

**Appel à communication pour la ST49  
14<sup>ème</sup> Congrès AFSP 2017, Montpellier**

**Militer dans les médias**

**Mots clés :** participation politique, mouvements sociaux, militantisme, médias, communication, problèmes publics

**Keywords :** *political participation, social movements, activism, media, communication, public problems*

Initiées dans les années 1970, les recherches sur la communication médiatique des mouvements sociaux et de l'action collective font l'objet d'un intérêt renouvelé, en particulier depuis le déclenchement des « révolutions arabes » et des nombreuses mobilisations des années 2010 (*Anonymous, Indignados, Occupy Wall Street...*) qui ont eu recours aux technologies du Web pour appeler à l'action et sensibiliser à leurs « causes ». L'abondante production académique internationale sur ces mobilisations gagnerait toutefois à explorer des questions essentielles du point de vue des sciences sociales du politique : les conditions socio-historiques de possibilité et de légitimation politique de ces pratiques militantes de communication médiatique ; les processus de division, de différenciation et de hiérarchisation du travail politique et médiatique à l'intérieur et entre les organisations du mouvement social ; l'étude prosopographique des agents qui, tels les « médiactivistes » sont investis parfois durablement dans les enjeux d'information et de communication et en retirent des rétributions spécifiques.

De nombreux travaux se sont efforcés, en France notamment, d'adopter une approche sociologique analysant la complexité des relations d'« associés-rivaux » entre les médias de masse et les mouvements sociaux. D'autres travaux se sont particulièrement intéressés à la professionnalisation des services de communication des organisations militantes, ou au rapport des journalistes à l'engagement dans des organisations syndicales et associations professionnelles. Cependant, peu d'études ont mobilisé l'appareillage conceptuel et méthodologique de la sociologie politique pour analyser de façon relationnelle et critique ces formes de militantisme qui opèrent non seulement « par » et « pour » les médias (Patrick Champagne) mais également, de part en part, « dans » les médias. On pensera ici à l'essor depuis les années 1970 de la presse parallèle et *underground*, des radios libres et communautaires, des télévisions pirates et associatives ou plus récemment des formes multiples de « webactivisme ».

L'objectif de cette section thématique est donc de participer à renouveler l'analyse des différents répertoires d'intervention médiatique et de construction militante des problèmes publics par les médias, et d'ouvrir une réflexion théorique et méthodologique sur leurs processus de production, de diffusion et de légitimation. De nombreuses recherches récentes sur les rapports entre médias et mobilisations collectives ayant été réalisées sur des terrains non-européens, nous privilégions également une perspective comparative, soit à travers la comparaison de cas, soit en mobilisant des notions de la sociologie politique sur de nouveaux terrains.

Les propositions de communications pourront s'articuler autour des trois axes suivants :

### **Axe 1 : Trajectoires et multi-positionnement des militants des médias**

Quelles sont les conditions sociales d'accès, d'usage et d'appropriation des instruments de médiatisation, notamment numériques, dont se saisissent les acteurs d'une action collective ? Peut-on parler d'une spécificité des trajectoires de ces agents, de « carrières de médiactivistes » ? Quelles propriétés sociales (genre, génération, profession, socialisation) prédisposent à s'investir dans ce militantisme et permettent ou non de s'y positionner ? Quels rapports entretiennent ces individus avec les différents univers sociaux (journalisme, associations, syndicats, partis, élus, fonctionnaires, artistes, informaticiens...) où ils interviennent ? Dans quelle mesure sont-ils susceptibles de reconvertir, dans ce militantisme, les capitaux accumulés dans d'autres activités, ou inversement de mobiliser les savoirs et savoir-faire acquis dans ces pratiques militantes dans d'autres espaces, notamment professionnels ? Comment étudier plus spécifiquement les trajectoires des « militants en ligne » ?

### **Axe 2 : Pratiques et ressources organisationnelles des médias et des dispositifs de communication militante**

Quelles sont les propriétés internes des médias et des dispositifs de la communication militante ? Quelles sont les pratiques des « journalistes des mouvements sociaux » ? Quelles sont les contraintes spécifiques, par exemple techniques, économiques ou rédactionnelles auxquelles doivent faire face les agents ? Quelles routines de production et de diffusion sont susceptibles d'émerger de leur travail quotidien ? Quelles croyances et mythologies sont partagées par ces acteurs et comment s'expriment les éventuelles dissensions internes ? Quelles dynamiques organisationnelles émergent dans les formes de « cyberactivisme », ou lorsque les réseaux sociaux font l'objet d'un usage militant ? Quelles recompositions de la division du travail militant produit l'investissement dans les enjeux de communication ? L'objectif est ici d'ouvrir la « boîte noire » des dispositifs et des organisations, de saisir au plus près, en particulier par l'observation ethnographique, l'entretien et l'usage d'archives internes, le détail des interactions entre acteurs et leurs implications pour l'ensemble du travail de mobilisation.

