentielles **retombées sur un territoire** justifie l'**investissement des collectivités dans un projet de restructuration muséale**, malgré une évaluation difficile.

2,8 millions de visites en 2019



132

Musées de France en Occitanie



Les Abattoirs, Musée - Frac Occitanie Toulouse © Boris Conte Photography



Musée de la Romanité à Ville de Nîmes



Musée Soulages © Licence Creative Commons

Premiers résultats

05

- ◆ Une **50** taine de **musées restructurés**
- ◆ **Région Occitanie** motrice dans la **création** et la **gestion de musées** Narbo Via, Musée Soulages, Musée de Tautavel, Musée d'Art Moderne de Cèret, ...
- ◆ Un projet de **restructuration** ne voit pas le jour sans une **volonté politique locale et un co-financement** des différents échelons territoriaux
- ◆ En fonction de leur localisation, du type de gestion et de leur taille, les **musées** de la région poursuivent des **objectifs de développement antagonistes** (exemple la politique tarifaire : gratuité VS aug. du prix du billet, ...)
- ◆ « **Occitanie Musées** » un réseau de professionnels en situation de fragilité
- ◆ Les départements de la **Haute-Garonne**, du **Gard** et de l'**Hérault** concentrent **plus de la moitié des visites** (respectivement 27 %, 14 % et 12 %)

SAUNIER, B., & PENICAUD, P., *Rapport sur l'organisation des Musées de France au regard des réformes territoriales : Vers une accélération des transferts et des mutualisations ?*, Ministère de la Culture, 2020, p. 230, consulté le 30 novembre 2023.

HOULLIER-GUIBERT, C-E., « L'attractivité comme objectif stratégique des collectivités locales », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, vol. no. 1, 2019, pp. 153-175.

LASCOURMES, P., & LE GALES, P., *Gouverner par les instruments*. Presses de Sciences Po, Paris, 2005.

NEGRIER, E., & TEILLET, P., *Le tournant instrumental des politiques culturelles*. Pôle Sud, n° 4(2), 2014, pp. 83-100.

RAOUL B., *Le territoire à l'épreuve de la communication. Mutations, imaginaires, discours*. Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2020.

Médiatisation des enjeux de société



Résumé

La consommation de vin en France connaît depuis plusieurs décennies une profonde évolution. Si elle a été plus que divisée par deux en une quarantaine d'années - au profit notamment d'une consommation qualitative et apéritive, elle s'est dans le même temps féminisée, bien que l'ivresse féminine demeure socialement répréhensible. Dans le champ de la production, la supposée féminisation du secteur dispose d'un fort pouvoir de circulation dans l'espace médiatique. Comment circulent, dans ce contexte de tension économique d'un secteur d'activité porteur en France d'intenses enjeux économiques, sociaux et culturels, les représentations des femmes (à la fois comme consommatrices et comme productrices) ? Comment sont-elles, ou non, mobilisées ? Comment le regard porté sur les femmes et les représentations médiatiques qui en sont faites viennent-ils s'articuler et s'entremêler avec la dimension patrimoniale du secteur agricole ?

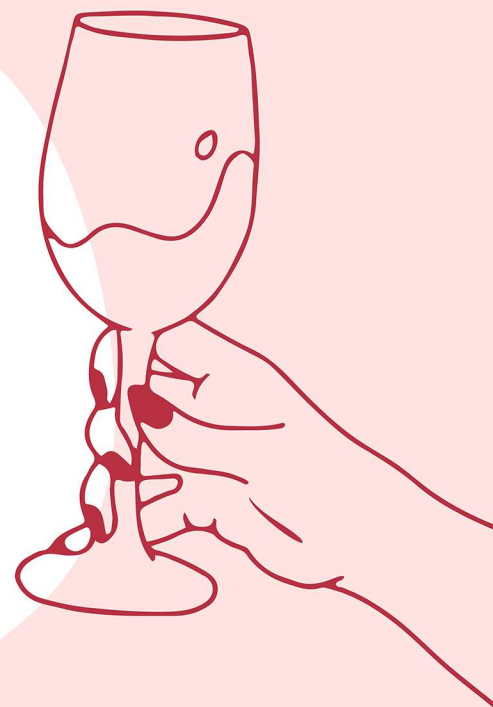
Les femmes et le vin : représentations, médiatisations, médiations

Celia Banos, sous la direction de Caroline Marti

Contexte et questionnements

La consommation de vin en France connaît depuis plusieurs décennies une profonde évolution. Si elle a été plus que divisée par deux en une quarantaine d'années - au profit notamment d'une consommation qualitative et apéritive, elle s'est dans le même temps proportionnellement féminisée, bien que l'ivresse féminine demeure socialement répréhensible.

Comment circulent, dans ce contexte de tension économique d'un secteur d'activité porteur en France d'intenses enjeux économiques, sociaux et culturels, les représentations des femmes ? Comment sont-elles, ou non, mobilisées ? Comment le regard porté sur elles et les discours médiatiques qui en sont faits viennent-ils s'articuler avec la dimension patrimoniale du secteur agricole ?



Méthodologie

Un terrain « sensible » : comment interroger les représentations des femmes et les médiations proposées sans participer à la réification de normes genrées ?

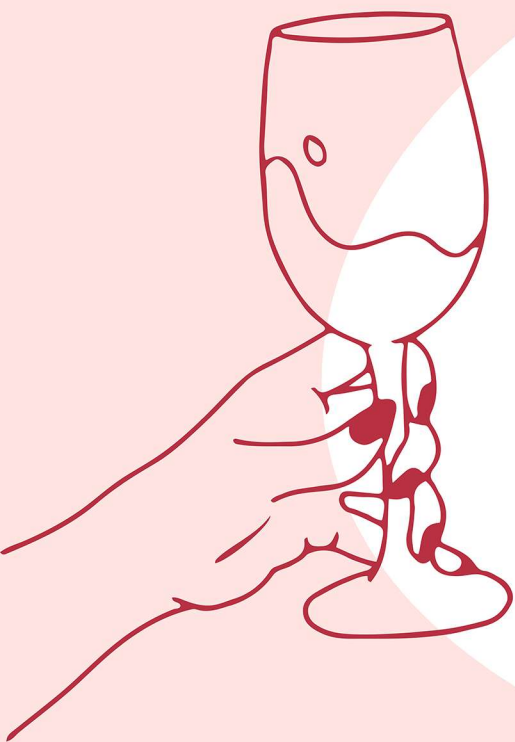
Un terrain constitué à partir d'entretiens et des productions médiatiques de professionnels du secteur vitivinicole, complété par un travail sur archives parlementaires, étudié au moyen d'une analyse sémio-discursive.

Premiers résultats

« Elles sont de plus en plus nombreuses » à boire et à produire du vin, des discours entre opportunité de marché et périls de la féminisation.

Un glissement de la « féminisation » vers les qualités du produit (des arômes fruités, une recherche de fraîcheur et de légèreté, des étiquettes en rupture avec les codes historiques de la viticulture, etc.).

Des masculinités hégémoniques à questionner : d'une démonstration de la virilité à celle de la maîtrise ?



Le partage d'images de soi en ligne des jeunes ruraux : entre conformité générationnelle et pratique distinctive

Alice Breton

CARISM, Université Paris-Panthéon-Assas

Breton.a@icloud.fr

Résumé

Notre poster présentera notre thèse qui porte sur les pratiques d'exposition de soi des jeunes ruraux sur les réseaux sociaux numériques (RSN) à l'entrée dans l'âge adulte. Durant cette période les trajectoires sociales se disséminent entre « ceux – et celles - qui restent » sur le territoire (Coquard, 2019) et les autres, qui le quittent afin de poursuivre leurs études. Le document reviendra donc sur l'objet de cette enquête : la manière dont des individus socialisés au sein d'un même espace social rural avec une forte interconnaissance (4 à 5 villages du même secteur) s'exposent en ligne, mais aussi s'observent. Une courte définition des mondes ruraux et des normes sociales qui y adviennent sera disponible. Le poster présentera également notre méthodologie et une réflexion sera consacrée à l'utilisation du capital d'autochtonie (Renahy, 2005) pour accéder à notre terrain en ligne et hors ligne. Enfin, nous espérons pouvoir présenter les premiers résultats de notre recherche.

LE PARTAGE D'IMAGES DE SOI EN LIGNE DES JEUNES RURAUX : ENTRE CONFORMITÉ GÉNÉRATIONNELLE ET PRATIQUE DISTINCTIVE

ALICE BRETON

Laboratoire : CARISM - Université Paris Panthéon-Assas

Direction : Sophie Noël et Julien Boyadjian

OBJECTIF DE LA RECHERCHE

Cette recherche s'intéresse à la manière dont le partage d'images de soi sur les réseaux sociaux numériques (RSN) constitue une pratique générationnelle mais peut aussi révéler des stratégies de distinction de la part des individus. S'appuyant sur une enquête ethnographique, cette recherche étudie la production et la réception des images de soi dans un cadre d'interconnaissance forte (un espace villageois). À ce titre, les usages de la jeunesse rurale sont intéressants puisque cette population se compose d'individus issu-es des différentes fractions des classes populaires et moyennes, dont les styles de vie diffèrent mais cohabitent (en ligne et hors ligne). Notre thèse étudie ces "petites différences" à l'aune du partage d'images de soi en ligne, en prêtant une attention forte aux images du corps, des loisirs, des relations amoureuses et amicales. Ces productions et leur réception permettent de comprendre comment s'articulent la culture juvénile et les pratiques distinctives à l'œuvre au sein d'un même espace local, qui reste traversé par de nombreuses normes sociales (genre, classe, race, réputation).

POURQUOI LA JEUNESSE RURALE ?

La jeunesse rurale se caractérise par son rapport au territoire qui diverge selon les trajectoires sociales lors du passage à l'âge adulte : certain·e·s restent habiter leur lieu de vie d'origine et d'autres le quittent (souvent afin de poursuivre des études). Parmi ceux qui restent, beaucoup aspirent à la norme de l'idéal d'installation (Agnoux, 2022) même s'ils·elles ne disposent pas tou·tes des mêmes ressources pour y accéder (capital social, culturel, économique). Alors, comment ces normes se répercutent-elles dans la mise en scène de soi sur les RSN, dans un contexte de fort recours au partage d'images (Pasquier, 2018) et où ces individus se suivent mutuellement ?

MÉTHODOLOGIE

Pour saisir les pratiques d'exposition de soi des individus et leur réception, je réalise une ethnographie, en étudiant mes enquêté·es à travers plusieurs méthodes. Je réalise des entretiens à propos de leurs pratiques du partage d'images de soi ainsi qu'une (n)ethnographie, qui se compose d'observations en ligne et d'observations hors ligne menée conjointement.

Les réseaux sociaux numériques investigués sont :



ACCÈS AU TERRAIN

Je retourne régulièrement dans mon village d'origine pour retrouver des jeunes adultes qui y ont grandi également et m'entretenir avec elleux à propos de leurs pratiques des RSN. Retourner sur mon territoire me permet d'accéder plus facilement à mes enquêté·es et aux sociabilités privées (Renahy, 2005, Agnoux, 2022), notamment grâce à la possession d'un petit capital d'autochtonie (ressources procurées par l'appartenance locale).

La création d'un lien de confiance dans le cadre d'un entretien facilite mon accès, ensuite, aux différents profils des individus en ligne. De plus, l'utilisation de mes comptes personnels pour mener mes observations en ligne rassure les enquêté·es qui voient nos relations en commun en voyant mon profil. Cela tend à réduire l'asymétrie entre la chercheuse et les enquêté·es, qui peuvent aussi voir ce que je publie.



Agnoux, Perrine. Du côté de chez soi : l'entrée dans la vie adulte des femmes de classes populaires dans les espaces ruraux. Thèse de doctorat en sociologie. Dijon, Université de Bourgogne, 2022, 541p.

Jouët, Josiane, et Le Caroff, Coralie. « Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne », Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales. sous la direction de Barats Christine. Armand Colin, 2013, pp. 147-16

Pasquier, Dominique. L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale, Paris, Presses des Mines, 2018

Renahy, Nicolas. Les gars du coin. Enquête sur une jeunesse rurale. La Découverte, 2005

Représenter les féminités noires dans le hip-hop?

Une analyse transatlantique.

Luna Kondombo

CREW, Sorbonne Nouvelle

Luna.kondombo@sorbonne-nouvelle.fr

Résumé

Cette recherche s'intéresse à la circulation transnationale des représentations des féminités noires dans le hip-hop, de 2010 à 2020. Nous proposons une approche comparative entre trois scènes nationales, inscrites dans l'Atlantique noire : la France, l'Angleterre, et les Etats-Unis. Ce travail étudie les productions locales et globales des féminités noires en prenant en compte les spécificités des trois pays. Le but de cette étude est de questionner l'idée trop monolithique d'une féminité unique et de mettre en lumière les diverses façons dans lesquelles les rappeuses se représentent. Situé au croisement des études anglophones et des sciences de l'information et de la communication et adoptant une perspective en cultural studies, ce travail tente de cartographier les circulations esthétiques des féminités noires, dans un espace où les flux d'échanges ne cessent de parcourir des territoires. Il sera aussi question d'analyser le rôle des réseaux sociaux quant à la circulation des représentations.

Représenter les féminités noires dans le hip-hop? Une analyse transatlantique

industrie musicale

représentations

féminités noires

intersectionnalité

hip hop

circulation transnationale

analyse de discours

Contexte

Le hip hop : une dynamique transnationale

- ✓ Le hip-hop est un genre musical complexe, composé de quatre éléments : le breakdance, le graffiti, le djing, et le rap. Il débute aux États-Unis dans les années 1970 et est le fruit de rencontres multiculturelles : Africains-Américains, Latino-Américains, et Caribéens.
- ✓ Depuis 2010, grâce aux nombreux réseaux sociaux, les scènes musicales britanniques, américaines et françaises se côtoient et s'influencent de plus en plus.

La place des féminités noires

- ✓ La question de l'invisibilité ou des stéréotypes (que la représentation soit "respectable" ou "hypersexuelle") doit être repensée, ainsi que la manière dont les féminités noires interagissent avec des facteurs socioculturels spécifiques au sein du hip-hop dans différents espaces.
- ✓ Dans le contexte d'un phénomène mondial, cette étude vise également à examiner comment ces féminités sont représentées localement et leurs circulations dans la culture hip-hop, à l'échelle transatlantique.

Cadre théorique

Circulation transnationale et socio-économie du rap

- ✓ - Paul Gilroy (1993), Tony Mitchell (2001), Dan Charnas (2010), Tristan Mattelart (2008)

Représentation médiatique

- ✓ - Patricia Hill Collins (2004), Volume! (2011), Claire Lesacher (2013), Karim Hammou (2014), Keivan Djavadzadeh (2021)

Cultural Studies

- ✓ - Stuart Hall (2007), Dick Hebdige (1979)

Hypothèses

- ✓ Il y a une dynamique inégale entre les trois pays, l'Angleterre et la France semblent être plus similaire.
- ✓ Les « représentations féminines noires » sont multiples et sont l'expression d'intersectionnalités spécifiques aux contextes historiques et culturels locaux.
- ✓ Les réseaux sociaux, en particulier Tik Tok, sont utilisés pour se détacher des grandes industries musicales et se façonner une image indépendamment.

