

# Analyse des pratiques de communication

(PRESSE, MEDIAS DE MASSE...)

Le travail mené par le Groupe d'analyse des pratiques de communication (GAPC) depuis sa création en 1992 a essentiellement porté sur les théories de la communication ainsi que sur les pratiques sociales de communication et leurs enjeux en termes de culture, de pouvoir, de sociabilité ou d'efficacité professionnelle. Les divers projets de recherche tirent parti de la pluridisciplinarité de l'équipe pour mener à bien une réflexion sur les pratiques symboliques, leurs sens et leurs contextes. La démarche met plus particulièrement l'accent sur les relations qu'entretiennent les acteurs, le contexte de communication, les pratiques de communication, l'histoire des médias, leurs langages (texte, image, geste, son...) et la spécificité matérielle et sociale des dispositifs techniques. Les principaux corpus d'analyse ont été définis soit autour d'objets ou de pratiques reconnus (réception littéraire, discours scientifique, propagande politique...) soit autour d'objets ou de pratiques de communication "infra-ordinaires" (cartes de visite, étiquettes de vin, distributeurs automatiques de banque...).

Les recherches thématiques engagées portent essentiellement sur le discours d'escorte qui accompagne les médias informatiques et les technologies de l'information et de la communication (représentations imaginaires des TIC - textuelles et visuelles - et impact sur leur réception et leur appropriation), sur la configuration des médias de masse autour de pratiques mémorielles collectives (théâtres de mémoire, etc.)... La recherche théorique tente quant à elle de définir les éléments et la place d'une sémiologie dynamique dans une analyse des pratiques de communication qui tient compte tout à la fois des acteurs, des langages et des techniques, des dispositifs, de l'histoire et du contexte. En somme une "médiologie" qui ne fasse pas l'économie de la dimension symbolique des messages échangés.

=> Voir bibliographie