### **Axe 3 : Les médias des mouvements sociaux comme entrepreneurs de problèmes publics**

Quels sont les effets des stratégies communicationnelles déployées par les organisations de mouvement social pour influencer les pouvoirs publics ou les médias ? Dans quelle mesure le répertoire de communication médiatique des mouvements sociaux est-il redevable des transformations internes des champs politique et journalistique ? Peut-on parler d'une autonomisation du répertoire d'intervention médiatique, qui conduirait à mobiliser pour des problèmes publics spécifiques portant sur la critique des médias, la démocratisation du système médiatique ou la promotion de médias « alternatifs » ? Quelles sont les conséquences de cette éventuelle autonomisation pour les formes de mobilisation plus « traditionnelles » ? On s'intéresse ici notamment aux réactions d'adaptation et/ou de rejet des organisations de mouvement social face aux répertoires de mobilisation médiatique et aux revendications particulières que portent leurs militants.

**Les propositions de communication devront être adressées avant le 15 octobre 2016 aux responsables de la ST :**

**Benjamin Ferron**, Maître de conférences, Département de communication politique et publique, Université Paris-Est Créteil, CEDITEC, [benjamin.ferron@u-pec.fr](mailto:benjamin.ferron@u-pec.fr)

**Erica Guevara**, Maître de conférences, UFR Culture et Communication, Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis, CEMTI, [erica.guevara@univ-paris8.fr](mailto:erica.guevara@univ-paris8.fr)

**Call for Papers – Thematic Section 49 – 14<sup>th</sup> Congress of the French  
Association of Political Science, 2017, Montpellier (France)**

**Mobilizing in the Media**

**Keywords:** *political participation, social movements, activism, media, communication, public problems*

After the outbreak of the « Arab Spring » and the numerous mobilizations such as *Anonymous, Indignados, Occupy Wall Street...*, which have used new digital technologies to call for action and increase public awareness on political issues, there has been a renewed interest in academic researches on the communication of social movements and collective action by the media. However, the rich international literature on these protests would gain from exploring crucial questions raised by political sociology: the socio-historical conditions of possibility and legitimacy of this media-centered political activism; the processes of division, differentiation and prioritization of the political and media work, within and between social movement organizations; the prosopographical study of agents who, like « media-activists », are sometimes lastingly invested in communication and information issues and reap specific benefits from this investment.

Many studies have tried to adopt a sociological perspective to analyze the complex « associates-competitors » relationships between the mass media and social movements. Others have focused on the professionalization of communication services of activist organizations, or the activist commitment of journalists in trade unions or professional associations. However, few studies have used the conceptual and methodological apparatus of political sociology to analyze, from a relational and critical point of view, these forms of activism which don't operate only « through » or « for » the media (Patrick Champagne) but also fully « in » the media. We think about the rise, since the 1970s, of the parallel and underground press, free and community radio, pirate or non-for-profit television channels or, more recently, multiple forms of "web activism".

The aim of this thematic section is thus to participate to a renewal of the analysis of the different media repertoires and the activist construction of public problems, and to open a theoretical and methodological reflection on the processes of production, diffusion and legitimization of social movements media. Numerous recent researches dedicated to the study of media and collective actions have been made on non-European fieldworks. The section will give a special attention to comparative approaches, comparing case studies or exporting concepts from the political sociology field on new cases.

We welcome contributions that address the following interrelated issues:

**Issue 1: Career paths and multi-organizational positions of media activists**

Who uses communication tools for activism? How do activists get an access to the « traditional » and digital media, and how do they use and appropriate them? Do their trajectories and career paths share specific features? What social factors (gender, age, profession, socialization) predispose the individuals to engage in this kind of activism and

allow them to position themselves in the advocacy work? What are the relationships of these activists with other related social fields (such as journalism, associations, syndicates, parties, politics, public institutions, artists, information technology professionals)? Are they able to reconvert the stocks of resources accumulated from one social field to another? How should we study the trajectories of « on-line activists »?