Corpus

Little Simz
Gray Area



Nicki Minaj
Pink Friday



Quoi

Shay
Antidote



Critère

- ✓ Analyse des classements Billboard, UK Charts et SNEP
- ✓ Analyse des prix et récompenses
- ✓ Visibilité des artistes sur les réseaux sociaux, dans les médias traditionnels et spécialisés

- ✓ Chansons et d'albums d'artistes féminines hip-hop dans les trois pays

Méthodologie



Analyse de contenu : paroles de chansons, réseaux sociaux



Analyse visuelle : clips musicaux, pochettes d'albums



Entretiens semi-directif : producteurs, managers, artistes

Saisir l'argument « la liberté d'expression » sur les réseaux sociaux : entre circulation et emballement

Adélie Laruncet
GRIPIC, Sorbonne Université
larunceta@gmail.com

Résumé

Saturés d'affects et de réactions, les objets de controverse ne se laissent pas facilement constituer en objet de recherche¹. Tel est le cas des débats concernant la « liberté d'expression ». Du fait de leur dimension polémique, les échanges auxquels la « liberté d'expression » donne lieu se caractérisent par une attention et un investissement intenses et des logiques de réactions en chaîne menant le plus souvent à une dichotomisation des points de vue². Plus que comme principe, cette recherche tend à étudier la « liberté d'expression » en tant qu'elle constitue un terreau et un élément déclencheur de polémiques et surtout en tant qu'elle est devenue un ressort de conflictualité à part entière et un point de crispation au sein de polémiques portant sur des sujets connexes. Cette recherche comporte une forte visée méthodologique dont l'objectif est de développer des façons de saisir la circulation de l'argument la « liberté d'expression » entre les différents espaces et temporalités à travers lesquels il se déploie et s'actualise, ainsi que les dynamiques que produisent et font émerger ces logiques de circulation.

¹ QUEMENER Nelly (2018), « « Vous voulez réagir ? ». L'étude des controverses médiatiques au prisme des intensités affectives », *Questions de communication*, 28, p. 23-41.

² QUEMENER Nelly (2022), *Les réactions à Dieudonné au prisme des intensités affectives : d'un emballement médiatique à l'avènement d'une communauté réactive en ligne*, Habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Université Lumière Lyon 2.

SAISIR L'ARGUMENT « LA LIBERTÉ D'EXPRESSION » SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : ENTRE CIRCULATION ET EMBALLEMENT

Adélie Laruncet, doctorante GRIPIC - CELSA Sorbonne Université

Saturés d'affects et de réactions, les objets de controverse ne se laissent pas facilement constituer en objet de recherche. Les débats concernant la « liberté d'expression » ne font pas exception. Du fait de leur dimension polémique, les échanges auxquels la « liberté d'expression » donne lieu se caractérisent par une attention et un investissement intenses et des logiques de réactions en chaîne menant le plus souvent à une dichotomisation des points de vue (Quemener, 2022)

« Parler de liberté d'expression est délicat dans le climat actuel : depuis quelques années, et en particulier depuis l'attentat de Charlie Hebdo, toute controverse à son sujet suscite des réactions viscérales et des polémiques bruyantes »
— Ramond, 2018

PROBLÉMATISATION

Cette thèse ne s'intéresse pas tant à « la liberté d'expression » en tant que principe, mais plutôt à la façon dont cette notion et surtout son utilisation, constitue un terreau et un élément déclencheur de polémiques et cristallisent des réactions virulentes autour de sa définition. La question de la liberté d'expression est appréhendée ici comme un argument qui se déploie et s'actualise sous différentes assignations, polémiques ou contextes culturels, mais également à travers une variété d'espaces (médiatiques, politiques ou numériques).

OBJECTIF

Cette recherche comporte une forte visée méthodologique. L'objectif est de développer des façons de saisir la circulation de l'argument la « liberté d'expression » entre les différents espaces et temporalités à travers lesquels il se déploie et s'actualise, ainsi que les dynamiques que produisent et font émerger ces logiques de circulation.

AXES

- ➔ Identifier la forme concrète que prend la liberté d'expression (termes, expressions, images) dans les débats relatifs à cette question ainsi que les thématiques, motifs ou lexiques qui président à l'avènement de cet argument dans les débats sur des sujets connexes.
- ➔ Appréhender les logiques de circulation à la fois transmédiatiques et transplateformes de ces thèmes, termes, expressions et images et ce qu'elles produisent.
- ➔ Comprendre et rendre compte des dynamiques d'intensification des échanges.

CADRE THÉORIQUE

Déplacer la focale du niveau discursif des pratiques vers la dimension affective des polémiques

Le rôle du dispositif dans la structuration des échanges

(Julliard, 2018 ; Papacharissi, 2011, 2015)

Les dynamiques affectives présidant aux modalités d'échanges

(Paasonen, 2015 ; Alloing & Pierre, 2020 ; Pailler, Cervulle, 2014)

UN CORPUS PLURIEL

Appréhender les logiques de circulation transmédiatiques et transplateformes de l'argument « la liberté d'expression »

- 1 Le corpus médiatique : articles issus de la presse quotidienne nationale
- 2 Le corpus numérique : textes, images et vidéos extraits des plateformes numériques

DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

Comment saisir un objet « insaisissable » ?

• L'argument « la liberté d'expression »

Un objet circulant et labile qui se présente à la fois sous la forme :

- d'un sujet de débat
- d'un argument
- et d'un élément structurant dans les débats

• Forte visée méthodologique

Développer des méthodologies, notamment à l'aide des méthodes numériques et des outils de visualisation de corpus pour :

- Saisir la circulation de l'argument « liberté d'expression » entre les différents espaces où cet argument émerge.
- Saisir les dynamiques de concentration qui l'accompagnent et les logiques temporelles présidant à sa circulation.



Appréhender un terrain sensible : Démarche qualitative outillée

• Constitution d'un corpus de presse exploratoire

Corpus sélectionné à partir du mot-clé "liberté d'expression" via la plate-forme Europresse : 20 000 articles (presse nationale quotidienne)

• Aller-retour successifs entre le quantitatif et le qualitatif

Méthode mixte pour dégager les temporalités et les modalités d'apparition de l'argument de la liberté d'expression dans le corpus :

- 1 Approcher le corpus par les pics de médiatisation autour de la liberté d'expression identifiés à partir de graphiques et de courbes temporelles.
- 2 Dégager des thèmes et des termes indigènes au corpus et à ces moments de médiatisation intense :
 - Analyse lexicométrique à l'aide du logiciel TXM
 - Lecture flottante de ces moments de médiatisation
- 3 Analyser les moments de faible intensité au regard des moments de forte médiatisation

• Orienter la collecte du corpus numérique

Le repérage des thèmes et expressions qui circulent dans les médias grand public et de leurs temporalités aura aussi pour but d'aider à l'identification des débats en ligne

Unités	Attention médiatique forte	indice
Charlie	3186	1000,0
musulmans	2047	1000,0
Hebdo	1832	1000,0
caricatures	1579	1000,0
Mahomet	946	312,1
Twitter	1868	284,4
islam	1756	247,2
Musk	1003	229,0
Paty	721	222,0
Elon	841	211,4
Samsal	719	199,9
Prophète	429	193,2
attentat	776	161,0
prophète	507	157,5
religion	1260	150,6
musulman	702	143,0
France	4386	140,9
dessins	639	138,6
laïcité	1158	138,3
attentats	860	126,9
élèves	904	126,4
blasphème	482	117,9
terrorisme	979	115,0
religions	607	103,4
caricature	441	89,3
collège	406	85,4
danons	359	84,7
Charb	240	82,9
Confians-Sainte-Honorine	183	82,2
enseignant	382	77,9
musulmane	489	77,7
République	1451	74,3
satirique	295	73,7
dessin	469	73,1
Danemark	304	72,0
dessinateurs	304	71,6
terroristes	620	69,4
minute	254	66,7
Caulhaly	144	66,1

Mots spécifiques aux moments de forte médiatisation

Résumé

Si les représentations de la ménopause varient selon les époques et les contextes culturels, elle n'a cependant été nommée et conceptualisée telle qu'on la connaît aujourd'hui qu'à partir de 1821 par le médecin Charles de Gardanne, la constituant, par ce biais, en pathologie et en sujet d'inquiétude pour les personnes menstruées. Récemment redéfinie comme une trajectoire¹ par la sociologue Cécile Charlap¹, ce passage de vie des personnes menstruées reste pour autant affilé aux tabous de notre époque (au même titre que les menstruations, l'endométriose, etc.). La question de recherche, qui sera la problématique sous-tendant ce projet de thèse, est la suivante : dans quelle mesure la ménopause est-elle invisibilisée dans l'espace public et médiatique ? Cas du planning familial

Pour ce faire, nous envisageons une enquête par le proche, tel qu'elle a été définie par Pauline Brouar et Pauline Escande-Gauquié². Nous utiliserons également l'action photographique comme outil d'enquête, et moyen de susciter l'engagement photographique des sujets, et d'ouvrir à des récits et des expériences qui pourraient échapper à un entretien formel ou à une observation participante.

¹ Cécile Charlap, *La Fabrique de la ménopause*, Paris, CNRS Editions, 2019

² Pauline Brouar et Pauline Escande-Gauquié, Les savoirs par le proche en SIC, *Communication & langages* – no 217 – septembre 2023

REPRÉSENTER LA MÉNOPAUSE. ENJEUX ARTISTIQUES ET POLITIQUES DE L'INVISIBILITÉ. LE CAS DU PLANNING FAMILIAL

Doctorante

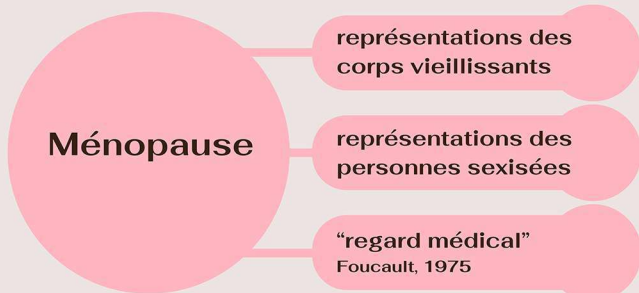
Leslie Enthea MALFONDET
GRIPIC, CELSA Sorbonne Université

Directrice HDR

Pauline ESCANDE-GAUQUIÉ
Maître de conférence et sémiologue au GRIPIC, CELSA Sorbonne Université



Sujet et problématiques



Premières observations



Le Planning familial est le plus grand réseau associatif et militant à offrir des services de santé sexuelle en France



116 différents types de documents de sensibilisation mis au regard ou à la disponibilité du public ont été recensés dans la communication papier du planning familial 21, en février 2024



1 document, en un seul exemplaire concerne la ménopause.



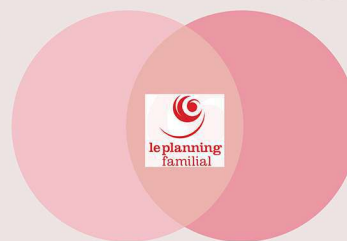
Absence constatée de personnes concernées sur le terrain de recherche

Terrain de recherche

Le planning familial de Dijon a manifesté son envie d'intégrer au sein de sa structure, le sujet de la "trajectoire de la ménopause", comme définie par la sociologue Cécile Charlap.

Santé sexuelle

Militantisme



1956 : création de l'association
En 2024 :
72 associations départementales
9 fédérations régionales

Population observée

- Personnes concernées au premier plan par des changements physiologiques possiblement liés à la trajectoire de la ménopause ou ménopausé-e-s
- Membres associatifs et bénévoles sur le terrain de recherche
- Partenaires de santé liés au terrain de recherche
- Individu-e-s accueilli-e-s au sein du PF

Méthodologie

Il s'agit de construire une démarche ancrée dans les **sciences de l'information et de la communication**. Nous envisageons une enquête par le proche, telle qu'elle a été définie par Pauline Brouar et Pauline Escande-Gauquié. (*Les savoirs par le proche en SIC*, Communication & langages – no 217 – septembre 2023)



Observations participantes, entretiens, et questionnaires semi directifs



La méthodologie croisée avec la pratique créative : la photographie comme outil d'enquête complémentaire.



La proximité permettrait de faire émerger des récits et expériences sensibles qui pourraient échapper à un entretien formel ou à une observation participante.



Création de lien avec les partenaires santé du terrain de recherche, afin de faire émerger les problématiques périphériques.



Elise Louedec, « Danièle Méaux, Enquêtes : nouvelles formes de photographie documentaire », Critique d'art (En ligne), 26 novembre 2020

Syvaïne Conord, "Usages et fonctions de la photographie", Ethnologie française, 2007/1 (vol 37, pages 11 à 22)

Jehanne Dautrey "La recherche dans les différents arts" Hermès, La Revue 2015/2 (n° 72, pages 49 à 52)

Christiane Vollaire, "Singulier, pluriel, multiple : des processus de subjectivation pour une histoire commune", Le sujet dans la Cité - Revue internationale de recherche biographique, 2021, Actuels n°12, pp.177-183. 10.3917/Isdic.012.0177 hal-04053302

Marie-Julie Catoir-Brisson et Laura Jankeviciute "Entretien et méthodes visuelles : une démarche de recherche créative en sciences de l'information et de la communication", Sciences de la société 2014, (n° 92, p111-127)

La médiatisation du mouvement féministe au Mexique : cadrage médiatique des événements féministes internationaux du 8 mars, du 28 septembre et du 25 novembre et représentations des collectifs féministes de l'État de Veracruz dans la presse quotidienne régionale

Jeanne Mosnier
LERASS, Université Toulouse 3 Paul-Sabatier
jeannemosnier@outlook.fr

Résumé

Le poster présenté ici vise à présenter une thèse en phase d'émergence interrogeant les processus de production de l'information et de cadrage médiatique dans la presse quotidienne régionale d'information de l'État de Veracruz au Mexique, autour de trois événements internationaux de lutte contre les violences de genre. Dans le but de saisir les dynamiques entre mouvements sociaux, production de l'information et processus de cadrage, le projet mobilise, d'une part, les outils de la sociologie des mouvements sociaux, en questionnant notamment les discours médiatiques autour des actions des collectifs féministes de Xalapa et, d'autre part, les études de genre, afin d'interroger la mise en (in)visibilité des violences de genre dans le contexte mexicain. Pour cela, il s'agit de réaliser une analyse sémio-discursive d'un corpus d'articles issus de la presse quotidienne régionale d'information veracruzanienne et de mener un travail ethnographique, basé sur des observations en ligne et hors ligne ainsi que sur des entretiens, avec des actrices du mouvement féministe et des producteur.trices de contenus médiatiques.

La médiatisation des mouvements féministes au Mexique

Depuis la reconnaissance médiatique et institutionnelle des **violences de genre au Mexique**, comment se construisent les **cadres de représentation médiatique** des événements féministes dans la presse et comment ces cadres sont-ils représentatifs d'un **rapport de force complexe** entre les pouvoirs politiques, les médias et les **mouvements féministes** ?

Présentation du sujet

Chaque année, les événements féministes internationaux du **8 mars** (Journée Internationale des Droits des Femmes), du **28 septembre** (Journée d'action globale pour un avortement légal, sûr et gratuit) et du **25 novembre** (Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes) rassemblent des milliers de femmes pour protester contre les violences de genre dans les villes mexicaines, mobilisant alors une forte attention médiatique sur ces événements.

La thèse interroge **les processus** de production de l'information et de cadrage médiatique dans la **presse quotidienne régionale** (PQR) de l'Etat de Veracruz au Mexique, autour de ces **trois événements internationaux de lutte contre les violences de genre**.

Elle vise à saisir les dynamiques entre mouvements sociaux, production de l'information et processus de cadrage médiatique ainsi qu'à questionner la mise en **(in)visibilité** des violences de genre dans le **contexte mexicain**.

Terrain et contexte

L'Etat de Veracruz :

- Environ **8 millions d'habitants** en 2020 selon les chiffres de l'INEGI.
- **Capitale** : Xalapa -Enríquez
- Imbrication forte entre médias, sphères politiques et militantes.

Mouvements féministes de l'Etat de Veracruz :

- **Hybridation** des pratiques militantes en ligne et hors ligne ; divisions idéologiques et générationnelles ; important travail d'incidence politique.

Un terrain qualifié de sensible :

- En 2023, l'Observatoire des Violences Faites aux Femmes de l'Université de Veracruz (OUVMujeres) recensait **56 cas de féminicides, 78 homicides de femmes, 903 disparitions et 399 cas de violences envers les femmes**.
- **Pressions** (politiques, économiques, sociales) et **attaques récurrentes** envers les journalistes mexicain.es (menaces verbales, vols d'équipements, attaques physiques, disparitions, actes de torture, assassinats).



