

Colocviu bilateral franco-român
Comunicarea culturii, cultura comunicării
26-29 iunie, București

2008 reprezintă anul celui de-al cinsprezecela Colocviu bilateral franco-român, manifestare ce se organizează în fiecare an la București, la sfârșitul lunii iunie. Ne dorim să marcăm această aniversare prin câteva noutăți care să traseze următorii cinsprezece ani de colaborare.

Dotat de un comitet științific, colocviul se va finaliza prin apariția unei publicații care va cuprinde toate comunicările selecționate. Ne propunem perenizarea acestei formule pentru următoarele ediții.

Ne dorim de asemenea dezvoltarea activităților noastre, în colaborare cu structurile franceze și române de cercetare în domeniul Științelor Informării și Comunicării. În acest sens în cadrul colocviului din acest an vom organiza o masă rotundă pentru a identifica împreună proiecte comune de cercetare și pentru a stabili parteneriate de colaborare științifică.

Un rol important va fi acordat limbii române, în special în ceea ce privește publicarea articolelor.

Aceste noi modalități nu sunt numai rezultatul unei simple dorințe de schimbare. Suntem convinși că putem diversifica relațiile noastre de colaborare în vederea dezvoltării unei reflecții epistemologice comune asupra disciplinei noastre, necesitate resimțită de fiecare dintre noi.

Tema colocviului

Pentru acest an ne vom concentra asupra temei *Comunicarea culturii, cultura comunicării*, care va permite un spectru larg de propuneri. Considerăm de asemenea că acest subiect îi va invita pe cercetătorii în SIC să contribuie la delimitarea unei poziții specifice în cadrul științelor umane.

Historicul relațiilor dintre cultură și comunicare este bogat. Este de ajuns să ne aducem aminte de câteva exemple : importanța lucrărilor de *cultural studies* pentru disciplina noastră ; lucrările lui Adorno despre muzică ; profesiile lui Mac Luhan privind transformarea viziunilor despre lume determinate de televiziune ; expresiile *dimensiune ascunsă* sau *limbaj tacit* care desemnează pentru Hall cultura implicită a comportamentelor ; cercetările privind vulgarizarea culturii științifice și rolul presei în constituirea unei *culturi științifice*, rolul instituțiilor media într-un univers multicultural devenit mai prezent încă în era Internet-ului... Problema nu est de a găsi puncte comune între aceste subiecte, ci de a ordona și de a descrie coerența ce există în cadrul acestei diversități.

În cadrul acestei tematici, colocviul propune trei axe de lucru. Diversele definiții ale culturii pot constitui un punct de plecare. Apoi – în acord cu titlul colocviului – reflecția va continua pe două direcții : cultura se comunică și comunicarea este în sine o cultură.

Propunem astfel o perspectivă care permite în același timp realizarea de monografii, multiplicarea situațiilor, de domenii de aplicare și de exemple, precum și o înțelegere globală a fenomenelor de comunicare ca parte integrantă a culturii noastre. Sunt încurajate analizele care vor pune în evidență parametrii epistemologici privilegiați : cum se formează, cum se construiește privirea pe care comunicarea și-o face despre cultură ; care sunt bazele noastre conceptuale ; care sunt autorii la care vom face apel ; care sunt metodele de observație, ce tip de debateri pot avea loc ?

Axe de lucru

Axul 1 – Definițiile culturii și raporturile sale cu domeniul comunicării

Noțiunea de *cultură* are trei semnificații. Un prim sens se referă la ansamblul de realizări anterioare nouă și pe care le moștenim. Ea comportă astfel o dimensiune patrimonială, în special artistică, literară, arhitecturală... Dar cuvântul *cultură* est din ce în ce mai mult utilizat pentru a defini anumite practici, rituri, transmisiuni orale. Sau pentru a numi anumite competențe (construcții, tratamente, lucru manual, pescuit...) transmise prin exemplul practic. Noțiunea de „diversitate culturală” prezintă în textele internaționale vizează protejarea acelor elemente de patrimoniu, indiferent de modul lor de transmisie. Noile tehnologii sunt adesea prezentate ca o modalitate de explicitare și de punere în valoare a realităților culturale care nu își găsiseră încă un mijloc de exprimare. Cultură în sens patrimonial desemnează toate formele de expresie. Protecția diversității culturale încearcă să urmeze toate formele de mediere. In ce măsură toate aceste forme de mediere fac parte din domeniul nostru de cercetare ?

