

**1<sup>er</sup> appel à communication**  
**16<sup>ème</sup> Colloque bilatéral franco-roumain**  
**Bucarest, 11-13 juin 2009**

***Frontières, communautés, médias***

Le 16<sup>ème</sup> colloque bilatéral franco-roumain vous propose cette année trois termes assez fortement polysémiques, simplement juxtaposés. Nous souhaitons ainsi favoriser autant que possible la réflexion sur les notions et susciter des propositions originales à travers leurs combinaisons libres.

**Axe 1 - DEFINITIONS**

Le terme frontière *Frontière* a un sens concret et un sens abstrait. Concrètement, il désigne la limite officielle d'un territoire (*borne, lisière, démarcation*) entre des entités politiques, entre des États, ou plus banalement entre des territoires, qui peuvent être petits (des régions, des communes) ou au contraire très grands (les frontières de l'Europe). L'espace ainsi désigné peut être politique ou désigner un mode de vie, une civilisation, une zone d'influence (les frontières de la latinité). Il est parfois surtout caractérisé par son lointain (*les confins*). Il peut être une ligne idéale, un tracé arbitraire, ou respecter la géographie, pour laquelle il existe des frontières naturelles (une montagne, un fleuve). A l'inverse, ce qui est sans frontières est international, signifie une relativisation de la démarcation (*Médecins sans frontières*). Au sens abstrait, la frontière est aussi toute *limite* ou *séparation*, toute *borne, lisière* ou *démarcation*, tout *confins*. Il y a des frontières du savoir, les limites d'une discipline, les bornes de la patience, et toujours l'instant où l'on est aux confins de la vie et de la mort. La frontière est tout ce qui n'est pas au centre, au milieu, à l'intérieur.

Notre discipline se préoccupe de la question de la limite des territoires dans leur aspect géographique comme au sens figuré, par exemple lorsqu'elle se penche sur l'intelligence territoriale ou que, s'appliquant au domaine politique, elle analyse l'expression des nations par leurs médias, ou la volonté de faire vivre des expressions nationales qui dépassent les frontières.

Une *Communauté* est un groupe social dont les membres ont des intérêts communs. Il peut s'agir d'une communauté nationale (*État, nation*), d'une communauté plus restreinte (*communauté urbaine*), plus grande (*Communauté européenne*). Ou d'une *communauté culturelle, linguistique*. Tout dépend de ce que l'on décide de mettre en commun (le marché, la langue, la politique, les croyances). Ce dernier terme étant à lui seul un des sens spécifiques de la communauté : un *groupe de religieux* qui vivent ensemble dans un monastère, ou sous forme de congrégation. Il peut s'agir ainsi, de manière plus ou moins étroite et plus ou moins lâche, de tout groupe qui met quelque chose en commun ou groupe s'astreignant à une vie commune. Les relations vont alors d'un simple accord à l'affinité ou l'unité. On peut construire des *corporations*, des *associations*, des *collectivités*. Les communautés ont des manières d'être ensemble formelle ou informelle, des types de relation, des modes de gestion du conflit interne.

Notre discipline, à travers son histoire, nous a appris à regarder tant les relations interindividuelles que la construction des organisations. Nous avons nos travaux et nos méthodes. En communication, la communauté commence avec la rencontre, l'autre, le petit groupe, l'ensemble plus ou moins grand, et continue avec les organisations économiques, associatives ou politiques. Elle peut être réunie physiquement en un lieu ou être virtuelle. Elle

peut se construire par des moyens médiatiques. Sans doute avons-nous particulièrement développé l'analyse des manières d'être ensemble qui ne relèvent pas de la communauté : car il existe des manières neutres ou différentes d'être ensemble (dans l'espace public, comme téléspectateurs...). Ces analyses peuvent être proposées dans leur manière d'éclairer la notion de communauté.

*Média* a donné médiation et dans *Médiation*, il y a bien entendu *Média*. Est média tout instrument d'information de masse. Mais, au sens plus général nous multiplions dans nos sociétés les moyens de médiation entre nous (mass média, mais aussi monnaie, objets...), le travail de la médiation consistant, de manière large, à construire une transaction, une relation, construire une vue commune d'une situation, parfois mettre d'accord des parties différentes, voire à une conciliation. Le médiateur est celui qui sait écouter et retransmettre, construire les voies de compréhension.