Méthodologie d'enquête

Approche (n)ethnographique (Despentin-Lefèvre, 2022)

Réaliser conjointement des **observations** en ligne et hors-ligne

Analyse **sémio-discursive** des articles de presse en lien avec **les événements féministes** (textes, images et distribution)

Corpus : réalisé à partir de la PQR de l'Etat de Veracruz

Entretiens semi-directifs (en distanciel et sur place)

Avec des journalistes, photographes et chef.fes de rédactions

Cadre théorique

Approche sociologique et communicationnelle des mouvements sociaux

Les études sur le **cadrage médiatique des mouvements féministes** ont mis en avant que les mouvements de la deuxième et troisième vagues du féminisme pâtissaient d'une **couverture médiatique négative et stéréotypée**. Depuis l'explosion des mobilisations (**#NiUnaMenos, #MeToo**, etc.) et la mise en avant du problème des violences de genre dans les médias, les études récentes témoignent de cadrages en compétition concernant les **représentations** des mobilisations, certains **légitimant** et d'autres **dé légitimant** les mouvements féministes.

Quels cadres dominent dans les articles de la PQR de Veracruz ?

Arquebourg, J. (2005) ; Askanius, T., Hartley, J. (2019) ; Benford, R., Snow, D. (2012) ; Bousquet, F., Smyrniotis, N. (2012) ; Cardon, D. (2019) ; Castells, E. (2012) ; Dalibert, M. ; Demers, F., Rosenberg, L. (2023) ; Entman, R.M. (1993) ; Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989) ; Hernández Ramírez, (2018) ; Lamy, A., Quemener, N., (2016) ; Larrondo Ureta, A. (2020) ; Lits, M. (2016) ; Livet, P. (2002, 2008) ; Mercier, A. (2006) ; Mendes, K. (2011, 2012) ; Neveu, E. (1999, 2019) ; Ochman, M. (2023) ; Ratinaud, P., Sebbah, B. (2022) ; Ricoeur, P. (1971) ; Rovira-Sancho, G. (2013) ; Sebbah, B. (2017, 2022) ; Tilly, C., & Tarrow, S. (2015) ; Tufekci, Z. (2019)

Approche socio-historique du journalisme et des mouvements féministes mexicains

Dresser un panorama des liens entre les mouvements féministes et les médias au cours du temps pour saisir les imbrications historiques entre les contextes politiques, les événements contestataires et les positions des médias dans l'histoire mexicaine.

Álvarez Enríquez, L. (2020) ; Caulier, M. (2011) ; Estrada Bautista, L. J. (2020) ; Espinosa Domínguez, G., Lau Jaiven, A. (2013) ; Demers, F. (2010) ; Falquet, J. (2007) ; Gutiérrez Castañeda, G. (2002) ; González, R. A. (2018) ; Hernández Ramírez, M.A. (2010) ; Larrondo, M., Ponce, C. (2019) ; Palacio Montiel, C. D. (2015) ; Rodelo, F. (2021)

Etudes de genre, approche féministe et décoloniale

S'inscrire dans la continuité des travaux de recherche sur les représentations des violences de genre dans les médias et en SIC.

Poursuivre une démarche de décentrement sur ma position en étant attentive aux questions d'imbrication du genre à d'autres rapports de pouvoir.

S'inscrire dans une épistémologie de points de vue et de savoirs situés au sens de Donna Haraway (1984).

Aldrete, M. (2020) ; Casados González, E. (2020) ; Clair, I. (2016) ; Colomb - Gully, M. (2011) ; Dalibert, M. (2013) ; Despentin Lefevre, I. (2022) ; Espinosa Miñoso, Y. (2014) ; Falquet, J. (2019) ; Haraway, D. (1988) ; Hernández Castillo, A. (2021) ; Hernández Montoya, M. E. (2018) ; Hernández Orellana, M. (2018) ; Jouët, J., Niemyer, K., & Pavard, B. (2017) ; Labrecque, M.F. (2018) ; Lalli, P. (2005) ; Lagarde, M. (2008) ; Lapalus, M. (2015, 2020) ; Mohanty, C. T. (2008) ; Monárrez Fragoso, J. E. (2022) ; Montiel, A. (2014) ; Pérez-Tirado, I. (2019) ; Rodelo, F. (2021) ; Segato R.L. (2016, 2021) ; Sapio, G. (2020, 2022) ; Sepulchre, S. (2019)

**De la mère à la cheffe : entre invisibilisation et stéréotypisation,
la médiatisation des cuisinières en questions**

Estérelle Payany

CIMEOS, Université de Bourgogne

Esterelle_payany@etu.univ-bourgogne.fr

Résumé

Fruit d'une tradition de distinction sexuée du métier de cuisinier qui tient moins des compétences que d'un système culturel mis en place, le « bastion masculin » construit par une tradition d'exclusion des femmes du métier et un accès tardif des femmes à la formation professionnelle a construit une mise en invisibilité des professionnelles du secteur. Etudier le traitement médiatique et les stratégies de communication des femmes travaillant dans les cuisines lors de la dernière période de médiatisation du culinaire (2007-2024) permet d'opérer une typologie des figures médiatiques féminines, en questionnant les mécanismes d'invisibilisation mis en place dans le secteur.

DE LA MÈRE À LA CHEFFE : ENTRE INVISIBILISATION ET STÉRÉOTYPISATION, LA MÉDIATISATION DES CUISINIÈRES EN QUESTIONS

Fruit d'une tradition de distinction sexuée du métier de cuisinier qui tient moins des compétences que d'un système culturel mis en place, le « bastion masculin » construit par une tradition d'exclusion des femmes du métier et un accès tardif des femmes à la formation professionnelle a construit une mise en invisibilité des professionnelles du secteur. Etudier le traitement médiatique et les stratégies de communication des femmes travaillant dans les cuisines lors de la dernière période de médiatisation du culinaire (2007-2023) permet d'opérer une typologie des figures médiatiques féminines, en questionnant les mécanismes d'invisibilisation mis en place dans le secteur

TEMPS FORTS DE MEDIATISATION DU CULINAIRE

2007-2024	3 étoiles pour Anne-Sophie Pic - Mondialisation de l'influence gastronomique (Michelin, 50 Best Restaurants, la liste...) - Génération Top Chef - Chefs influenceurs
1973-1987	Nouvelle Cuisine - Bocuse en figure de proue - Exportation des chefs français Association des Restauratrices Cuisinières
1953-1967	Raymond Oliver, premier chef télévisuel Début de la médiatisation télévisuelle du culinaire
1933-1940	Premiers étoilés Michelin - Âge d'or des Mères en cuisine
1883-1931	Revue "L'Art Culinaire", "Le Cordon Bleu" (1895) Philéas Gilbert Chefs vs gastronomes

ÉMERGENCE DU MOT ET DE LA FIGURE DE LA CHEFFE

- 1859** : première occurrence - « Cheffe des bandits » dans l'Histoire de l'art Dramatique de Théophile Gautier
- 1921** : «Les hommes ayant toujours accaparé les sommets où il est permis de s'illustrer et relégué les femmes dans les dessous noirs. Il n'y eut que des chefs et pas de «chefes» dans les grandes cuisines », in La Française, 26 nov. 1921, à propos du centenaire de Brillat-Savarin
- 2000** : le mot se répand peu à peu dans d'autres professions (entreprise, orchestre...) et dans l'espace francophone (Québec, Suisse...)
- 2012** : Une «Top Cheffes» du Parisien Magazine (A. -S. Pic, S. Le Queller, Amandine Chaignot, Ghislaine Arabian)
- 2016** : Parution de "La cheffe, roman d'une cuisinière" de Marie N'Diaye
- 2018** : Anne-Sophie Pic, seule femme trois étoiles en France, commence à utiliser « cheffe » dans sa communication
- 2019** : Publication de « Cheffes, 500 femmes qui changent la donne dans les cuisines de France » (Frediani-Payany, Nouriturfu)
- 2020** : le guide Michelin emploie désormais « cheffe » au lieu de « femme-chef »
- 2024** : Cohabitent dans l'usage chef, femme chef, femme cheffe et cheffe

PRÉSENCE DES FEMMES DANS LE SECTEUR

de femmes en cuisine professionnelle
35% selon la DARES*
(comportant aides, cuisiniers et chefs cuisiniers)

à un poste de chef-cuisinier
19%

de femmes au guide Michelin (7 cheffes sur 133 chefs)

* Direction de l'animation, de la recherche, des études et des statistiques (2017-2019)

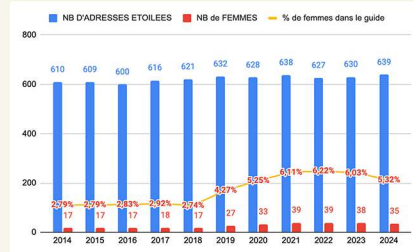


Fig. 1 Evolution du nombre de restaurants dirigés par une femme dans le guide Michelin entre 2014 et 2024

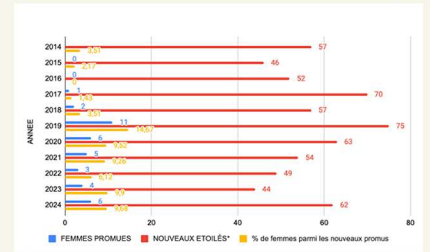


Fig. 2 Femmes parmi les nouvelles étoilées Michelin 2014-2024

UNE MÉDIATISATION LIMITÉE

des couvertures du magazine Le Chef consacrées à des cheffes (jan. 2007 - mars 24)
3,17%
5 couvertures sur 152

70% des publications du compte Instagram "Le Chef" représentaient des personnes en 2022-2023, réparties ainsi

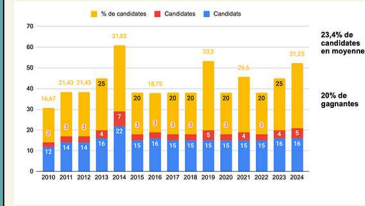


Fig. 3 Nombre de candidates à Top Chef de 2010 à 2024

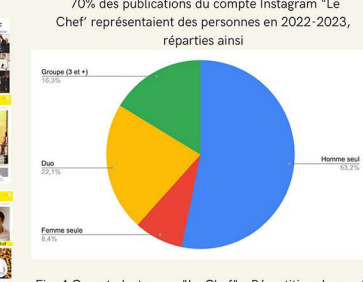


Fig. 4 Compte Instagram "Le Chef" - Répartition des posts par type de portraits 2022-2023

REPRÉSENTATIONS ET STÉRÉOTYPES DE LA CHEFFE DANS LES MEDIAS

LA MÈRE/LA GRAND-MÈRE

Cuisiner est un acte d'amour, pas une compétence professionnelle...
Érigée en équivalent féminin des chefs des années 30, le terme Mère (qui n'était pas que lyonnaise) est toujours convoqué. La figure de la "cuisine de grand-mère" est souvent convoquée par les chefs étoilés, même quand leur grand-mère était elle-même chef étoilé (cf Georges Blanc). Les professionnelles restent désignées comme dans la sphère domestique.

L'ENGAGÉE-REBELLE

Condamnée à faire mieux et à repenser le métier
Dominique Crenn (en photo), Nadia Sammut qui défend la cuisine sans allergènes et sans gluten, Manon Fleury contre les violences en cuisine et pour l'emploi des femmes en cuisine à des postes à responsabilités...

Et en groupe...

LA SCHTROUMPFETTE

Une, ça suffit
Peu de représentations professionnelles paritaires, majoritairement des groupes masculins à 90% ou plus, et si présence de femmes, au premier rang pour être plus visibles.

LA PIONNIÈRE

Jamais égalée, toujours isolée
première candidate au Bocuse d'Or pour la France (Nais Pirolet en 2023, en photo), première MOF (Andrée Rosier), première meilleure pâtissière au monde (Jessica Préalpato, Nina Métayer) : être la première accueillie dans une institution masculine assure retombées médiatiques... sans évolution de l'institution. Et éclipse d'éventuelles femmes qui auraient précédé, entérinant une vision progressiste et mettant les femmes en concurrence.

LA FEMME D'EXCEPTION

Jamais égalée, toujours isolée
La pionnière peut accumuler les performances : elle devient alors femme d'exception, comme Eugénie Brazier (première personne à avoir obtenu 6 étoiles), ou Anne-Sophie Pic (femme la plus étoilée au monde). Une singularité qui limite la concurrence médiatique avec les autres chefs.

TOUTES ENSEMBLE

Mais seulement si le genre est le sujet
S'il n'y a que des femmes sur la photo, c'est pour questionner sur le peu de femmes en cuisine, ou pour le 8 mars.

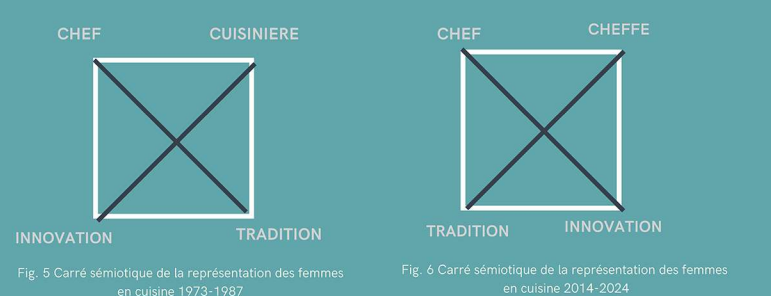


Fig. 5 Carré sémiotique de la représentation des femmes en cuisine 1973-1987

Fig. 6 Carré sémiotique de la représentation des femmes en cuisine 2014-2024

Lorsque la médiatisation des chefs s'est intensifiée avec la "Nouvelle Cuisine", les femmes ont été assignées à la fonction de gardiennes de la tradition culinaire, réduites au stéréotype de mère/grand-mère, incapables de créativité en cuisine et même interdites du port de toque par Paul Bocuse, figure emblématique érigé en symbole du chef français (fig.5). Avec l'arrivée d'Anne-Sophie Pic dans les rangs des chefs 3 étoiles, le discours se diversifie, avec l'émergence de la figure de la cheffe (cf. historique du mot) qui opère un renversement sémiotique (fig.6) . Elles sont désormais également représentées comme des personnalités engagées sur des innovations sociétales et environnementales, pour moderniser l'image d'un métier pénible qui peine à recruter.

Quatre représentations principales des femmes en cuisine circulent, non exclusives. Elles peuvent se combiner et accroître ainsi la médiatisation des cheffes : Dominique Crenn est ainsi pionnière (1ère femme trois étoiles aux Etats-Unis) et rebelle (militante LGBTQUIA+, critique du système de la brigade...). Elles peuvent aussi se succéder dans le temps : Anne-Sophie Pic a d'abord été d'exception (1ère femme 3 étoiles en France depuis 56 ans), puis promue femme d'exception (cheffe ayant le plus d'étoiles au monde), mais fait figure de schtroumpfette sur l'ensemble des 3 étoiles français.

Academic Research Poster

Research posters are visual aids that are used to present a study. It is a popular way to showcase research work in conferences and the academe. Information is presented concisely and in a visually appealing manner to attract attention and spark discussion.

Authors

Don't forget the names of the research authors and co-authors. Use full names and include any titles or honorifics the authors may have, as well as the university or research institution they are representing.

Affiliations

Researches are often under or on behalf of a university, an organization, or academic/research institutions. When available, include their logos with the names.

Related literature

References can take up a lot of space, so cite only the key references used in the study.



Introduction

This section gives an overview of the research. Start with the background: What are you studying and why? What is the importance of the research to the field or specific industry, and what can it contribute to the existing literature? Be mindful of the space of the poster. Include the important information, but be as straightforward as possible.

OBJECTIVE

In this section, state what is the purpose of your study.

METHODOLOGY

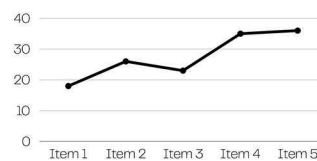
Describe how you've conducted your research. What is the strategy of the team? What methods were used? Were there any special technology applied?

