

Le Cercle des



lerendez-vousdes5communications.com

- Les communications :**
- **Cup** de l'utilité publique
(des institutions et de l'intérêt général consacré par la loi)
 - **Cpol** politique
(des élus, des partis, de l'exercice et de la conquête des pouvoirs)
 - **Cent** des entreprises
(sur des marchés concurrentiels)
 - **Cmed** des médias
(de la diffusion de l'information et de l'édition du savoir)
 - **Casso** des associations
(associations, ONG et des initiatives de la société civile)

souscrivent, chacune à leur manière, à la fois aux valeurs utilitaires de l'échange des informations ou du partage des connaissances et à la valeur communautaire de la rencontre avec l'autre.

Portée au pinacle ou vouée aux gémonies, la communication pâtit des usages réducteurs de la "com". Alors que s'accélère l'appropriation foisonnante des médias numériques, des craintes se développent sur la qualité et la fiabilité de l'information, sur le mélange des registres et la confusion des finalités.

On doute de "**la société de la communication**" qui, dans un monde de crises et de défiance, est pourtant attendue pour faire mieux que **la société de consommation** essoufflée après un demi-siècle ou que **la société de l'information** décevante, même pour les professionnels des médias, après un quart de siècle.

Les communications des **acteurs économiques** et des entreprises qui commercent sur des marchés concurrentiels, qu'elles soient opérationnelles ou porteuses d'images organisationnelles, ont fait la preuve de leur efficacité. Mais, les systèmes de valeurs changent et on attend plus d'éthique et plus d'innovation à l'heure du développement durable ou des dérives de la spéculation.

Les citoyens, peu pris en considération comme des "récepteurs" actifs et les émetteurs responsables de **la parole publique** qu'elle soit **institutionnelle**, sous l'égide d'intérêts généraux, d'ailleurs entre eux conflictuels, **ou** qu'elle soit **politique**, avec tout le discrédit que suscitent les écarts de communication entre conquête et exercice du pouvoir, s'inquiètent des tentatives d'un marketing simpliste à généraliser le modèle consumériste. Les progrès vers des communications authentiques, plus portées à dialoguer ou à associer aux décisions, sont d'une urgente utilité pour le devenir de la démocratie.

Les **initiatives citoyennes** de la société civile, soit organisée notamment en associations, soit spontanée et en rupture avec les collectivités, paraissent se méfier des mélanges de pub, de sondages et de médiatisations sommaires, dénoncés comme "démocratie de l'opinion". Les modes de communication vont du consensus humanitaire à la contestation violente. A l'ère du web, on s'essaie à militer avec les tous les usages des médias.

Face à ces concurrences d'origine institutionnelle ou citoyenne et face aux "journalismes", aux éditeurs ou producteurs amateurs, les **médias professionnels** ont à refonder les exigences de leurs métiers, préserver leur indépendance rédactionnelle et contribuer à la qualité des contenus. La diffusion de l'information doit, plus que jamais, confirmer ses principes éprouvés, mais aussi accepter, dans la relation aux destinataires, la richesse de l'échange de la communication et la place du débat contradictoire dans la quête des vérités.

Le "Cercle des 5 communications" s'est constitué (association, selon la loi de 1901) en "réseau savant", autour de <www.rvdes5c.com>, pour rapprocher et confronter les réflexions, les études et les recherches, dans ces cinq mondes, des commanditaires et bénéficiaires de la communication, des professionnels, des experts, des universitaires.

Cercle des 5 Communications – 22 bis, rue Georges Bizet – 75016 Paris
contact@rvdes5c.com

Après une manifestation de lancement, le 25 juin 2008, les objectifs du "**Cercle des 5C**", **société savante virtuelle**, se sont modestement resserrés autour d'un noyau d'associations et de personnalités * avec **les projets suivants** :

- achèvement de la construction du site < www.rvdes5c.com > (vitrine publique + extranet pour la mise en réseau d'informations et l'accès des études, enquêtes, sondages, travaux de recherche d'universitaires ou de théorisation de praticiens) ;
- création d'**un portail du droit de la communication** dont l'inventaire a été réalisé par la Section de la Recherche et des Etudes du Conseil d'Etat ;
- susciter des études, mémoires et thèses auprès des établissements d'enseignement de la communication ;
- dans chacun de ces cinq domaines, les membres du Cercle des 5C seront invités à utiliser, à leur guise, les travaux "mutualisés" ou à faire le bilan des évolutions de leurs propres modes de communication ou des liens avec d'autres modes.