Notre discipline est évidemment le lieu d'analyse des médias dans cette fonction. Mais aussi, en héritière de la sémiotique, le lieu de l'analyse des moyens de la médiation. Le visage du médiateur lui-même est intéressant. Originellement, le Christ est le visage premier du médiateur. Aujourd'hui, certaines personnalités sont *médiatiques* parce qu'elles réconcilient les gens avec eux-mêmes, ou entre eux, ou avec un domaine de l'existence (Obama, Zidane ou sœur Emmanuelle). Avons-nous des analyses dans ces domaines ?

Si les termes de notre thématique ont cette palette de signification, nous savons aussi ce qu'ils peuvent porter comme prise de position : culturelle, intellectuelle, politique. Comment donc identifier la dimension contextuelle de ces notions tellement connotées « idéologiquement » ? Il s'agit de réfléchir sur les liens possibles entre nos trois notions et en même temps de nous demander dans quelle mesure ce type de rapprochement conceptuel change le sens même de chaque paradigme. Des sens seront ainsi renforcés, oubliés, dénaturés. Pouvons-nous créer des nouveaux paradigmes ?

## Axe 2 – LES COMMUNAUTES ET LES MEDIAS PASSENT LES FRONTIERES

Les communautés passent les frontières. La mobilité se fait plus grande. Cette mobilité nous concerne d'abord comme enseignants-chercheurs, et nous avons l'expérience de frontières qui s'estompent ou qui s'ouvrent. Pouvons-nous jeter un regard communicationnel sur la situation créée dans nos universités, sur le plan de la recherche et de la formation, par les programmes de type Erasmus, l'ouverture des frontières européennes, les nouveaux étudiants en communication qui nous arrivent, ce que vivent ceux que nous envoyons, la créolisation des cursus et des personnes ? Savons-nous qui sont nos collègues dans les autres pays, l'organisation de leurs cursus, les forces de leur recherche ? Actuellement, cette question est vive, les organisations nationales, européennes et internationales s'en préoccupent. Quels sont les types de relations entretenues entre universités ?

Les médias passent les frontières. Au moment de l'émergence de la télévision, Marshall Mac Luhan parlait de « village global », signifiant que l'information reçue de l'étranger crée une situation nouvelle, le monde devenant notre voisin, créant toute sortes de possibilités, positives ou négatives d'échanges entre les peuples, allant du voyeurisme à l'empathie. Nos médias évoluent. La place des informations internationales n'est pas identique d'un média à l'autre, d'un titre à l'autre, et à l'intérieur d'un même média d'une période à l'autre. Quelle est la place des informations internationales ? Reste-t-elle stable, comment sont-elles traitées ? Mais l'autre n'est pas seulement l'étranger. Il peut être proche, mais inconnu (l'immigré, le handicapé, le très

riche...). Quel visage de l'autre les médias nous montrent-ils ? Quel visage de l'étranger ? Quels sont nos stéréotypes et nos caricatures ?

### Axe 3 - LES COMMUNAUTÉS UTILISENT LES MÉDIAS

Le transnational régule et façonne les pratiques médiatiques nationales, mais seulement partiellement. Car la démocratie dite participative et la démocratie locale utilisent au contraire les médias de manière très localisée. Elles favorisent l'émergence d'un « imaginaire citoyen » au niveau géographique régional ou cantonal.

Les communautés créées autour d'intérêts identiques trouvent dans les médias des moyens de se faire connaître, de continuer à exister même lorsque ses membres sont dispersés. Le terme de *diaspora*, utilisé pour décrire la dispersion du peuple juif, désigne aujourd'hui toutes les communautés nationales ou autres dispersées par la mondialisation et souhaitant garder un lien avec leurs origines. Quel est le rôle du *medium* dans la constitution des communautés ? Entre les programmes médiatiques proposés par les pays pour ses membres ayant quitté ses frontières et des formes ad-hoc de communication entre ses membres, quelles « stratégies » sont mises en pratique ? Quelles mises en scène de la communauté dans ces discours médiatisés ?

Pouvons-nous définir une communauté en fonction des médias utilisés, comme c'est le cas, par exemple pour les *communautés virtuelles* ? L'utilisation de l'Internet implique souvent un glissement de termes : des « réseaux » vers « communautés » : professionnelles, autour des passions (musique, photo) ou autour des thématiques particulières (information médicale, par exemple).

### Axe 4 – ORGANISER DES COMMUNAUTÉS A TRAVERS DES CRISES

Les articulations significatives reliant *frontières* et *communautés* peuvent être perçues comme le point de départ d'une *crise de la communication*. A quel niveau peut-on situer cette crise ? Par exemple, est-ce l'indistinction de plus en plus importante entre la sphère publique et la sphère privée ou encore le caractère souvent éphémère des différentes communautés. La logique des communautés est-elle une logique d'ouverture ou, au contraire, d'enfermement des identités ?