RESULTS

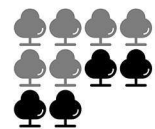
Results show the outcome of the research and should answer the question or hypothesis stated in the introduction. State what you've found from your study.

Analysis

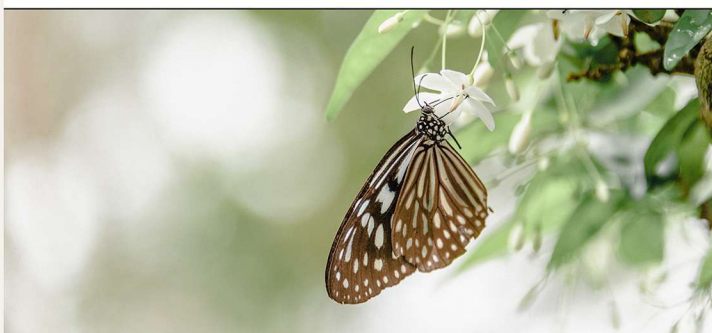
In a regular research paper, the analysis section is one of the longest parts as it builds on the information that supports the objective and thesis. With a research poster, you can trim down the analysis to the most important parts. Use bullets to emphasize points. Include key graphs, tables, graphics, and other images that support the study and show a visual analysis of the data.



Use graphs to show visualization of your data's analysis.



Illustrations are also great aids to help your research poster.



Conclusion

To wrap up your poster, present two to three key findings. You can also add a brief explanation or narrative to these that can encourage conversation or dialogue with the audience. These findings can be actionable items that can lead to implementation, policy creation, or further study.

Mobilité(s) et écologie



La communication numérique du HCR sur les relations entre climat et migrations

Ibtihaj Chaouki
CÉDITEC, Université Paris-Est Créteil
ibtihajec@gmail.com

Résumé

Ma problématique est la suivante : Comment le HCR se saisit-il de la question environnementale à travers sa communication sur les relations entre migrations et climat ?

Cette recherche se situe à la croisée de plusieurs champs de recherche investis en sciences de l'information et de la communication : la communication des institutions internationales, la communication environnementale et l'analyse des supports numériques (et en particulier des réseaux socio-numériques) (Walter et al. 2018). En portant sur la manière dont une organisation internationale communique sur des questions socio-environnementales vives, elle ouvre également des espaces de dialogue avec les sciences politiques et les sciences de l'environnement. L'analyse des relations entre migrations et climat s'appuiera entre autres sur les travaux de Venturini et Severo de 2012 qui portent sur l'analyse numérique des débats médiatiques sur les migrations et l'environnement, ainsi que sur les travaux de Natacha Bracq de 2014 sur les migrants de l'environnement. Elle s'appuiera également sur les travaux des membres du GIEC et plus spécifiquement ceux de François Gemmene, spécialiste des relations entre climat et migrations.

Afin de répondre à cette problématique, la recherche s'appuiera sur une analyse sémio-communicationnelle et une analyse de discours des publications du HCR sur ses réseaux socio-numériques et son site web ainsi que sur une enquête menée auprès de chargés de communication numérique du HCR.

DOCTORALES SFSIC 2024

La communication numérique du HCR sur les relations entre climat et migrations

Ibtihaj Chaouki
Université Paris-Est Créteil, Céditec – ibtihajec@gmail.com

Introduction

Mon projet de thèse questionne les discours politiques institutionnels du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (HCR) sur ses réseaux sociaux numériques (RSN) et son site web afin de comprendre comment le HCR se saisit de la question environnementale aujourd'hui, tente de sensibiliser aux conséquences du changement climatique sur les mouvements migratoires et agit en prévention pour limiter le nombre de personnes qui peuvent devenir des réfugiés environnementaux. Inscrite en sciences de l'information et de la communication, cette recherche vise à questionner les formes, les modalités et les enjeux de la communication numérique du HCR sur ces questions socio-environnementales vives.

Terrain de recherche

Problématique : Comment le HCR se saisit-il de la question environnementale à travers sa communication sur les relations entre climat et migrations ?

D'après ce qui est partagé en ligne par le HCR, nous constatons que ce dernier appelle les gouvernements à prendre au sérieux la crise environnementale et ses répercussions sur les déplacements forcés. L'analyse des discours du HCR sur les réseaux socio-numériques et son site web est dès lors un terrain de recherche particulièrement pertinent pour questionner la manière dont cette organisation internationale vise à sensibiliser ses publics aux questions environnementales et comment elle agit pour prévenir l'augmentation du nombre de réfugiés environnementaux.

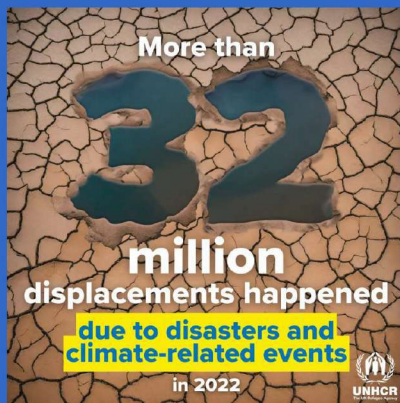


Figure 1 – Exemple d'un post des réseaux sociaux du HCR.

Cadre théorique

Ce sujet de recherche mobilisera des travaux en sciences de l'information et de la communication, notamment dans les domaines de la communication environnementale, de la communication numérique et de la médiation des savoirs. Il invite également à établir un dialogue avec d'une part des travaux en science politique sur les organisations internationales et les questions climatiques et d'autre part, des travaux en sciences de l'environnement sur le changement climatique et ses relations avec les migrations.



Figure 2 – Exemple d'un post des réseaux sociaux du HCR.

Approches méthodologiques

Afin de répondre à cette problématique, ma recherche s'appuiera sur une analyse sémio-communicationnelle et une analyse de discours des publications du HCR sur ses réseaux socio-numériques et son site web ainsi que sur une enquête menée auprès de chargés de communication numérique du HCR. Mon objectif est ainsi de questionner comment une organisation internationale telle que le HCR met en œuvre des stratégies de communication numérique spécifiques pour traiter des relations entre migrations et climat, agir en prévention pour réduire le nombre de réfugiés environnementaux et plus largement, pour sensibiliser le grand public aux questions socio-environnementales vives que sont l'imbrication entre les questions migratoires et climatiques.

La Fresque tous RSE : un outil de mémoire des pratiques et des gestes métiers

Delphine Léger
ETIS, CY Cergy Paris Université
Delphine.leger@sncf.fr

Résumé

Le terrain présenté ici existe dans le cadre d'une thèse CIFRE sur la transition des entreprises vers des écosystèmes durables à la SNCF. Des entretiens qualitatifs sont réalisés suite à la participation de certains salariés à un atelier de sensibilisation, la Fresque tous RSE, afin de mieux appréhender l'impact de cet atelier sur l'engagement individuel et managérial. Dans le cadre d'une recherche qui croise le design avec les sciences de l'information et de la communication, l'entretien s'intéresse plus particulièrement à l'usage que font les salariés des outils de management qui leurs sont proposés, ou s'ils en créent de nouveaux suite à la Fresque.

La Fresque tous RSE : Un outil de mémoire des pratiques et des gestes métiers

Delphine LÉGER delphine.leger@sncf.fr
Thèse CIFRE au Lab SNCF Impact
CY Design research group - Laboratoire ETIS

Le format Fresque

La Fresque tous RSE a été créée en prenant pour inspiration le format désormais bien connu des Fresques, qui sont des ateliers participatifs de sensibilisation autour des enjeux actuels. Elle a été créée par le Lab SNCF Impact en 2023, avec pour objectif de diffuser la stratégie RSE de l'entreprise à tous ses collaborateurs, mais aussi de les accompagner dans la mise en oeuvre d'un plan d'action par équipe ou par entité. C'est en cela que la Fresque tous RSE diffère des formats classiques de fresques : ce n'est plus seulement un outil de sensibilisation, mais également de passage à l'action et de mise en oeuvre. Elle dure deux heures, et est personnalisable selon le public auquel elle s'adresse.

Elle s'anime en trois étapes

1. Échelle globale : enjeux environnementaux (climat + biodiversité) et sociaux
2. Échelle de l'entreprise : définition de la RSE et explication de la stratégie RSE de l'entreprise
3. Échelle entité ou équipe : prise de connaissances des actions RSE existantes dans l'entreprise et construction du plan d'action

Un répertoire des pratiques et des gestes-métiers

Lors de la partie 3, à l'échelle de l'équipe, les participant-es prennent connaissance de tout un panel d'actions RSE déjà existantes dans l'entreprise. L'objectif est de leur faire prendre conscience que la transition RSE est déjà entamée au sein de la SNCF, et de les inspirer à reproduire ces actions, à l'identique ou en les adaptant à leur quotidien.

Les actions répertoriées peuvent être directement des gestes-métiers, ou des actions transverses à toutes les entités.

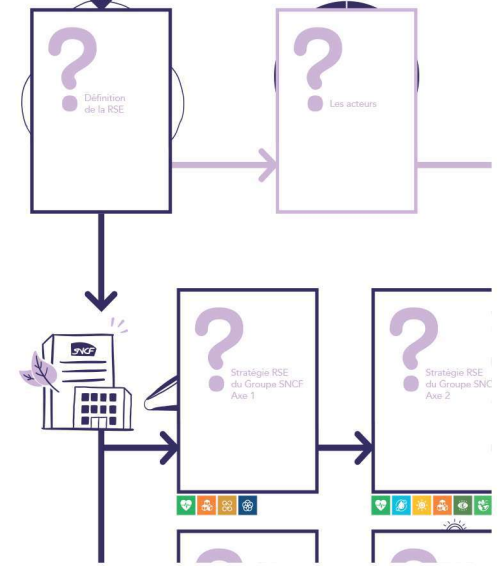
Exemples :

- l'éco-stationnement (fait de couper le moteur des trains lorsqu'ils sont à l'arrêt dans les technicentres de maintenance) agit directement sur le quotidien des agents qui manoeuvrent les trains dans les technicentres. C'est donc un **geste métier**.
- le volontariat des salarié-es via la Fondation SNCF pour des associations, sur le temps de travail, est une **action transverse**.



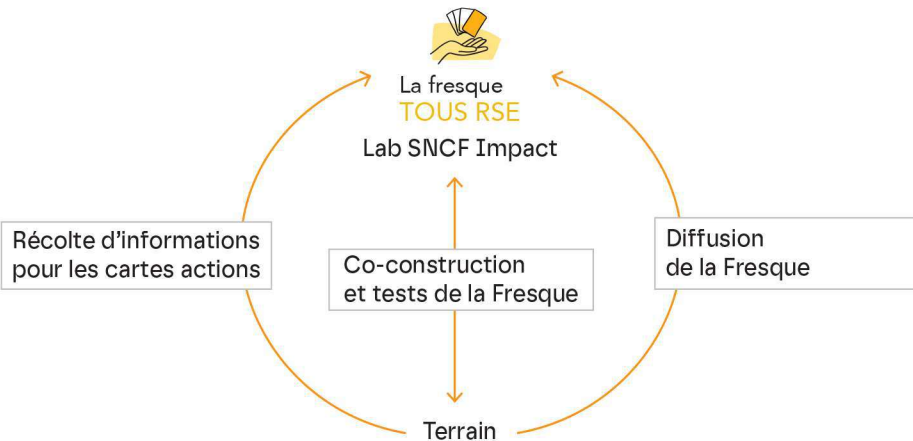
Mini fresque RSE

Les objectifs de développement durable



Extrait d'un support d'animation de la Fresque tous RSE

Diffusion de la Fresque dans l'organisation, et flux d'informations générés



Résultats :

Suite à des entretiens qualitatifs menés avec des salarié-es ayant participé à la Fresque Tous RSE, les constats sont les suivants :

- les salarié-es sont prêts à s'engager, surtout lorsqu'on leur fournit des exemples concrets d'autres équipes qui font déjà des actions RSE.
- le fait de diffuser l'existence des actions RSE par le terrain, à tous les niveaux de la hiérarchie du groupe, permet de crédibiliser la stratégie RSE diffusée par la Holding SNCF, qui autrement est souvent considérée comme abstraite par les équipes opérationnelles.
- la Fresque permet une prise de connaissances des enjeux environnementaux et sociaux actuels, et surtout du lien qui existe entre ces enjeux et la mission de l'entreprise.

« J'ai réalisé pendant la Fresque que ma façon de travailler au quotidien peut participer à abîmer ou protéger les espaces autour de moi. »
Manager d'équipe opérationnelle en gare, Lyon.

La Fresque tous RSE dans le cadre du design de transition



**Information, communication et projets de mobilité dans les territoires urbains :
cas du transport par câble**

Kokoroko Dramane Ouattara

GRESEC, Université Grenoble-Alpes

Kokoroko-dramane.ouattara@univ-grenoble-alpes.fr

Résumé

Notre thèse en Cifre chez POMA s'inscrit en communication publique sur les projets de mobilité. Au moment où semble exister une crise de confiance entre acteurs publics (porteurs des projets) et citoyens, cette thèse questionne le rôle, la place, la fonction et la mission d'un acteur privé dans la promotion d'un projet de transport.

À cet effet, nous formulons le questionnement suivant : quelle légitimité pourrait avoir une entreprise pour favoriser l'acceptation d'un projet de mobilité par les citoyens ?

Les enjeux scientifiques de cette thèse portent sur les jeux d'acteurs entourant un projet de mobilité. Ainsi, nous interrogeons le positionnement d'un acteur privé dans une procédure publique telle qu'une enquête publique, les dispositifs info-communicationnels sollicités dans les projets de mobilité.

Dans la première partie de cette thèse, nous avons observé l'enquête publique relative au projet de transport par câble de Grenoble. La conduite de cette enquête et son déroulement ont démontré l'instrumentalisation, la récupération et les insuffisances info-communicationnelles qui entourent un projet de mobilité urbaine et symbolisant la tension entre acteurs publics et citoyens.

PROJETS DE MOBILITÉ DANS LES TERRITOIRES URBAINS : CAS DU TRANSPORT PAR CÂBLE

Nom : Kokoroko Dramane OUATTARA - Année d'inscription : 2023

Direction de thèse : Viviane CLAVIER & Marie CAMBONE

CONTEXTE

Au moment où semble exister une crise de confiance entre acteurs publics et citoyens, l'objectif de ma thèse est de questionner la place, la fonction, le rôle et la mission d'un acteur privé dans la promotion et l'acceptation d'un projet de mobilité.

Cette thèse en communication publique est réalisée en CIFRE chez POMA, leader mondial du transport par câble urbain.

Entreprise



Collectivité territoriale



Citoyens



CADRE THÉORIQUE

La participation citoyenne comme instrument au service des politiques publiques.

L'open data comme dispositif d'aide à la décision des politiques de projets de mobilité.

PROBLÉMATIQUE

Quels leviers d'actions pour un acteur privé, eu égard à sa légitimité en tant que partie prenante, pour favoriser la promotion et l'acceptation d'un projet de mobilité ?

HYPOTHÈSES

Les projets de mobilité sont le lieu d'observation de jeux d'acteurs.

Les projets de mobilité comme facteurs d'enjeux d'image et politiques aussi bien pour les acteurs publics que pour les acteurs privés.

CAS D'ÉTUDE

CORPUS

La procédure d'enquête publique est une obligation légale inscrite dans la mise en place d'un projet. Celle relative au projet de transport par câble de Grenoble s'est déroulée du **06 novembre 2023 au 21 décembre 2023**.

QUESTIONNEMENTS

Quelle place pourrait occuper un acteur privé dans une procédure publique ?

En quoi la pratique info-communicationnelle d'un acteur privé pourrait-elle influencer un processus public ?

MÉTHODES

Analyse de corpus :

Extraction et analyse des contributions en ligne.



Observation participante



PREMIERS RÉSULTATS

L'enquête publique relative au projet de transport par câble de Grenoble a permis d'observer les jeux d'acteurs qui entourent un processus public comme un projet de transport par câble. Au cours de l'enquête publique et même après, les différentes parties (pour ou contre le projet) ont livré des batailles info-communicationnelles.

