

Appel à communications

92^e Congrès de l'Acfas, 5 mai 2025

Colloque scientifique (Numéro 470)

L'infodivertissement comme paradigme de communication politique contemporaine ? Regroupement de divers recherches Canadiennes

Depuis les années 1980, de nombreux critiques se sont appuyés sur le concept d'« infodivertissement »—un style de communication qui présente des informations politiques en utilisant des caractéristiques et des formats divertissants—pour donner un sens aux tendances sensationnelles dans la couverture politique des journaux, des nouvelles télévisés, et des émissions de variétés. **Cependant, l'utilisation du concept est restée relativement statique depuis, et n'a pas souvent été appliquée aux nombreux contextes des « nouveaux médias » qui façonnent notre écosystème médiatique au XXI^e siècle.**

Aujourd'hui, les communications politiques sont profondément structurées par les réseaux sociaux et des pratiques alternatives de consommation, de partage et de modification de l'information politique, comme le même ou le balado. Avec l'essor de l'intelligence artificielle générative, ces changements sont eux-mêmes perturbés par un flot de contenu synthétique, ce qui a déjà fait des vagues en raison de son impact sur la réputation de certains politiciens.

Ces nombreux changements sont dus, en partie, à l'influence profonde de l'économie de l'attention et à la difficulté croissante avec laquelle les partis politiques doivent se battre pour attirer les regards des citoyens. Il n'est donc pas surprenant que les commentateurs s'inquiètent d'un discours politique sensationnel et de faible qualité résultant de cette course pour attirer et engager constamment les publics.

Pourtant, cette inquiétude n'est pas nouvelle. Ce qui diffère aujourd'hui, c'est que les élites politiques passent d'apparitions dans des émissions divertissantes à un engagement plus direct en ligne et dans les cultures mémétiques—nécessitant ainsi des styles de communication adaptés. Il est donc peut-être temps de poser à nouveau la question de l'« infodivertissement ».

Dans nos environnements médiatiques contemporains, où contenu personnel et politique s'entremêlent, où pouvons-nous tracer la ligne de démarcation entre l'information politique « sérieuse » et le divertissement « sensationnel » ? Est-il judicieux de parler des mêmes comme d'un « infodivertissement » ? Qu'en est-il des vidéos des politiciens générées par l'IA ? L'infodivertissement est-il devenu le principal moyen par lequel les citoyens consomment du contenu politique ? Quels défis et quelles solutions cela peut-il poser à notre système démocratique et à son idéal habermassien d'une sphère publique « rationnelle » ?

Ce panel propose un engagement renouvelé avec le concept et les définitions de l'infodivertissement, adapté au XXI^e siècle, dans le but de mieux comprendre ces nouvelles réalités et nous permettre de débattre de leurs impacts sur la démocratie canadienne à partir d'un cadre conceptuel commun.

L'intérêt pour l'étude des effets des « nouveaux médias » tels que les réseaux sociaux, les plateformes et l'intelligence artificielle sur la prise de décision politique ne manque pas. De l'étude des plateformes à l'ethnographie numérique, et de l'analyse quantitative des réseaux à l'analyse traditionnelle du discours par des méthodes mixtes, les chercheurs se sont efforcés de suivre le rythme de l'évolution de la sphère médiatique canadienne et de tester et valider de nouvelles méthodes pour l'étudier. **Cependant, il est également important de disposer d'un cadre théorique et conceptuel clair permettant de faire dialoguer ces diverses approches et de s'interroger sur l'impact des nouveaux styles de communication sur la politique canadienne. C'est là que réside la valeur et la pertinence de l'infodivertissement.**

Le concept d'infodivertissement offre un terrain d'entente à partir duquel il est possible d'étudier et d'évaluer les diverses communications politiques. Il nous incite à prêter attention à la nature et à la qualité de ce qui est communiqué par rapport aux normes théoriques et aux idéaux de la participation à la sphère publique. Si l'on imagine que la démocratie canadienne fonctionne selon certaines normes fondamentales de communication et de participation du public, comment, dans la pratique, les nouveaux styles et médias s'intègrent-ils à ces normes, les remettent-ils en question ou les modifient-ils ? Si l'information politique est aujourd'hui largement stylisée en divertissement politique, comment pourrions-nous définir et évaluer une telle « norme » ? Devrions-nous célébrer les changements de la culture politique à l'ère numérique ? Devrions-nous renforcer la critique des contenus sensationnels et synthétiques comme étant inutiles à la délibération démocratique ? Il s'agit là de questions pressantes pour l'avenir de la démocratie canadienne et de la politique des médias.

En reliant diverses approches scientifiques dans un cadre renouvelé et contemporain pour aborder l'infodivertissement, ce panel offre une contribution originale non seulement au domaine des études sur l'infodivertissement, mais plus largement aux chercheurs en communication politique et science politique. **L'originalité de ce panel est donc dans la mise en discussion de deux approches disciplinaires—communication et science politique—pour reconceptualiser l'infodivertissement dans une optique Web 2.0 et du XXI^e siècle.**

Soumission

Les contributions de chercheurs de diverses disciplines, y compris les chercheurs en début de carrière et les étudiants de cycle supérieur, ainsi que les interventions de la société civile et des professionnels des médias sont les bienvenues. Votre contribution ne doit pas dépasser 300 mots et doit aborder les questions et les thèmes décrits ci-dessus. Veuillez inclure un titre provisoire. Toutes les propositions et présentations doivent être rédigées en français.

Pour soumettre une proposition, [veuillez remplir ce formulaire Google](#) ou l'envoyer par courriel à robert.marinov@mail.concordia.ca

Nous encourageons les soumissions portant sur les thèmes suivants (non exhaustifs) :

- Médias d'information et journalisme
- Communications partisans et campagnes électorales
- Médias sociaux et mèmes
- Diffusion en continu et influenceurs et influenceuses
- Satire, comédie politique, et programmes de divertissement
- Jeux (politiques)
- Intelligence artificielle et cultures algorithmiques
- Théories de la communication politique et de la sphère publique
- Désinformation et mésinformation
- Économie de l'attention
- Confiance dans les médias et confiance politique