**Issue 2: Practices and organizational resources of activists' media and communication devices**

What are the internal properties of activists' media and communication devices? What are the daily practices of « social movement journalists »? What are the specific technical, economical and editorial constraints faced by the agents? What are their day-to-day production and distribution routines? What kind of beliefs and professional mythologies do these actors share and how do they express their internal conflicts? How do organizational dynamics appear in « cyber activism », or in social networks used for militancy? How do communication issues change the activist division of labor? Our purpose is to open the « black box » of militant communication devices and organizations, and to capture interactions between actors and their implications for the mobilization. Methodologies like ethnological observation, sociological interviews and archive analysis are most welcome.

**Issue 3: Social movement media as entrepreneurs of public problems**

What are the effects of social movements communication strategies on public authorities and the media? How and to what extent does the communicational repertoire of social movements follow the internal transformations of politics and journalism fields? Can we say that this communicational repertoire of social movements has become autonomous, and that it is used to mobilize for specific public problems such as media critique, media system democratization or « alternative » media promotion? What are the consequences of its potential autonomy for more « traditional » ways of activism? We are particularly interested by adjustment and/or rejection reactions of social movement organizations when confronted with this communicational repertoire of activism.

**Contributions proposals have to be addressed to both coordinators of the Thematic Section before October 15th, 2016:**

Benjamin Ferron, Lecturer, Department of Political and Public Communication, Paris 12 University, CEDITEC, benjamin.ferron@u-pec.fr

Erica Guevara, Lecturer, UFR Culture & Communication, Paris 8 University, CEMTI, erica.guevara@univ-paris8.fr

## Bibliographie

- AGRIKOLIANSKY E., FILLIEULE O., SOMMIER I. (dir) (2010), *Penser les mouvements sociaux*, Paris, La Découverte
- ANDUIZA E., CRISTANCHO C., & SABUCEDO J. M. (2013), « Mobilization through online networks: The political protest of the indignados in Spain », *Information, Communication & Society*, 2013
- ATTON C., (2002), *Alternative Media*, London, Routledge, Sage Publications
- ATTON C. (2004), *An Alternative Internet. Radical Media, Politics & Creativity*, Edinburgh University Press.
- BADOUARD R. (2013), « Les mobilisations de clavier. Le lien hypertexte comme ressource des actions collectives en ligne », *Réseaux*, vol. 5, n° 181, p. 87-117
- BAISNEE O. (2001) « Publiciser le risque nucléaire : la polémique autour de la conduite de rejets en mer de l'usine de La Hague », *Politix*, No 54, p. 157-181
- BERTHAUT J. (2013), *La banlieue du « 20 heures »*. *Ethnographie de la production d'un lieu commun journalistique*, Marseille, Agone, coll. L'ordre des choses
- BLONDEAU O. (2007), *Devenir Média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*, Paris, Editions Amsterdam
- BRISSET-FOUCAULT F. (2011), *Prendre la parole en Ouganda. Critique et citoyenneté sous l'hégémonie du Mouvement de résistance nationale*, Thèse de doctorat soutenue à l'Université Paris 1.
- BRUNSTING S., POSTMEST. (2002), « Social Movement Participation in the Digital Age: Predicting Offline and Online Collective Action », *Small Group Research*, 33, p. 525-554
- CARDON D. (2010) *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Le Seuil, La République des idées.
- CARDON D., GRANJON F. (2010), *Médiactivistes*, Paris, Presses de Sciences-po
- CHADAINNE P.-J. (2002), *La communication alternative : la presse parallèle en France des années 60 à la fin des années 90*, Paris, Thèse de doctorat en SIC, Université Paris II-Panthéon Assas
- CHAMPAGNE P. (1984), « La manifestation. La production de l'événement politique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 52/52-53, p. 19-41
- CHUPIN I., MAYANCE P. (2013), « Faire corps avec les agriculteurs. La presse professionnelle agricole : un enjeu syndical pour la FNSEA », *Politix*, 103/3, p. 77-97
- COBAN B. (ed.) (2015), *Social Media and Social Movements. The Transformation of Communication Patterns*, Lexington Books
- COLEMAN G. (2014) *Hacker, hoaxer, whistleblower, spy, The many faces of Anonymous*, Princeton University Press, New Jersey
- COMBY J.-B., (2009), « Quand l'environnement devient 'médiatique'. Conditions et effets de l'institutionnalisation d'une spécialité journalistique », *Réseaux*, Vol. 5. No 157-158, p. 157-190
- DAUVIN P. (2010), *La communication des ONG humanitaires*, Paris, L'Harmattan.
- DOWNING J., (2001), *Radical media. Rebellious communication and social movements*, Londres, Sage.
- FERRON B. (2007), « Les médias alternatifs : entre luttes de définition et luttes de (dé)légitimation », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 8<sup>ème</sup> colloque Brésil-France, Grenoble, Université Stendhal
- FERRON B. (2015), *La communication internationale du zapatisme (1994-2006)*, Rennes : PUR.