Le projet de transport par câble de Grenoble implique pour ses porteurs des enjeux d'image. A cet effet, il a été donné de remarquer au cours de l'enquête publique, la dénonciation de stratégies non transparentes mises en œuvre par les porteurs du projet en vue de faire basculer le résultat de cette enquête dans leur sens.

La procédure d'un projet de mobilité n'a pas été respectée alors que le respect procédural est un levier d'aboutissement des projets de mobilité. Lorsque les différentes étapes inhérentes à un projet de mobilité ne sont pas exécutées dans le bon ordre et dans la bonne temporalité, la réalisation du projet se retrouve impactée.



**"Vandalisme culturel" et lutte pour l'environnement :
effets de spectacularisation à l'oeuvre dans les répertoires de l'action écologiste
et résonance dans les espaces médiatiques**

Lucille Lamache
GRIPIC, Sorbonne Université
Lucille.lamache@sorbonne-universite.fr

Résumé

Depuis 2022, afin d'alerter sur la situation d'urgence climatique dans laquelle nous nous trouvons, des militants écologistes du réseau international d'associations A22 commettent des actes dits de « vandalisme » à l'encontre d'œuvres d'art et de monuments. Ces configurations peuvent être qualifiées de « sensibles » en ce qu'elles ont suscité des réactions – médiatiques et politiques – largement polémiques, questionnant ainsi notre rapport à la conservation du patrimoine.

De plus, en France, ces scènes s'inscrivent dans un contexte de criminalisation croissante des activités militantes, en atteste le rapport de la mission d'information sur l'« activisme violent » ordonné par la commission des lois. Dès lors, ce travail explorera la façon dont le cadrage médiatique de ces événements, en actualisant la symbolique patrimoniale des œuvres ciblées, trace les contours d'une « radicalité militante » écologiste. Il s'appuiera sur un corpus d'environ quatre cents articles de presse francophone. À l'aide d'une analyse sémio-discursive, il analysera la façon dont les médias récupèrent les captations qui sont faites de ces scènes et spectacularisent à leur tour la violence imputée aux militants.

"Vandalisme culturel" et lutte pour l'environnement

Effets de spectacularisation à l'œuvre dans les répertoires de l'action écologiste et résonance dans les espaces médiatiques

Contexte

Dans un contexte où les émissions de gaz à effet de serre d'origine anthropique ne cessent d'augmenter (6e rapport de synthèse du GIEC, mars 2023) et où les réactions des pouvoirs publics face à ce problème sont jugées trop faibles, les mobilisations écologistes se multiplient.

Le réseau international A22 fait partie de ces organisations venues compléter la "nébuleuse écologiste" (Vrignon, 2017) déjà existante. Ses militant.e.s sont notamment connu.e.s pour avoir mené des actions "à l'encontre" d'œuvres d'art (mains collées aux cadres, "ensoupages" de toiles, etc.) dans un certain nombre de musées européens, nord-américains et océaniques.

En effet, entre juin 2022 et février 2024, l'on recense plus d'une trentaine de scènes de "vandalisme culturel" dont l'objectif affiché était d'alerter sur la situation d'urgence climatique et sociale dans laquelle nous évoluons.

Toutes ces actions se caractérisent par leur innocuité.

Enjeux et ressorts afférents au "vandalisme culturel" : détours par l'histoire de l'art et la sociologie

- Dario Gamboni (1997) - Examen sémantique du néologisme "vandalisme" : formé à partir du nom du peuple barbare des Vandales au moment de la Révolution française, porteur d'une stigmatisation inhérente qui occulterait les spécificités que présentent les phénomènes d'atteintes à l'art
- Anne Bessette (2016, 2021, 2023) - "Vandalisme d'œuvres d'art" comme phénomène non homogène dont le musée est la scène qui permet d'atteindre un "ailleurs médiatique", notamment dans les cas de "vandalisme comme revendication personnelle, politique ou sociale"



Figure 1 - Phoebe Plummer et Anna Holland à la National Gallery de Londres le 14 octobre 2022 après avoir aspergé de soupe "Les Tournesols" de Vincent van Gogh

Objectif de la recherche

Les enjeux liés au "vandalisme culturel" se complexifient quand ce dernier présente un lien effectif avec la lutte environnementale. La réception de ces actions présente une **double implication** :

- Les atteintes à l'art restent un sujet "sensible", en atteste la forme polémique (Amossy & Burger, 2011) des réactions médiatiques et politiques que suscitent ces scènes
- Ce "tabou" croise la question de la représentation des "violences" et des "radicalités militantes" écologistes

Il s'agit alors d'étudier la façon dont les cadrages - notamment médiatiques - de ce phénomène tendent conjointement à resignifier les œuvres ciblées tout en permettant d'accéder à des conceptions et à des représentations de la "radicalité militante" écologiste.

Méthodologie

Élaboration d'un **corpus de presse francophone** : 435 articles collectés depuis la base de données Europresse (délimitation temporelle : 2022-2024, veille active pour compléter le corpus au fur et à mesure des actions, réflexion en cours sur l'ajout d'extraits de JT et de capsules vidéo d'information)

Récupération manuelle des images illustrant les articles de presse écrite

Entrée dans le corpus de manière outillée : utilisation du logiciel d'analyse de données textuelles IRaMuTeQ

Vers une **analyse sémio-discursive qualitative** : prise en compte de la matérialité des dispositifs de médiatisation ainsi que des spécificités du discours de presse (Krieg-Planque, 2000 ; Ringoot, 2014)

Élargissement du terrain : approche d'inspiration ethnographique par entretiens avec des journalistes ayant travaillé le sujet, ce pour réfléchir à la question des cadrages déployés ; observations au sein de la branche française du réseau A22, rencontre avec les militant.e.s ayant pris part à ces actions

Résultats exploratoires

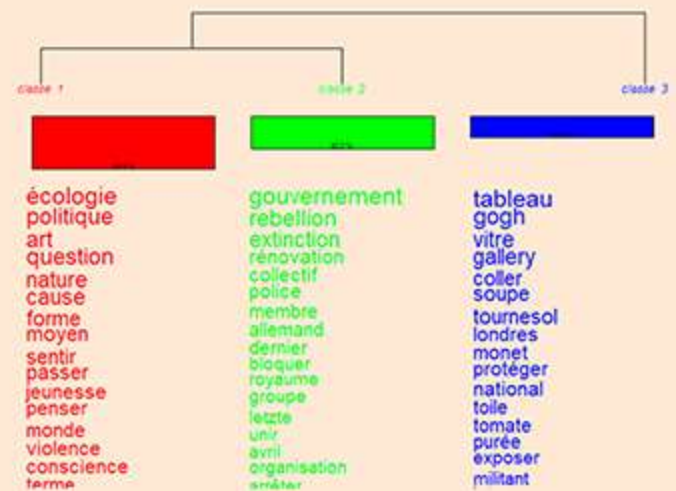


Figure 2 - Exploration des mondes lexicaux via IRaMuTeQ (méthode Reinert, 1983) sur un échantillon du corpus composé de 164 articles de PQN française en ligne (La Croix, Le Monde, Libération, Le Figaro) : la classe principale renvoie à la question des moyens de l'action de l'écologie politique et à leur légitimité

Médias et mobilités sociales : une étude des pratiques médiatiques et culturelles d'étudiant.e.s en ascension sociale

Lucas Pontzele
CARISM, Université Panthéon-Assas
pontzelelucas@gmail.com

Résumé

Le poster présente le cadre théorique ainsi que la méthode envisagée dans le cadre d'un travail de thèse portant sur les pratiques médiatiques et culturelles d'étudiant.e.s en ascension sociale. Dans un premier temps, il souligne que l'enquête a pour objectif de saisir le rôle des pratiques, considérées ici comme socialisées et socialisantes (Pagiusco, 2021) dans l'ascension sociale. Il met ensuite en avant que la notion de transclasse (Jaquet, 2014) est beaucoup mobilisée par les journalistes mais qu'elle ne constitue pas un concept sociologique à part entière. Deux autres encadrants sont consacrés à la définition des pratiques médiatiques et culturelles (Coulangeon, 2010) ainsi qu'à celle de la mobilité sociale (Sorokin, 1927). Apparaît ensuite un graphique sur le recrutement des étudiant.e.s dans les grandes écoles en fonction de l'origine sociale. Il permet de présenter la méthode qui consiste à réaliser des entretiens biographiques avec des étudiant.e.s originaires de milieux populaires et scolarisé.e.s dans de grandes écoles. Enfin, deux espaces sont consacrés aux hypothèses et à la bibliographie.

Médias et mobilités sociales : une étude des pratiques médiatiques et culturelles d'étudiant-e-s en ascension sociale



Poster réalisé par
Lucas Pontzele
pontzelelucas@gmail.com
Doctorant au CARISM
Université Panthéon-Assas

Objectif

Cette thèse, dirigée par Sophie Noël, vise à étudier le rôle des pratiques médiatiques et culturelles dans l'ascension sociale. L'idée est de saisir et d'analyser les liens d'interdépendance existants entre pratiques médiatiques/culturelles et mobilité sociale ascendante. Autrement dit, l'objectif est de comprendre pourquoi les pratiques des individus évoluent ou non lorsqu'ils passent d'un milieu populaire à un milieu supérieur par l'école.

Introduction

Depuis la publication de récits auto-biographiques d'individus en ascension sociale comme ceux d'Annie Ernaux ou plus récemment d'Edouard Louis, la notion de *transfuge de classe* est omniprésente dans les médias. Selon Laélia Véron et Karine Abiven (2024), l'expression apparaît 307 fois dans la presse au premier semestre 2023 contre 16 fois en 2017. Cet engouement pour la mobilité sociale n'est pourtant pas lié à un phénomène nouveau. De fait, la notion est formalisée en 1927 par le sociologue américain Pitirim Sorokin qu'il définit comme « le phénomène du déplacement d'individus dans l'espace social ». Son ouvrage *Social Mobility* a davantage ouvert la voie à des études quantitatives que qualitatives. De fait, une partie de l'originalité de la thèse réside dans l'analyse de l'expérience de la mobilité sociale par le discours, c'est-à-dire par la captation de récits de vie en lien avec les pratiques médiatiques et culturelles.



Définir les pratiques médiatiques et culturelles

Philippe Coulangeon considère les pratiques culturelles comme « l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui engagent des dispositions esthétiques et participent à la définition des styles de vie » en précisant que les « usages des médias audiovisuels » (2016, p. 4) en font pleinement partie. De fait, il est difficile de dissocier médias et culture depuis l'avènement des médias de masse (Rieffel, 2015). Dans le cadre de la thèse, je considère les médias comme des dispositifs techniques de diffusion et partage massif de contenus culturels et informationnels (Balle, 2014). La notion de « pratique » fait quant à elle référence aux « conduites complexes ayant pour objet les médias, incluant choix, appropriation, assimilation, réflexivité, contextualité, valeur morale, culturelle et sociale » (Bélisle et al., 1999, p. 283). L'intérêt de ce projet vise ainsi à mesurer l'évolution de ces « conduites complexes » suite à un changement de milieu social. On se concentrera sur la presse, la radio, la télévision et internet sans pour autant négliger d'autres pratiques plus classiques comme le théâtre, la visite de musées ou la musique.

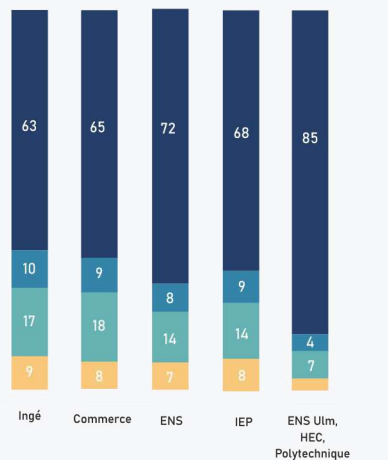
Il faut préciser que je présuppose l'existence d'une stratification sociale des goûts médiatiques semblable à celle des goûts culturels (Bourdieu, 1979). Ainsi, saisir l'évolution des pratiques en fonction des trajectoires sociales permet d'analyser comment les pratiques sont synchroniquement le fruit et le résultat de ce que Pierre Bourdieu et Jean Claude-Passeron (1970) nomment les « conversions » en opposition aux « confirmations » d'une socialisation antérieure par une socialisation postérieure rendant lisible les liens entre structures sociales et comportements.

Transfuge de classe, transclasse, mobilité sociale : de quoi parle-t-on ?

Transfuge de classe : initialement mobilisée par Pierre Bourdieu dans un article datant de 1974 puis dans *La Distinction* en 1979, la notion est utilisée afin de souligner comment l'ascension sociale pousserait le *transfuge* à « un renversement de la table des valeurs, une conversion de toute l'attitude ». Elle a par la suite été empruntée par des écrivain.e.s telles qu'Annie Ernaux ou Didier Eribon. Aujourd'hui, la notion est fréquemment utilisée par les journalistes pour évoquer l'ascension sociale.

Transclasse : formalisée en 2014 par la philosophe Chantal Jaquet, ce néologisme répond à la notion de *transfuge de classe* qui, selon elle, reste liée à l'idée de fuite et de désertion (au sens militaire, le transfuge est un déserteur qui passe à l'ennemi) donc porteuse d'un jugement de valeur. Elle préfère la notion de *transclasse*, moins connotée, plus neutre et permettant de saisir à la fois la mobilité ascendante et descendante.

Mobilité sociale : conceptualisée par le sociologue américain Pitirim Sorokin en 1927 dans *Social Mobility*, elle est la notion la plus ancienne. Elle correspond au « déplacement d'un individu dans l'espace social ». Ce concept sera privilégié dans le projet de thèse.



Composition sociale des grandes écoles (niveaux bac + 3 à bac + 5), 2016-2017 (en %)

Source : Éducation & formations n° 103 © DEPP. Données SISE (MESRI-SIES) et SCOLARITÉ (MENJS-DEPP).



Méthode

Il s'agit d'une enquête qualitative fondée sur la collecte de récits de vie en lien avec les pratiques médiatiques et culturelles des individus. L'idée est de mener une soixantaine d'entretiens avec des étudiant.e.s originaires de milieux populaires scolarisé.e.s dans de grandes écoles et universités françaises.

Pour le moment, les établissements sélectionnés sont les suivants :

- Université Paris II (droit), Université Paris Cité (médecine)
- ENS, IEP, ESJ, Sciences Po, INSP
- HEC, ESSEC, ESCP
- Polytechnique, Centrale-Supélec, École des Mines

Hypothèses

L'ascension sociale induit un glissement, une évolution des pratiques répondant aux normes du milieu d'arrivée afin d'assurer l'intégration de l'individu. Cela peut induire une tension à l'égard du milieu d'origine (rupture, incompréhensions, dissonances, etc.) que l'individu tend à réduire.

L'évolution des pratiques varie selon la dotation en capitaux économiques et culturels ainsi qu'en fonction du genre, de la race et de l'orientation sexuelle.

Les médias peuvent être un support à la mobilité sociale en constituant un outil utile à l'élargissement du capital culturel. Ils peuvent également constituer un cadre socialisateur alternatif aux pairs, à l'école et à la famille. En conséquence, on considère les pratiques médiatiques comme socialisées et socialisantes ou structurées et structurantes.

Bibliographie

BALLE, F. (2020). *Les médias*. Presses Universitaires de France.

BOURDIEU, P. (1979). *La Distinction* (Le sens commun). Les Éditions de minuit.

COULANGEON, P. (2010). *Sociologie des pratiques culturelles*. La Découverte.

LAHIRE, B. (2004). *La culture des individus : Dissonances culturelles et distinction de soi* (Poche / Sciences humaines et sociales). La Découverte.

PASQUALI, P. (2021). *Passer les frontières sociales : Comment les filières d'élite entourent leurs portes*. Éditions La Découverte.

RIEFTEL, R. (2015). *Sociologie des médias* (4e éd. actualisée et augmentée). Ellipses.