Intr-un al doilea sens, termenul cultură desemnează dezvoltarea anumitor facultăți spirituale, în particular de judecată, care vor face diferența între un barbar și o persoană cultivată. Este vorba despre o formă de știință, de erudiție. Despre ansamblul aspectelor intelectuale proprii unei civilizații. In acest sens, o cultură este științifică, tehnică, artistică, literară. Este un ansamblu constituit de cunoștințe, dar și un ansamblu de cunoștințe în constituire. Fiecare societate a dezvoltat construcții savante proprii și continuă să le dezvolte după axe proprii. De exemplu, muzica polifonică occidentală manifestă o altă stare de spirit decât sonoritățile budismului zen. Sau, un alt exemplu, tehnologia care se comunică în special dinspre Nord spre Sud. Presa transformă în fapte prezente culturi până acum ignorate. Care sunt metodele de care dispunem, în cadrul disciplinei noastre, pentru a da sens acestor realități, importanței și efectelor lor ?

In al treilea sens, cultura este ansamblul de comportamente create în timp într-o societate. Putem defini termenul de „comportament” ca gestică, raport la timp sau la spațiu. Dar, în întreprindere, vorbim adesea de „cultura rezultatului”, de „cultură de proiect”. Aceste expresii desemnează reprezentări, comportamente și reflexe dobândite prin experiență, care dau un caracter de evidență anumitor obiective și valori, care motivează anumite presupoziii legate de ceea ce ar trebui să fie viața personală sau socială. Ce vrem sa spunem deci când vorbim de o „cultură a comunicării” ?

Axul 2 – O cultură se comunică

Problema comunicării culturii se poate bineînțeles disocia în funcție de diferite domenii de aplicare : a comunica știința, obiectele unui muzeu, cărți, muzică, a comunica prin arhitectură ... Sau în funcție de mijloace : în ce măsură hârtia, suportul numeric sau video, un comportament reprezintă acte diferite de comunicare.

Specializarea pe domenii nu este singura posibilă. Putem de asemenea face referință la puncte de vedere specifice. Comunicarea culturii posedă o dimensiune economică și politică, o dimensiune națională și internațională. Culturile se comunică mai mult sau mai puțin bine, pe scară mai mult sau mai puțin largă. Un produs cultural este mai mult sau mai puțin viabil din punct de vedere economic în funcție de aria de utilizare a limbii în care a fost creat. Statele pun în practică politici diferite de sprijinire a creației. Cunoaștem dificultatea dezbatelor asupra noțiunii de *excepție culturală* în cadrul instituțiilor internaționale și faptul că, în afara chestiunilor de principiu, lupta nu este câștigată.

Dacă putem defini cultura ca o achiziționare de comportamente, putem în același timp să ne interogăm despre rolul presei în acest sens. De exemplu, subiectul propagării violenței nu este niciodată un subiect definitiv închis. In ce măsură ceea ce se vede sau se aude este exemplar ?

Internetul și numerizarea modifică într-o măsură importantă datele problemei în ceea ce privește transmisiunea și suporturile utilizate. A numeriza o carte sau un tablou pare astăzi o evidență, pentru că textul sau imaginea sunt puse altfel la dispoziție și pentru că practicile

anterioare sunt numeroase, ca și muzeele virtuale. Dar cum se poate numeriza un automobil, mostre de pânză sau de parfum ținând cont de multitudinea utilizărilor posibile ? Obiectul trebuie deci analizat în așa fel încât să putem pune în evidența ceea ce, în el, „crează semn”. Este adevărat că numerizarea poate favoriza implantarea culturilor minoritare, a limbilor minoritare ? Asistăm astăzi la un fel de constituire de comunități fragmentate, care nu vorbesc aceeași limbă și care sunt incapabile să acceadă la realizările celorlalți ? Care sunt elementele disponibile pe această temă, ilustrările disponibile ale reușitelor sau eșecurilor lor ?

Axul 3 – **Avem o cultură a comunicării**

A spune că avem o cultură a comunicării înseamnă a descrie în ce mod comunicarea a devenit o parte din felul nostru de a trăi, din mentalitatea noastră. Înseamnă să demonstrăm că realizările sale au un impact asupra comportamentelor și asupra reprezentărilor. Este bine înțeles indispensabil să ținem cont de evoluțiile tehnice care constituie unul din parametrii de formare a mentalităților.

Deținem în prezent o *cultură a obiectului* comunicant : avem practici de radio, de televizor, de Internet. Mijloacele media au funcții evolutive : în funcție, de exemplu, de schimbările unei situații politice, rolul radioului se va transforma ; evoluțiile tehnologice permit apariția unor posturi specializate ; țările care până acum erau slab reprezentate în peisajul audiovizual, își fac simțită prezența pentru a da viață identității lor culturale ; Internet-ul îndeplinește o multitudine de funcții, de la cele mai contestate la cele mai tradiționale.

Deținem în prezent o cultură expresivă inspirată de presă, care are propriile sale coduri, genuri literare. Suntem obișnuiți cu anumite tipuri de expresie (fapt divers, tip de comentarii, organizare de dezbateri) care se asociază la apariția stereotipurilor. Și de această dată, putem realiza o panoramă generală a situației și ne putem întreba din nou dacă Internet-ul modifică modurile noastre de exprimare, discursul media, retorica sa, modurile sale de argumentare.