Des échanges **avec l'Institut des Sciences de la Communication du CNRS** (Maison des Sciences de la Communication, dont Dominique Wolton est le Directeur) ont fait apparaître l'intérêt d'une coopération dans les domaines de la recherche en communication, sciences de l'information et industrie de la connaissance et de créer des synergies grâce aux actions lancées respectivement. **Un protocole a été signé**, qui prévoit :

- Mutualiser leurs ressources afférentes aux études et recherches dans les domaines de la communication qui présentent un intérêt commun en s'informant sur leurs avancées scientifiques et en échangeant les réseaux de contacts, notamment ouverts à l'Europe, ainsi que, le cas échéant les bases de données utiles ;
- Faire vivre un site d'échange extranet, pour partie ouvert au public, par exemple offrant l'accès à un portail du droit de la communication ;
- Identifier des sujets d'études et de recherche conjointes sur les démarches, les méthodes, les techniques et les modalités de la communication dans les domaines relevant de leur champ d'investigation ;
- Initier des projets d'études qui peuvent être confiés à des jeunes chercheurs pris en charge par les deux parties, notamment sous forme de partenariat selon des modalités à préciser par avenant ;
- Rendre publiques les résultats de ces recherches sous forme de rencontres scientifiques ou de publications sur les supports scientifiques de l'ISCC (revue « Hermès » et site internet), également sur le site "5C / ISCC" attaché à la présente coopération ;
- Envisager la création, précisée par avenant, de prix récompensant les meilleures avancées d'étude et de recherche, d'une part, d'universitaires et, d'autre part, de praticiens reconnus dans leurs efforts vers les théories de la communication.

Un rendez-vous (1^{er} séminaire envisagé en septembre 2010) devrait permettre de faire **un point annuel** à la fois sur ce protocole de coopération et **sur la mutualisation des études et recherches**, sur les usages de communication respectant des intérêts ou des finalités propres et des stratégies d'influence distinctes, à tous les niveaux (local, national, européen, mondial).

Des observateurs et invités européens se joindront - avec l'appui de la fédération européenne *feacp* - aux réflexions menées sur les communications publiques, politiques, économiques, médiatiques et civiles.

L'association souhaite mettre en évidence, dans les communications qui irriguent la vie de la collectivité, des **qualités communes**, quelques **synergies dans les savoir-faire**, aussi des **points d'achoppement** et des **démarches ou des déontologies spécifiques**. De plus la responsabilité partagée de la communication dans des crises majeures appelle des approches multidisciplinaires susceptibles d'éclairer des chemins d'authenticité pour maintenir la confiance.

* **Au-delà des fondateurs** figurant dans les statuts déposés : 1°) M. Pierre ZÉMOR, conseiller d'Etat, 2°) M. Pierre- Marie VIDAL, éditeur 3°) M. François DESNOYERS, journaliste, consultant 4°) M. Bruno HUISMAN (ou Serge LE STRAT), dirigeant d'établissements d'enseignement 5°) M. Gérard NOËL, dirigeant associatif (UDA) 6°) Mme Marie BIDAUD, responsable associative 7°) M. Hugues CAZENAVE, dirigeant d'un institut d'étude de l'opinion, **ont manifesté leur intérêt** au cours d'une ou plusieurs des cinq réunions préparatoires : Boris ELOY, Edouard RENKEL et Laurence BELDOWSKI (UJEF), Marie-Pierre BORDET (AACC), Jean-Yves LEGER (ESSEC, consultant), Didier ADES (France Inter), Jérôme BOUVIER (Assises de la Presse), Marc VOINCHET (RadioFrance), Jean-Marie CHARON, Etienne GUEPRATTE (SIG), Stéphane BILLET (Syntec-RP), Richard DESCOINGS et Florence DANTON (Sciences-Po), Pascal PERRINEAU (CEVIPOF), Bernard RAMANANTSOA (HEC), Véronique RICHARD (CELSA), Ruth MARTINEZ (GFII), Florence DURAND-TORNARE (Villesinternet), Vincent DEBERNARDI (SPQR), Jacques HENTZY (UNICEF), Jacques GERSTLE (Université Paris 1), Marcel DESVERGNES, Charles-Marie BORET (APACOM), Guillaume PETIT (EFAP), Benoît THIEULIN, Eric ZAJDERMAN, Thierry WELHOF, Pascal JOSEPHE, Christian de LA GUERONNIERE (ID-communes), Bernard BROCHAND, Yannick JADOT et **récemment** : Frédéric THIRIEZ, Bernard EMSELLEM (Communication publique), Nicolas BORDAS (AACC), Françoise BELLANGER...