VERON, L. A., KARINE. (2024). *Trahir et venger - Paradoxes des récits de transfuges de classe*. La Découverte.



CARISM
Centre d'analyse et de recherche
interdisciplinaires sur les médias

Numérique, innovation et IA



Enjeux de design d'interfaces interactives assisté par les affects

Iana Antonova

GRESEC, Université Grenoble-Alpes

Iana.antonova@univ-grenobles-alpes.fr

Résumé

Financée par le contrat CIFRE, notre recherche vise à comprendre les enjeux socio-politiques et socio-économiques de nouvelles formes, pratiques et dynamiques de design dites « ouvertes » et « participatives » assistées par les affects. Notre propos est de montrer, à travers l'étude de cas de dispositifs numériques de communication de concepts innovants, comment les acteurs économiques mobilisent ces interfaces pour embarquer les utilisateurs et comment ils s'appuient sur le corps et sur les affects dans leurs stratégies éditoriales afin de répondre aux enjeux de compétitivité, de rentabilité et d'acceptabilité des produits et services dits « innovants ». La question des affects représente pour notre travail une porte d'entrée pour comprendre et déconstruire les logiques d'actions propres au « capitalisme affectif ».

ENJEUX DE CO-DESIGN D'INTERFACES INTERACTIVES ASSISTÉ PAR LES AFFECTS

Etude de cas d'interfaces de présentation de concepts "innovants"

Iana ANTONOVA (2e année de thèse) sous la direction de Pr. en SIC Fabienne MARTIN-JUCHAT

CONTEXTE ET OBJET DE LA RECHERCHE

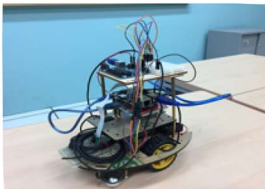
Notre travail de thèse est financé par la **convention CIFRE** entre le Laboratoire GRESEC de l'Université Grenoble Alpes et l'agence d'études dans le domaine de l'innovation Ixiade.

Dans notre recherche, nous souhaitons questionner **les nouvelles formes, pratiques et dynamiques de design d'interfaces interactives**. Notre propos est de montrer, en nous appuyant sur le cas de l'agence Ixiade, comment ces acteurs économiques **renouvellent leurs pratiques de design** (design UX/UI, management, d'objet, etc.), afin de répondre aux enjeux sociétaux contemporains. Nous souhaitons étudier comment ils **mobilisent les parties prenantes et s'appuient sur les affects** dans leurs stratégies de design d'interfaces pour représenter les concepts dits "innovants" (Bonnet & Martin-Juchat, 2022; Mabi & Zacklad, 2021).



Porteur de projet

imagine un concept innovant



Chargé d'études

fait la présentation de concept



Utilisateurs

évalue le concept



QUESTIONS ET HYPOTHESES

Quels sont les enjeux de co-conception d'interfaces intégrant les affects ?

Quels sont les enjeux de la co-conception d'interfaces interactives ?

La mobilisation des parties prenantes renouvelle les pratiques de design, permettant de répondre aux enjeux concurrentiels

Quel est le rôle et la place des affects dans le design d'interfaces interactives ?

La question affective dans le design est un impensé et à la fois est un phénomène de mode

Quels sont les enjeux d'appropriation des "innovations" par les usagers ?

La mobilisation des affects dans le design conditionne la compréhension et l'acceptabilité des innovations représentées



METHODOLOGIE

Entretiens semi-directifs avec les acteurs de l'innovation (porteurs de projets, designers, utilisateurs)

Expérimentations dans l'objectif de développement d'une méthode de design "responsable"

Observation participante dans le cadre de la recherche-action au sein de l'entreprise Ixiade

FINALITÉ : MÉTHODE DE DESIGN "RESPONSABLE"

Elaborer la méthode de **"design responsable"** permettant d'établir **un contrat de sincérité et de transparence** entre le porteur de projet "innovant" et un designer lors du design d'interface de présentation de concept, afin d'éviter son "enchantement" ou sa transformation/déformation par ce dernier.



Conception et Analyse d'un Dispositif d'Apprentissage Numérique

Sarah Fraoua-Charraire
DICEN-IdF, Université Gustave Eiffel
Sarah.fc.uni@gmail.com

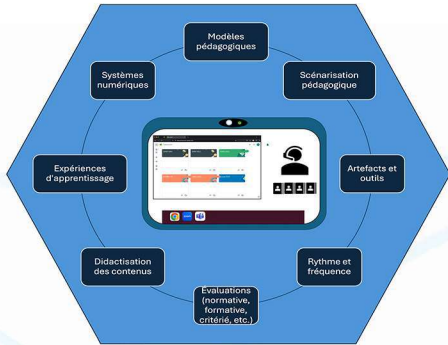
Résumé

Ce travail porte sur l'étude des dispositifs d'apprentissage dans le but de concevoir un dispositif s'adaptant à l'apprenant, en se basant sur une lecture orientée SIC. Se pose la question de l'adaptation et personnalisation d'une plateforme avec une approche socio-constructiviste d'un dispositif d'apprentissage numérique multifacette. Ce qui amène à comparer différentes facettes de l'apprentissage et de l'apprenant dans une étude d'étudiants de différents parcours, en France et au Japon.

Conception et Analyse d'un Dispositif d'Apprentissage Numérique Multifacette

Sarah FRAOUA-CHARRAIRE, Université Gustave Eiffel, Laboratoire Dicen-IDF

sarah.fc.uni@gmail.com
sarah.fc.uni@gmail.com



Définition

Ce travail s'intéresse à l'adaptation de l'apprentissage avec l'usage du numérique, plus couramment appelé « e-learning ».

Selon la Commission Européenne (2001), l'e-learning est « l'utilisation des nouvelles technologies multimédias et de l'internet, pour améliorer la qualité de l'apprentissage en facilitant l'accès des ressources et des services, ainsi que des échanges et la collaboration à distance ». La principale fonction d'une plateforme d'apprentissage est la mise en place de formations à destination d'apprenants.

Ce dispositif implique la présence de divers acteurs, tels que les formateurs, les apprenants ainsi que l'organisme mettant en place la formation. Ce dispositif inclut un ensemble d'artefacts numériques (ordinateur, rétroprojecteur, ENT, etc.) que l'apprenant s'approprie pour réussir son apprentissage.

Par le biais du e-learning, l'enseignement peut proposer à distance à l'accès de ressources en ligne, synchrone ou asynchrone, systèmes tutorés, etc. Il existe de nombreuses modalités d'apprentissage (hybride, distanciel, blended, etc.).

Comment, dans le cadre de l'adaptation de l'apprentissage, pouvons-nous tenir compte des nombreuses facettes pour offrir un apprentissage personnalisé et adapté grâce au numérique ?

sarah.fc.uni@gmail.com

Objectifs

Notre travail porte sur l'étude des dispositifs d'apprentissage dans un but de concevoir un dispositif s'adaptant à l'apprenant, en se basant sur une lecture orientée SIC. En effet, ce sujet analyse la complexité de l'apprentissage à distance. En effet, si notre ancrage est orienté dans le champ des SIC, notre réflexion reste multidisciplinaire.

- La notion de plateforme mêle en effet l'informatique, les systèmes d'informations, et le recours à diverses disciplines.
- La notion d'apprentissage s'insère a priori dans le champ des sciences de l'éducation, la psychologie, la linguistique couplée à la didactique notamment.

L'union de ces deux termes sous la dénomination « plateforme d'apprentissage » développe également les champs de l'ingénierie pédagogique, les modèles pédagogiques d'apprentissage, d'où l'interpellation des champs constructiviste et socioconstructiviste.

C'est cette vision globale qui rend compte de la représentation de l'apprentissage à distance complexe et qui se positionne principalement sur la conception des apprentissages sur la base des acquisitions sur l'expérience des apprenants et de favoriser ainsi l'appropriation de ces connaissances, d'où notre trajectoire constructiviste de l'acquisition de la connaissance, qui est l'objectif de ce travail.

L'idée d'adapter l'apprentissage entraîne, selon la personnalisation choisie, un approfondissement d'un axe transversal qui intègre la question anthropologique comme la culture. L'objectif de cette étude est donc de sélectionner différents apports mais de les traiter dans un angle organisationnel des SIC pour tenir compte de cette complexité en évitant de fragmenter ou simplifier la richesse naturellement présente dans cette question de recherche.

2018-2020

Observations de systèmes d'apprentissage au Japon
Exploration des usages "e-learning"
Études des modèles d'apprentissage traditionnels et culturels.

Mise en place de la méthodologie

Choix de G-Classroom (Capsules, adaptable, scénarisation, data)
Choix d'étudier l'attitude dans l'apprentissage
Définitions des facettes de l'apprentissage, plateforme et apprenants

Mise en place de la recherche

Suivi de groupes d'apprenants
Évaluations, tutorats, formations
Tests et études des modèles
Questionnaires sur les styles d'apprentissage et la résilience
Séjour d'études au Japon lors de la réouverture (2023)

Analyse des différentes plateformes
Mise en place de questionnaires
Habitue des apprenants pendant les cours en ligne
Facilité de mise en place et suivi des cours en ligne

Préparation de l'implémentation

Personnalisation de l'apprentissage
Choix des capsules pédagogiques
Scénarisation pédagogique suivant modèles.
Didactisation des contenus
Préparation des mesures de suivi et d'évaluations
Travail autour de réajuster avec les contraintes Covid

Déroulement de l'étude

Le début de la mise en place a permis de constater que les apprenants semblaient demandeur de ce type de capsules, il s'agira donc de mesurer et évaluer leur impact sur l'efficacité de l'apprentissage selon la fréquence et le type (formatif, diagnostic ou critérié) pour les personnaliser davantage. Les données seront récoltées et croisées avec un autre outil comme la mesure de la réussite au test Voltaire dans le cas des étudiants en DAEU, et qui permettra de savoir comment les apprenants adaptent leur apprentissage avec l'apport de la plateforme Voltaire.

Pour mieux asseoir notre démarche d'apprentissage, nous avons eu recours à la personnalisation de l'apprentissage sur une approche de scénarisation et une structuration de l'apprentissage basées sur la méthode ADDIE pour Analyse, Design, Développement, Implémentation et Évaluation. C'est selon cette vision que nous avons construit la mise en place de notre dispositif en intégrant les outils et capsules pédagogiques pour mieux accompagner nos apprenants dans leur objectif d'apprentissage. Cet accompagnement s'organise également avec un monitoring et en répondant aux demandes personnelles des apprenants par échange direct ou médié. S'ensuit également une mise à disposition de différents types de capsules supplémentaires (QCM, exercices, études) avec correction automatisée pour proposer un entraînement avec de plus grandes possibilités, et riche selon les préférences de contenus (vidéo, audio, lecture, etc.) bien que des modules aient encore une correction humaine.

Dans notre dispositif, nous avons pris comme modèle pédagogique, le socioconstructivisme afin de développer un écosystème adapté au besoin formatif de l'apprenant, mais également des interactions avec des pairs et le formateur. Ce dernier fait appel à une scénarisation pédagogique pour structurer le parcours d'apprentissage et diversifier ressources et modules pour les adapter au style de l'apprenant, tout en adoptant un rôle de tuteur pour accompagner l'apprenant dans ses interrogations, sa prise en main de la plateforme d'apprentissage et pour saisir les objectifs de formation.

Défis d'application

L'apprentissage humain dans un environnement numérique, développé notamment en EIAH, repose sur un phénomène de complexité. Pour traiter la question de la condition de l'apprentissage, notre approche est multidisciplinaire mais se fonde sur le concept de sémiotique transactionnelle. Pour construire des connaissances et compétences, cette théorie permet d'analyser les différentes dimensions symboliques des transactions sociales et de l'étendre à l'apprentissage.

C'est dans cette optique que nous avons réalisé une enquête auprès d'apprenants pour les interroger sur leurs attentes en termes de style d'apprentissage, basé sur la lecture de Felder-Silverman à la suite d'une autre enquête pour mesurer les attentes des apprenants.

Les SIC nous permettent d'ancrer ces différentes approches en conceptualisant ces phénomènes au sein d'un dispositif considérant ces différentes facettes pour mieux intégrer l'apprentissage humain. Nous amenant à analyser l'impact de la communication transactionnelle afin de réaliser des scénarii adaptés et un tutorat efficace à chaque apprenant ou groupe d'apprenants.

Tout au long de ce travail visant à analyser et structurer ce rapport entre le numérique et les différentes facettes de l'apprentissage humain, nous avons comparé les attentes et la capacité de résilience des apprenants en comparant également les étudiants français et japonais. Ces derniers semblent plus résilients, acceptant un dispositif plus contraint (Aoki) dans une lecture d'un dispositif rigide selon Foucault, alors que les étudiants français semblent plus exigeants quant au contenu de la formation et aux différents outils mis à leurs disposition.



Perspectives

Actuellement, les données affichent des tendances qui n'ont pas encore toutes été traitées bien qu'une amélioration des questionnaires ait pu avoir lieu. Nous attendons de ces données, pour les étudiants français et japonais, la mise en avant d'un contraste interculturel plus important lié à la culture et le système d'apprentissage en place. Plusieurs questionnaires permettent de comparer en plus des échanges semi-directifs.

Pour les étudiants français qui ont permis l'observation et l'évolution du dispositif d'apprentissage, a contrario de ceux qui n'ont pas eu d'évolution, nous espérons constater une évolution liée à l'augmentation des interactions et des possibilités liées à la personnalisation de l'apprentissage. Celle-ci se constaterait par un meilleur niveau de résilience mesurée par un questionnaire scientifiquement éprouvé (RS-14), ainsi qu'un meilleur taux de réussite à la diplomation.

Mots-clés :

Apprentissage
Adaptive Learning Design

E-learning
Dispositif

Multifacette



sarah.fc.uni@gmail.com



LinkedIn

Enjeux et imaginaires des catalogues de bibliothèque à l'heure de l'intelligence artificielle

Mathilde Granier

MICA, Université Bordeaux-Montaigne

Mathilde.granier@etu-bordeaux-montaigne.fr

Résumé

Les catalogues de bibliothèques n'ont cessé d'évoluer en miroir des sociétés dans lesquelles ils s'inscrivent. L'immense volume d'informations disponibles complexifie les formes et modes d'accès aux savoirs tout en ayant permis l'émergence des technologies dites de l'intelligence artificielle. Ces technologies mettent à l'épreuve nos systèmes actuels d'organisation et de représentation de l'information et en interrogent les conditions d'appropriation. En matière d'information, l'intelligence artificielle change la donne concernant les enjeux des imaginaires et des usages qui sont autant de défis à relever pour les bibliothèques dans les années à venir.

Ainsi, c'est en s'appuyant sur l'observation de la conception et du développement d'un dispositif d'accès relationnel à des savoirs multiformes - ECODOC - que cette étude questionne ces transformations et vise à explorer les nouveaux chemins de définition des objets de savoir, de leur organisation et de leur représentation répondant aux enjeux de transparence sur les sources et modèles de pensée.

SFSIC
NANCY
6-7 JUIN
2024

Enjeux & imaginaires des catalogues de bibliothèques à l'heure de l'intelligence artificielle

Mathilde Garnier
Doctorante en sciences de l'information,
MICA UR 4426
Université Bordeaux Montaigne
Thèse sous la supervision de Vincent Loubla
et Heather Moulaison-Sandy
mathilde.garnier@etu-bordeaux-montaigne.fr

Contexte

Objet de recherche depuis les années 1950, l'intelligence artificielle (IA) n'est sur le devant de la scène médiatique que depuis quelques mois. **La mise en accès public de l'IA générative en novembre 2022 suscite depuis une déferlante des imaginaires** sur ce que ces technologies promettent ou enterrent, à l'échelle globale comme sur des thématiques de niche. Ainsi, les catalogues de bibliothèques, qu'ils soient gravés sur des tablettes de Mésopotamie ancienne ou sous forme de bases de données informatisées au début du XXIème siècle, ont de tout temps témoigné d'un ancrage dans l'histoire des technologies. Les catalogues illustrent les évolutions successives des supports des savoirs et des modalités d'accès à la connaissance. **La donnée numérique participe de l'adaptation des catalogues à des formes renouvelées de transmission des savoirs.** L'intégration prochaine de l'intelligence artificielle dans des outils de recherche documentaire interroge sur sa mise en application.