- GAMSON W., MODIGLIANI A., (1989) « Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach », *American Journal of Sociology*, vol 95, No 1, p 1-37
- GARCIA G. (2014), *La cause des « sans »*. *Sans-papiers, sans-logis, sans-emplois à l'épreuve des médias*, Rennes, PUR, coll. ResPublica.
- GITLIN T.. (1980), *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*, Berkeley, Los Angeles, London, University of California Press
- GREFFET F. (2011). *Continuerlalutte.com, les partis politiques sur le web*. Presses de Sciences Po, Paris
- GUEVARA E. (2013), « *Si tu veux du sang et des balles, tu n'as qu'à zapper sur une autre radio* ». *Émergence, institutionnalisation et logiques d'appropriation des radios communautaires en Colombie, 1948-2010*, thèse de doctorat, Sciences po Paris
- GUMUCIO DAGRON A. (2001), « Call me impure: myths and paradigms of participatory communication ». Papier présenté à la pré-conférence de l'ICA, Our Media, not theirs, Washington DC.
- HALLORAN J. D., ELLIOTT P., MURDOCK G. (1970), *Demonstrations and Communication: A Case Study*, Middlesex (England), Baltimore (USA), Victoria (Australia), Penguin Books
- HARP D., BACHMANN I., GUO L. (2012), « The whole online world is watching: Profiling social networking sites and activists in China, Latin America, and the United States », *International Journal of Communication*, 6, 298-321
- LECOMTE R. (2014) « La 'révolution 2.0' : démystifier le rôle d'Internet en Tunisie » in CAMAU M., VAIREL F. (dir), *Soulèvements et recompositions politiques dans le monde arabe*, PUM, Montréal
- LEWIS P. (2003), « 'Est-ce que ça marche?' *L'observation et l'évaluation des radios communautaires* », in Cheval J-J. (ed.) *Audience, publics & pratiques radiophoniques*, éditions de la Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Bordeaux
- MARCHETTI D. (1998), « Les conditions de réussite d'une mobilisation médiatique et ses limites : l'exemple d'Act Up », CURAPP, *La politique ailleurs*, Paris, PUF
- MARKHAM T. (2014), « Social media, protest cultures and political subjectivities of the Arab spring », *Media, Culture & Society*, 36/1, p. 89-10
- NEVEU E. (1999), « Médias, mouvements sociaux, espaces publics », *Réseaux*, 98, p. 17-85
- NEVEU E. (2010), « Médias et action collective », in Agikoliansky, E., Fillieule, O. et Sommier I., *Penser les mobilisations sociales*, La Découverte, Paris, p. 245-264.
- OLLITRAULT S. (1999), « De la caméra à la pétition-web. Le répertoire médiatique des écologistes », *Réseaux*, 98, p. 153-185
- OLIVESI S. (2013), *La communication syndicale*, PUR, Rennes
- PENNEY J., DADAS C. (2014), « (Re)Tweeting in the service of protest: Digital composition and circulation in the Occupy Wall Street movement », *New Media & Society*, 16, p. 74-90
- THEVIOT A., « Qui milite sur Internet ? Esquisse du profil sociologique du 'cyber-militant' au PS et à l'UMP », *Revue française de science politique*, 63, 3-4, 2013, p. 663-678
- TILLY C., TARROW S. (2015), *Politique(s) du conflit. De la grève à la révolution*, Paris, Presses des SciencesPo, coll. Références – Sociétés en mouvements
- RODRIGUEZ Clemencia (2001), *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*, Hampton Press, Cresskill, New jersey
- W. VAN DE DONK, B. D. LOADER, P. G. NIXON & D. RUCHT (Eds.), *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*, London, Routledge.