La *communication de crise* est un domaine entier de la communication des organisations. Ceci est logique, d'une part parce que les consommateurs et les citoyens sont de plus en plus avertis et d'autre part que les crises sont de plus en plus internationales. Quel rôle jouent les médias dans ces circonstances ?

Le domaine de la solidarité a toujours représenté un espace symboliquement ouvert, le *sans-frontiérisme* des organisations humanitaires étant un modèle d'action et de représentation de l'Autre. Or, cet imaginaire d'une communauté universelle solidaire est principalement fondé en période de crise. Dans quelle mesure la solidarité a-t-elle besoin d'un état de crise pour exister ?

Les médias sont de plus en plus souvent économiquement internationaux. Ils appartiennent à des groupes mêlant presse, éditions, télévision, services internet, et ne sont parfois qu'une partie d'un groupe plus large, n'ayant rien à voir avec la presse. L'économie actuelle des médias rend compte d'une réalité caractérisée par une concentration massive au niveau international des entreprises de presse, cartographie qui ne correspond plus aux frontières politiques des pays. La volatilité des frontières économiques a-t-elle une incidence sur la reconfiguration des communautés et de leur communication ?

## Organisation pratique

### Dates et lieu

11, 12, 13 juin à l'université de Bucarest

### Planning

15 mars : Dépôt des propositions de 1 page (3000 signes, plus une bibliographie). Indiquer : auteur(s), université(s), laboratoire, courriel, axe de rattachement.

15 avril : Décision du comité scientifique.

5 octobre : remise des textes définitifs.

### Langue

Les communications peuvent être faites en français ou en roumain. Il est demandé aux participants qui communiqueront en roumain de prévoir dans la mesure du possible un support en français (plan détaillé ou PowerPoint).

### Validation et publication

Les textes seront lus en double aveugle par le comité scientifique et seront publiés sous deux formes : dans les deux langues sous forme d'archives ouvertes validées et une sélection fera l'objet d'un ouvrage en français.

### Adresse des propositions :

*Pour la France*

Odile Riondet

[odile.riondet@wanadoo.fr](mailto:odile.riondet@wanadoo.fr)

*Pour la Roumanie*

Dana Popescu-Jourdy

[Ingrid-Dana.Popescu@univ-lyon2.fr](mailto:Ingrid-Dana.Popescu@univ-lyon2.fr)

### Organisateurs

*Pour la France*

Université Lyon 2

Groupe de recherche ELICO

*Pour la Roumanie*

Faculté de sociologie (Ioan Dragan)

Faculté de journalisme (Mihai Coman)

Ecole nationale de sciences politiques et administratives (Paul Dobrescu)

Faculté des lettres (Adela Rogojinaru)

### Comité scientifique

*Pour la France*

Arlette Bouzon (université de Toulouse)

Bertrand Cabedoche (université de Grenoble)

Brigitte Chapelain (université Paris 10)

Patrice Delabroise (université Lille 3)

Gino Gramaccia (université de Bordeaux)

Bernard Lamizet (université Lyon 2)

Dana Popescu (université Lyon 2)

Fabienne Soldini (CNRS, Aix-en-Provence)  
Odile Riondet (rectorat de Lyon)  
Bernard Tabuce (université de Montpellier)

*Pour la Roumanie*

Anne-Marie Codrescu (SNSPA)  
Mihai Dinu (faculté de lettres, Bucarest)  
Ioan Dragan (faculté de sociologie, Bucarest)  
Daniela Frumusani (faculté de journalisme, Bucarest)  
Prof. Georgiu (SNSPA)  
Mirela Lazar (faculté de journalisme, Bucarest)  
Nicolae Perpelea (Académie roumaine)  
Adela Rogojinaru (faculté des lettres, Bucarest)  
Constantin Salavastru, Université de Iasi  
Poliana Stefanescu (faculté de sociologie, Bucarest)  
Cristina Teodorescu (université de Craiova)

Frais

Le colloque bilatéral est traditionnellement gratuit. Chaque participant finance seulement son déplacement et son hébergement. Nous négocions avec le restaurant universitaire et l'hôtel d'accueil de l'université des prix au plus juste. Ceux qui viennent d'une ville française desservie par la compagnie *Blue Air* peuvent trouver des billets aux environs de 200 euros aller et retour.