Enjeux

Si la question de l'action transformative de l'IA dans nos environnements est laissée de côté par les établissements documentaires, il y a un risque de marginalisation des bibliothèques sur ces thématiques, alors même qu'**elles occupent un rôle central dans les écosystèmes de réduction des fractures numériques.** L'opacité entourant le fonctionnement de l'IA compromet, par ailleurs, sa propre pénétrabilité et encourage des postures de défiance face à l'information. Dans notre contexte informationnel, et plus précisément bibliothéconomique, il s'agit d'**explorer les éléments conditionnels à la mise en place d'une confiance dans les catalogues de demain** à travers des attentions aux enjeux de littératie et de représentation des savoirs. Pour répondre à ces interrogations, **quatre axes propédeutiques de recherche sont envisagés selon quatre revues de littérature qui s'appuient sur les travaux académiques français et étrangers** (notamment en langue anglaise). Ces lectures seront enrichies par un travail d'observation de la co-conception et de la réception du dispositif de relations entre les savoirs du projet de recherche ECODOC.

ECODOC

Cette étude s'appuiera en partie sur l'observation de la conception et du développement d'un dispositif d'accès relationnel à des savoirs multiformes : ECODOC.

Objets de savoir, des enjeux de :

- de transformation et de définition
- d'organisation et de représentation
- de transparence des sources et modèles de pensée

ECODOC est un projet de recherche porté par l'Université de Bordeaux. Il vise à étudier la circulation des informations scientifiques et profanes (médiatiques, expérientielles, patrimoniales, institutionnelles, juridiques, artistiques) sur le thème des arbres et des forêts, comme porte d'entrée sur les enjeux d'appropriation et d'adaptation des populations en contexte de transition climatique.

REVUES DE LITTÉRATURE

CATALOGUES DE BIBLIOTHÈQUE

Retracer l'évolution des catalogues et comprendre comment ils ont successivement adopté différentes technologies pour organiser l'information.

Comprendre comment les catalogues facilitent la recherche d'information et documentaire, ainsi que leur rôle dans ce processus. Un point d'intérêt spécifique est l'examen des rares catalogues ayant intégré l'intelligence artificielle, souvent à des stades expérimentaux.

L'objectif est d'étudier les avantages et les effets de l'incorporation d'applications concrètes dans ces catalogues.

LITTÉRATIE

Les bibliothèques s'identifient, et sont de plus en plus identifiées, comme des lieux ressources pour l'accès aux technologies numériques.

Au-delà de l'utilisation de l'IA comme outil de recherche documentaire il s'agit également d'interroger la littératie face aux technologies de l'IA, notamment en considérant les catalogues comme outil central d'approche de ces technologies : comment un objet numérique tel qu'un catalogue peut-il contribuer à la littératie en exposant les techniques sous-jacentes de l'IA.

ORGANISATION DES SAVOIRS ET REPRÉSENTATION

En tant qu'outil permettant d'accéder aux savoirs, les catalogues sont des formes de représentation et de visualisation de ces savoirs.

L'intégration de l'IA questionne sur les opportunités de développement des systèmes de relations au sein des catalogues et interroge sur les perspectives visuelles à même de favoriser la recherche documentaire, la découvrabilité des collections et leur manifestation à travers métadonnées et interconnexions.

ENJEUX ÉTHIQUES ET DE CONFIANCE

Enfin, l'intégration de l'IA dans les outils quotidiens relatifs aux savoirs soulève des questions complexes sur l'éthique et la confiance.

En éprouvant les circuits traditionnels de création et de diffusion des savoirs, ces technologies inquiètent et contribuent des phénomènes de fracture.

La confiance est à l'agenda politique et industriel, il s'agit ici d'identifier les moyens de concilier le développement de l'IA avec les missions de service public des bibliothèques, qui offrent une perspective pertinente et unique sur ces préoccupations.

Politiques publiques d'innovation et développement des services numériques des start-ups agritech en Afrique de l'Ouest

Ken Lohento

MICA, Université Bordeaux-Montaigne

ken@lohento.africa

Résumé

Les technologies numériques pénètrent progressivement le secteur agroalimentaire ((Ayim et al., 2022), (Kiyindou, 2010), (Laborde, 2010)) qui contribue 30% environ au PIB en Afrique de l'Ouest (AfDB & F.A.O., 2015). Sur le continent, une part importante de ces technologies est déployée par des start-ups portées par de jeunes entrepreneurs (Baumüller, 2015). La recherche se focalise sur l'analyse et l'identification des politiques d'innovation numérique ((Guellec & Paunov, 2018), (Kok & Klerkx, 2023)) favorables au développement de ces entreprises. Elle s'intéresse aussi aux autres conditions d'expansion et de maturation des innovations de ces start-ups : adoption des innovations, efficacité, modèles économiques favorables, etc. La thèse cible l'Afrique de l'Ouest, avec une focalisation sur le Bénin et le Ghana. La méthodologie de recherche sera essentiellement inductive et qualitative. Son cadre théorique est multidisciplinaire et s'inscrit dans des théories relevant des sciences de l'information, des sciences politiques et des sciences de gestion.

Politiques publiques d'innovation et développement des services numériques des start-ups agritech en Afrique de l'Ouest

Ken Lohento
ken@lohento.africa
MICA, UBM



1. Contexte

Le secteur agricole contribue à 30% au PIB en Afrique de l'Ouest et connaît une sous-performance chronique. Les entreprises offrant des services numériques agricoles sont pour la plupart jeunes. Elles peinent à servir efficacement les acteurs agricoles pour aider à l'optimisation de la performance du secteur. Les raisons de la faible adoption des services numériques incluent:

- Analphabétisme numérique important des cibles
- Problème de design des services numériques ;
- Modèles économiques peu efficaces ;
- Infrastructures télécom pauvres en milieu rural,
- **Systèmes d'innovation** peu performants, adaptés
- **Politiques publiques d'innovation** (programmes, stratégies, réglementations....) peu favorables.

3. Questions de recherche

Question principale:

Comment les systèmes d'innovation et les politiques publiques d'innovation peuvent-ils davantage favoriser le développement des services numériques offerts par les start-ups agritech en Afrique de l'Ouest ?

Sous-questions:

- a) Quelle configuration des start-ups ciblées, et quels défis pour le développement et l'adoption des services?
- b) Pertinence des systèmes nationaux d'innovation par rapport à l'innovation informelle, frugale?
- c) Configuration actuelle des politiques publiques et impact sur l'innovation numérique chez les start-ups ?
- d) Rôle des données dans l'innovation agritech, l'innovation collaborative et quels enjeux de politique ?
- e) Quels leviers politiques et stratégies d'innovation numérique pour un meilleur soutien public aux start-ups?

5. Méthodologie

- Recherche inductive, qualitative, transversale
- Etudes de cas à travers entretiens, discussions de groupe focalisées, revue de documentation, observation participante.
- Cibles: start-ups, acteurs publics et R&D, Tech hubs, etc.

6. Etape actuelle

- Affinage méthodologie
- Etat de l'art en cours
- Vers la préparation d'une scoping review / revue de cadrage



Terrains de recherche



Bénin

Ghana

En Afrique SS, en général:

25%

d'agriculteurs enregistrés dans les dispositifs digitaux (d'après (CTA & Dalberg, 2019))

5%

d'agriculteurs ont adopté le digital (USAID, 2023)



Copyright : SPC et CTA

2. Problématique

La recherche cherche à définir les conditions optimales du développement de l'innovation numérique dans les entreprises offrant des services agritech, en particulier au Bénin et au Ghana. Importance du développement de ces services sur la performance agricole, l'emploi des jeunes, la sécurité alimentaire, le développement des start-ups.

4. Cadre conceptuel et théorique

Théorie des systèmes nationaux d'innovation

Théories de l'innovation frugale

Digitalisation des systèmes d'innovation agricole

Politiques d'innovation basées sur les missions

Théorie Unifiée de l'Acceptation et de l'Utilisation de la Technologie

Sociologie des usages

Innovation ouverte

Théories de la gestion des connaissances

7. Références clés

- Jacques Perriault (2008), La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer
- Kiyindou A. (2015), Recherches sur les tech. de l'info et de la com. et le développement
- Lundvall, B.A. (1992). National Innovation System, Toward a theory of innovation.(...)
- Prahalad, C.K. (2004). The Fortune at the Bottom of the Pyramid...(...)
- Radjou, N., Prabhu, J., & Ahuja, S. (2012). Jugaad Innovation: (...)
- Casadella, V., & Mohamed B-T (2006) Applicabilité du Système National d'Innovation dans les PMA
- Wolfert, S. et al (2020) Digital innovation ecosystems in agri-food: design principles (...)
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View
- Proulx, S; Garcia, J. L; Heaton, L., (2011). Usages et enjeux des technologies de communication
- Burger-Helmchen T., et. al., (2013). L'innovation ouverte définition, pratiques et perspectives

La numérisation de la diplomatie publique entre la Russie et l'Ukraine pendant la guerre : communication stratégique et infoguerre à l'ère numérique

Yuliya Matvyeyeva
DICEN-IdF, Université Gustave Eiffel
Yuliya.matvyeyeva044@gmail.com

Résumé

Cette thèse vise à analyser, dans la perspective de la numérisation de la diplomatie publique (Manor, 2019; Manor & Huang, 2022) et de l'intelligence économique (Marcon et al., 2021), comment les gouvernements russe et ukrainien mobilisent les médias sociaux pour faire légitimer leurs positions respectives sur/dans la guerre, menant ainsi des plaidoyers sur le processus de guerre pour atteindre des publics cibles à l'intérieur du pays et à l'étranger.

En particulier, l'étude se concentrera sur les pratiques de communication politique internationale des deux parties belligérantes au cours de la période allant de 2022 à 2024, alors que la situation en Ukraine est passée de la naissance du conflit à l'escalade apparente puis à l'impasse, afin de questionner le rôle et l'influence des médias sociaux sur la (re-)formulation de la stratégie et les pratiques de la communication politique internationale, la construction et la défense de la légitimité du gouvernement dans un contexte géopolitique d'incertitude (Lequesne, 2021). À partir de l'analyse cognitive des politiques publiques (Muller, 2011) et de l'application socio-historique de l'information et de la communication, ce sujet renvoie au problème de la formulation stratégique et de l'innovation des gouvernements russe et ukrainien dans la diffusion de visions, de politiques et d'idéologies spécifiques en période de conflits géopolitiques.

The digitization of public diplomacy between Russia and Ukraine during the war: strategic communication and information warfare in the digital age

Université Gustave Eiffel **Dicen** IDF

Supervisors: Pr. Amos DAVID (Université Gustave Eiffel)
Dr. Zhao Alexandre HUANG (Université Paris-Nanterre)

Presented by : MATVYEYEVA Yuliya
E-mail: yuliya.matvyeveva044@gmail.com

Introduction

This study aims to investigate the digital public diplomacy efforts of the Russian and Ukrainian Foreign Ministries, focusing specifically on their activities within the realm of information warfare from 2022 to 2024. This study adopts a mixed methodological approach, including a historical-discursive analytical methodology, network analysis, and semio-discursive analysis, to dissect the strategic deployment between Russia and Ukraine on digital platforms, like X and Facebook, to understand how both countries shape international perceptions during geopolitical tensions. The objective is to explore historical and institutional framework of public diplomacy that underpin the digital diplomacy strategies of these nations, thereby elucidating the dynamic interplay between diplomatic institutions and their foreign policy ambitions. By examining the implementation of digital diplomacy of two countries, this study seeks to understand the strategic use of digital platforms for nations-states in conflict to expand their global reach of national diplomatic efforts.

Conceptual Framework

Public diplomacy, characterized by the utilization of direct communication strategies by global actors to convey and implement foreign policies, plays a crucial role in influencing international public opinion (Huang, 2021, p.204). Aligned with digital advancements, especially through social media platforms, it enables wider outreach and interaction with the international public. In the contemporary landscape of warfare, public diplomacy assumes a critical role in shaping perceptions of conflicts.

Digital diplomacy refers to the strategic use of digital technologies by foreign ministries and international organizations to engage with global audiences and advance foreign policy objectives. It encompasses various activities, including social media engagement, virtual meetings, and digital communication tools (Manor & Huang, 2022).

Information warfare involves the strategic utilization of information to accomplish military, political, or societal aims, including the manipulation of information to impact perceptions, attitudes, and behaviours on a global level. Advancements in mass communication platforms have shaped the evolution of information warfare into digital warfare, where military activities are conducted in the digital domain (Romanyuk & Kovalenko, 2023).

Research Questions

Framework and Strategy Formation: Within the comparative study of the deployment of digital public diplomacy between Russia and Ukraine, specifically their activities on social media platforms like X and Facebook between 2022 and 2024, what specific institutional and policy frameworks underpin their public diplomacy efforts? How do these frameworks inform and shape their strategies for digital engagement?

Digital Platforms as Instruments of Geopolitical Strategy: How do the Foreign Ministries of Russia and Ukraine employ their digital platforms as strategic instruments within their information warfare tactics to shape international perspectives and address geopolitical disputes?

Exploring Digital Diplomacy's Impact: What are the key differences between Russia's and Ukraine's Foreign Ministries regarding the use of digital platforms for information warfare? How do these distinctions reveal digital diplomacy's effectiveness in altering international perceptions and spreading state narratives?

Research Framework

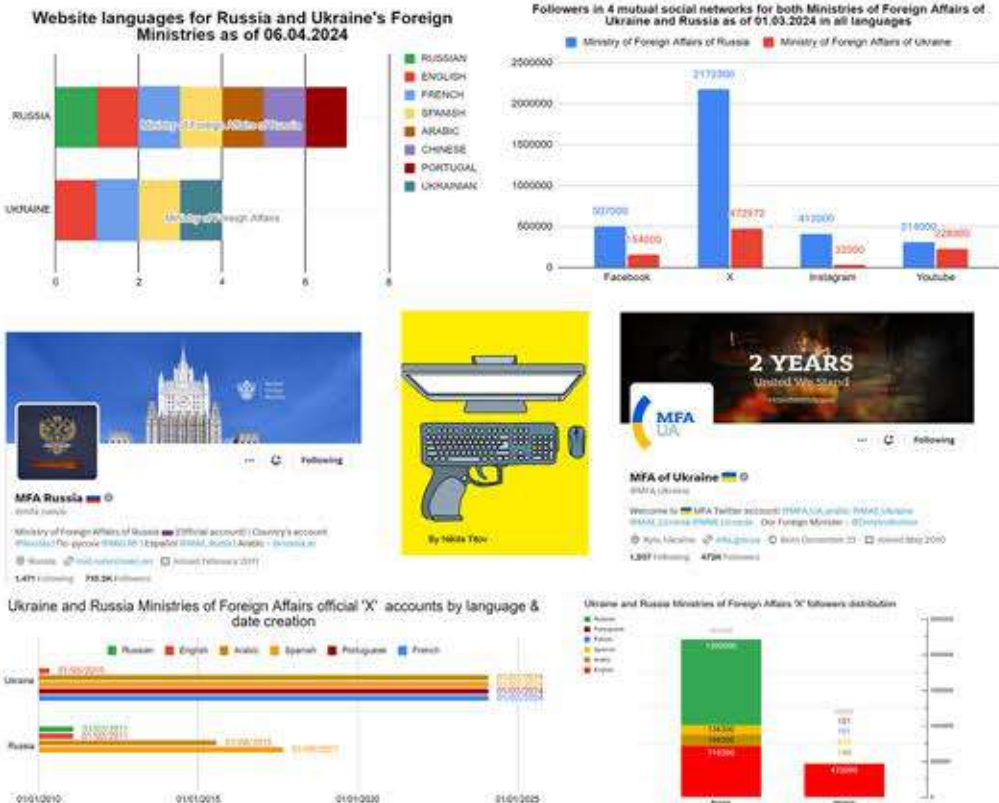
Historical and Institutional Overview: Historical and institutional framework of public diplomacy between Ukraine and Russia, as well as their foreign policy decision-making.