Ne-am obișnuit să ne bazăm pe presă pentru a construi un spațiu social de cunoaștere și de reflecție, *cultura* noastră de *dezbateri mediatizată*, spațiul nostru public. Și în acest sens comunicarea face parte din cultura noastră, din felul nostru de a vedea lucrurile. În ce mod participă presa la construcția controverselor legate de biotehnologie, de globalizare, de dezvoltare durabilă, de Europa ...

Cultura noastră de presă se confundă în parte cu *cultura* noastră *tehnică*. Putem vorbi de instaurarea progresivă a unui anumit raport tehnic cu lumea, sau avem de-a face cu o himeră ? Ce semnifică blog-ul, de exemplu, în relația cu sine și în relația cu ceilalți ? Lumile virtuale ale orașului numeric și ale rețelelor sociale pot fi considerate ca spații de socializare ? Este adevărat că viața particulară nu se mai distinge de viața publică ? Aici trebuie să căutăm noua noastră cultură media ? Să ne amintim că pentru un autor ca Milad Doueïhi, cultura presei numerice are aceeași funcție totalizatoare ca și religia, integrând un sistem de administrare, profeți, o gestionare a vieții particulare și a vieții sociale a fiecărui individ.

Direcții de colaborare

Acest moment al colocviului este rezervat prezentării de proiecte de cercetare în curs de derulare și care pot conduce la colaborări viitoare.

Calendar și procedură

15 aprilie : Transmiterea propunerilor de 1 pagină (3000 de semne plus bibliografie).

A indica : autorul, universitatea, laboratorul de cercetare, adresa mail, axul de lucru.

30 aprilie : Decizia Comitetului științific

3 octombrie : transmiterea textelor definitive

Rezumatele pot fi prezentate în limba franceză sau în limba română.

Până în prezent, limba expunerilor orale a fost franceză. Anul acesta vom putea include patru expuneri în limba română. Îi rugăm pe cei care doresc să se exprime în această limba să ne informeze anticipat prin intermediul coordonatoarei pentru România, Doamna Poliana Ștefănescu. Îi vom contacta de îndată ce propunerea lor va fi acceptată pentru a vedea cum vor putea fi realizate documentele de prezentare în limba franceză pe care le vom traduce în prealabil. Nu vom avea traducere simultană. Publicarea ulterioară va fi realizată în cele două limbi.

Propunerile vor fi transmise :

Pentru România

Poliana Ștefănescu

poliana.stefanescu@gmail.com

Pentru Franța

Odile Riondet

odile.riondet@wanadoo.fr

Costuri

Participarea la colochiul bilateral este gratuit, prin tradiție.

Organizatori

Pentru România

Facultatea de Sociologie, București

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, București

Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București

Facultatea de Litere, București

Pentru Franța

Universite Lyon 2

Université de Haute-Alsace

Comitet științific

România

Camelia Beciu (Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București)

Mihai Coman (Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, București)

Mihai Dinu (Facultatea de Litere, București)

Ioan Dragan (Facultatea de Sociologie, București)

Mirela Lazar (Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, București)

Nicolae Perpelea (Academia Română)

Adela Rogojinaru (Facultatea de Litere, București)

Poliana Ștefănescu (Facultatea de Sociologie, București)

Adriana Stoichitoiu-Ichim (Facultatea de Litere, București)

Cristina Teodorescu (Facultatea de Litere, Craiova)

Gabriela Țigu (Academia de studii economice, București)

France

Patrick-Yves Badillo (université d'Aix-Marseille)

Jean-jacques Boutaud (université de Dijon)

Arlette Bouzon (université de Toulouse)

Brigitte Chapelain (université Paris 10)

Jean-Pierre Esquenazi (université Lyon 3)

Gino Gramaccia (université de Bordeaux)

Barnard Lamizet (université Lyon 2)
Catherine Loneux (université de Rennes)
Vincent Meyer (université de Metz)
Odile Riondet (université de Haute-Alsace)
Jean-Claude Soulage (Université Lyon 2)

Comitet de coordonare

C. Beciu (Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București) cam_i_socio@yahoo.com
D. Frumusani (Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, București) dfrum@fjsc.ro
D. Popescu (université Lyon 2) ingrid-dana.popescu@univ-lyon2.fr
A. Povara (Facultatea de Sociologie, București) adapovara@yahoo.fr
O. Riondet (université de Haute-Alsace) Odile.riondet@wanadoo.fr
A. Rogojinaru (Facultatea de Litere, București) adelarogojinaru@yahoo.com
P. Stefanescu (Facultatea de Sociologie, București) poliana.stefanescu@gmail.com