Public Diplomacy Digital Transformation: Examine the shift of Ukraine and Russia's public diplomacy strategies to digital platforms, with a particular focus on platform X and Facebook.

Digital Diplomacy in Action: The strategic deployment of digital diplomacy by the Ministries of Foreign Affairs in Ukraine and Russia on platform X and Facebook, emphasizing their engagement in information warfare, including critical digital campaigns and narratives during the 2022-2024 timeframe, aimed at influencing international public opinion and furthering geopolitical interests.

Comparative Analysis: The digital public diplomacy efforts between the Ministries of Foreign Affairs in Ukraine and Russia for engaging in framing the war on social media platform. Highlight similarities and differences in their approaches, strategies, and the overall impact within the specified period of 2022-2024.

Preliminary findings: Multilingualism in digital diplomacy and its critical role in broadening reach for Russia and Ukraine's Foreign Ministries, 2024



Conclusion

This study applies a comparative lens to the digital public diplomacy and information warfare strategies of Russia and Ukraine, particularly through social media from 2022 to 2024. It illuminates the transformative role of digital technologies in Eastern European geopolitics, showcasing how digital platforms crucially shape international narratives and the battleground of information warfare. Analyzing the strategic and legal frameworks alongside the distinct methodologies of each nation's digital diplomacy, the research underscores the significance of digital platforms in diplomatic engagement and the challenges they pose to democratic integrity. The findings advocate for enhanced media literacy and strategic digital diplomacy to adeptly navigate digital diplomacy's complexities. This approach emphasizes a balanced strategy to bolster diplomatic interactions while upholding democratic values, highlighting the essential role of digital platforms in modern international relations and diplomacy.

References

Manor, I., & Huang, Z. A. (2022). Digitalization of public diplomacy: Concepts, trends, and challenges. *Communication and the Public*, 7(4), 167–175.

Zinovieva, E. (2022). Cyber Diplomacy under Increased Competition Between the Great Powers. *Vestnik MGIMO-universiteta*, 1–21.

Bjola, C. & Manor, I., *The Oxford Handbook of Digital Diplomacy*. (2024). In Oxford University Press eBooks.

Huang, Z. A. (2021). A historical-discursive analytical method for studying the formulation of public diplomacy institutions. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(3), 204–215.

Romanyuk, O., & Kovalenko, I. (2023). Information means of warfare. *Visnik Harkivs'koj Derzavnoj Akademii Kul'turi*, 63, 7–18.

Research Methodology

Theoretical Foundation: with the historical-discursive approach, the strategic foundations and cognitive mechanisms underpinning Russia and Ukraine's digital public diplomacy. It merges historical institutionalism with cognitive policy analysis to scrutinize the strategic use of digital & public diplomacy, forming the analytical basis for investigating narrative strategies in the digital age.

Document Analysis: the documentary analysis of the official documents & digital media outputs from the Russian & Ukrainian Foreign Ministries. The goal is to delineate the strategic and legal bases of their digital diplomacy efforts, identifying frameworks employed in their geopolitical engagements.

Fieldwork methods: the ethnographic observations & participatory analysis on digital platforms, alongside a critical examination of relevant literature and symposium proceedings.

Analytical Framework: with a mixed-methods approach, incorporating social network, statistical, and narrative analyses to understand the strategies of digital diplomacy of both countries during the war.

Focusing on Russia and Ukraine's use of digital platforms for international narrative shaping and information warfare, the research offers insights into the role of cognitive policy analysis.

Travail et coopération



Jouer pour travailler sur ses relations de travail : paradoxes discursifs en terrains sensibles

Ambre Ampe

GRIPIC, Sorbonne Université

Ambre.ampe@sorbonne-universite.fr

Résumé

Entre bienveillance et prescription, le rôle des Ressources Humaines est particulièrement ambivalent à notre époque (Heller, 2009, 2017), où le bien-être au travail prend de plus en plus de place dans le débat public. Certains phénomènes prennent une nouvelle ampleur, comme la gamification (Savignac, 2017), dont les jeux de cohésion d'équipe organisés par l'entreprise font partie. Les escape games en sont un exemple significatif : arrivées en 2013 en France, on compte aujourd'hui presque 900 enseignes. Ce dispositif, auquel de nombreux grands groupes ont recours et qui vient recadrer (Goffman et al., 1991) les relations entre collègues, est l'objet de très nombreux discours. Comment caractériser ces discours ? Que disent-ils des rapports de pouvoir au sein de l'entreprise ? Mais avant tout, comment y accéder ? Ce sont ces détours méthodologiques multiples qu'aborde ce poster : après avoir exposé les débats qui bordent l'objet, je décris comment l'observation a été rendue possible, comment les réticences à parler ont diminué au cours des entretiens, et comment les traces numériques pourraient aider à cerner plus rigoureusement la rhétorique ambiguë hégémonique dans les discours organisationnels autour de ces activités ludiques.

Jouer pour travailler sur ses relations de travail : paradoxes discursifs en terrains sensibles

Contexte

Entre bienveillance et prescription, le rôle des Ressources Humaines est particulièrement ambivalent à notre époque (Heller, 2009, 2017), où le bien-être au travail prend de plus en plus de place dans le débat public.

Certains phénomènes prennent une nouvelle ampleur, comme la gamification (Savignac, 2017), dont les jeux de cohésion d'équipe organisés par l'entreprise font partie. Les "escape games" en sont un exemple significatif : arrivées en 2013 en France, on compte aujourd'hui presque 900 enseignes. Ce dispositif, auquel de nombreux grands groupes ont recours et qui vient recadrer (Goffman et al., 1991) les relations entre collègues, est l'objet de très nombreux discours.

Comment caractériser ces discours ? Que disent-ils des rapports de pouvoir au sein de l'entreprise ? Mais avant tout, comment y accéder ?

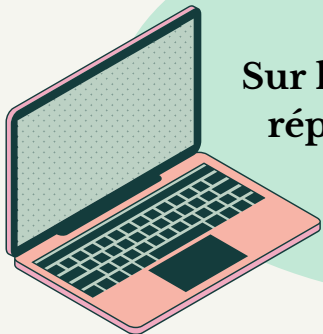
Des jeux d'évasion pour renforcer la cohésion d'équipe : un objet aux marges du jeu et du travail (Dujarier & Le Lay, 2018), difficile d'accès



Dans les entretiens, les manuels, les conférences, une rhétorique hégémonique ambiguë des RH, entre prescription, surveillance et bienveillance
Echos chez les joueurs.es dont la critique de leur entreprise représente un risque
=> importance de la confidentialité des entretiens pour obtenir des discours en-dehors de cette rhétorique



Sur les traces numériques de réponses plus complètes...



Un objet à la croisée d'enjeux organisationnels contemporains : attentes post-matérialistes individuelles (Méda, 2013), bien-être, attraction et rétention des travailleuses, productivisme



Un accès par les coulisses : une observation soumise à des autorisations multiples, bouche-à-oreille, interroger les maîtres.ses du jeu

Des discours profondément contradictoires, en apparence consensuels



Analyse sémio-discursive d'un corpus de posts LinkedIn relatant les escape games de team building
=> ce que donnent à voir les RH des escape games : des sourires, une détermination



Vers une coopération facilitée : Analyse des premiers résultats dans les PTCE

Maiwen Chameroy

Communication & Sociétés, Université Clermont Auvergne

Maiwen.chameroy@cisca.fr

Résumé

Cette thèse en science de l'information et de la communication est une recherche action dont l'objet est d'outiller les collectifs dans leur volonté de coopérer, pour produire des modèles plus durables. Le cas particulier des pôles territoriaux de coopération économique (PTCE) apparaît comme un terrain d'étude propice tant par leur volonté de faire coopérer une grande hétérogénéité d'organisations que par la notion de recherche qui est portée. Ce poster présentera le début du travail de thèse d'une doctorante Cifre, en lien avec les différentes structures afférentes aux PTCE et trois collectifs PTCE.

Les premiers résultats présentés dans ce poster font état de l'intégration de la doctorante aux collectifs, des différences de vision de la coopération par collectif et de l'élaboration d'un outil, « la boussole » favorisant le dialogue autour de seize indicateurs. Attention, il ne s'agit pas d'uniformiser les manières de faire ni d'en consacrer une comme idéale.

**Formes renouvelées de communications organisationnelles,
construction des relations au travail pour une dynamique collégiale**

Kunthirvy Collin

DICEN-IdF

Kun.collin@gmail.com

Résumé

La question de recherche porte sur le renouvellement des formes de communications organisationnelles par la prise en compte du couplage conceptuel relations-collégialité.

Sur le plan de la méthodologie de terrain, notre recherche-action immersive s'effectue dans une grande entreprise (SNCF) dont l'un des départements affiche l'objectif de former des collaborateurs impliqués et proactifs, auxquels les managers offrent autonomie et reconnaissance afin de s'assurer de leur efficacité dans leur travail qui permet en même temps une fidélité à l'entreprise. Le primat de la démarche est donné à la « relation » dans l'activité de travail, relation sur la notion « collégialité ». Si la « relation collégiale » entre managers et collaborateurs peut s'inscrire comme une herméneutique de nouvelles formes de communications, elle favorise aussi des compétences et des postures s'appuyant sur l'intelligence relationnelle tant chez les managers que chez les collaborateurs.

Sur le plan théorique, notre réflexion s'appuie sur les études en communication constitutive centrées sur la relation (Vezy, Brumans, 2021), l'intelligence relationnelle (Combes, Silva, 2022), le triptyque info-communicationnel qui supporte la confiance organisationnelle (Alemanno, 2016) et les théories récentes en management. Nous souhaitons développer à partir de ce corpus théorique de base, une nouvelle conceptualisation vs conception du management et de son autorité, repensée dans le sens de autéarité (Wathelet, 2012), et de la collégialité comme forme organisationnelle (Gallon, 2021).



Formes renouvelées de communications organisationnelles, Construction des relations au travail par une dynamique collégiale ?



1 Projet de recherche

La question de recherche porte sur le renouvellement des formes de communications organisationnelles par la prise en compte du couplage conceptuel relations-collégialité.

Sur le plan de la méthodologie de terrain, notre recherche-action immersive s'effectue dans une grande entreprise (SNCF) dont l'un des départements affiche l'objectif de former des collaborateurs impliqués et proactifs, auxquels les managers offrent autonomie et reconnaissance afin de s'assurer de leur efficacité dans leur travail qui permet en même temps une fidélité à l'entreprise. Le primat de la démarche est donné à la « relation » dans l'activité de travail, relation sur la notion « collégialité ». Si la « relation collégiale » entre managers et collaborateurs peut s'inscrire comme une herméneutique de nouvelles formes de communications, elle favorise aussi des compétences et des postures s'appuyant sur l'intelligence relationnelle tant chez les managers que chez les collaborateurs.

Sur le plan théorique, notre réflexion s'appuie sur les études en communication constitutive centrées sur la relation (Vezy, Brummans, 2021), l'intelligence relationnelle (Combes, Silva, 2022), le triptyque info-communicationnel qui supporte la confiance organisationnelle (Alemanno, 2016) et les théories récentes en management. Nous souhaitons développer à partir de ce corpus théorique de base, une nouvelle conceptualisation vs conception du management et de son autorité, repensée dans le sens d'auteurité (Wathelet, 2012), et de la collégialité comme forme organisationnelle (Gallon, 2021).

Kunthirvy COLLIN
Chargée d'études d'exploitation – SNCF Réseau,
Doctorante CNAM & ICD BS

Sommaire

2

Introduction

Actualité de l'activité de travail et des relations au travail

I. Contexte de la recherche : évolution du management

- De la démocratie grecque vers un management contemporain
- Tendances du management contemporain : instrumentalisation de la communication

II. Présentation de la recherche de terrain : au cœur de la recherche-action

- Originalité : le Contrat de collaboration avec la SNCF Réseau
- Approches méthodologiques plurielles
- Historique auto-ethnographique

III. Revue de littérature : corpus théorique management et communication

- Apports du courant de la communication constitutive des organisations
- Formes de communication repensées/renouvelées
- Paradigme nouveau : un management communicant ou collégial

IV. Méthodologie de terrain

- SNCF Réseau – service des études d'exploitation et ingénierie capacitaire
- De la théorie à la pratique : utopie ou réalité ?
- Mise en place de la collégialité en entreprise : restructuration des relations au travail
- Mesure des effets de confiance organisationnelle en relation avec la collégialité

V. Discussion : bienveillance et collégialité –

- instrumentalisation managériale de la communication
- transformations managériales profondes

Conclusion

**Représentations professionnelles dans le soin onco-gériatrique :
recherches au sein d'un terrain complexe et dynamique**

Clara Scotto D'apollonia
GRIPIC, Sorbonne Université
clarascottada@gmail.com

Résumé

Ma recherche porte sur les changements induits dans la relation communicationnelle des soignants aux patients en oncologie par l'immunothérapie, plus particulièrement en onco-gériatrie où elle présente des avantages certains. Mon terrain principal est le service d'oncologie de l'hôpital Saint-Antoine (APHP) et un corpus encore en construction de productions institutionnelles autour de l'onco-gériatrie. Ce terrain trouve son caractère sensible dans la nature du soin oncologique où se rencontrent des professionnels en action à la recherche d'une amélioration pour les patients, et ceux-ci faisant l'expérience de la maladie et du dispositif hospitalier. J'y étudie les représentations professionnelles des soignants de leurs patients âgés et leurs effets sur leurs pratiques lors des consultations, réunions de coordination pluridisciplinaires, évaluation onco-gériatrique, moments de formation en onco-gériatrie, de même que l'institutionnalisation des disciplines médicales d'un point de vue épistémologique. Ces différents aspects de ma recherche m'induisent dans une pensée réflexive de ma présence en observation non-participante sur le terrain et de mon rapport à un cadre des soignants qui les forme et qu'ils transforment avec leur pratique.



Représentations professionnelles dans le soin oncogériatrique : recherches au sein d'un terrain dynamique et complexe

Clara Scottò d'Apollonia doctorante au GRIPIC - Sorbonne Université |

clarascottoda@gmail.com



Contexte du projet de recherche : but translationnel en humanités médicales sur les représentations professionnelles en tant que pratique de communication des praticien·nes en oncologie et leurs transformations actuelles avec les progrès techniques récents en oncologie, notamment l'immunothérapie

L'objet de la recherche : encadrement oncogériatrique des soins oncologiques
notion issue de la préoccupation de prendre en charge médicalement le cancer des personnes en moyenne âgées de + de 75 ans avec les spécificités de cette démographie croissante (polypathologie, polymédication, vulnérabilité supposée ou réelle face à la maladie).

1- Un terrain constitué de savoirs médicaux et de mises en pratique des connaissances

La rencontre de facto entre deux disciplines médicales oncologie et gériatrie ?

Circulation des normes professionnelles comme bonnes pratiques disciplinaires

La nécessité de faire un travail d'épistémologie de cette notion d'oncogériatrie



2- Une représentation de la vulnérabilité, modulée par les contingences : le « problème » de la vieillesse

Une métrologie de la fragilité comme mesure du risque du soin

la qualité de vie, comme objectif principal du soin

modulation de l'agentivité dans l'encadrement du soin oncologique



Mes terrains

Des terrains qui demandent une présence observante méthodique, mais aussi de la place pour la découverte fortuite

Observation non participante, la recherche discrète du dispositif onco-gériatrique par l'ethnographie

Recueil et analyse de corpus institutionnel avec une perspective sémio-pragmatique



Hôpital Saint-Antoine



Hôpital Tenon

Equipe du service oncologie de Saint-Antoine



Tomes de "L'oncogériatrie en pratique" par le réseau Francilien d'oncogériatrie (SOPROG)





SFSIC 2024



9 782914 872041