

Contrat Fléché ED-Erasmus

Titre du sujet :

La communication des organisations, entre datafication et transition écologique : antagonisme et complémentarité

- ❖ Laboratoire : LabSIC (UR1803)
- ❖ Discipline : Sciences de l'Information et de la communication
- ❖ Direction de thèse : Yanita ANDONOVA (directrice de thèse) et Nicolas PEIROT (co-encadrant)
- ❖ Contact : yanita.andonova@gmail.com, nicolas.peirot@univ-paris13.fr
- ❖ Domaine de recherche : communication des organisations, communication numérique
- ❖ Mots clés : datafication ; transition écologique ; communication responsable ; pratiques professionnelles ; enjeux du numérique

Yanita ANDONOVA, PU, UFR Sciences de l'information et de la communication

Nicolas PEIROT, MCF, IUT de Saint-Denis

Contrat doctoral fléché 2025

Laboratoire LabSIC (UR 1803)

Discipline : Sciences de l'Information et de la Communication

La communication des organisations, entre datafication et transition écologique : antagonisme et complémentarité

1. MOTS-CLÉS

datafication ; transition écologique ; communication responsable ; pratiques professionnelles ; enjeux du numérique

2. DOMAINE DE RECHERCHE ET SUJET PRESSENTI DE LA THÈSE

Ce contrat doctoral permet d'articuler deux aspects au cœur de la communication des organisations : l'écologie et le numérique, dans la continuité des travaux des chercheurs du LabSIC portant sur ces questions. Il vise à interroger ce que fait la transition écologique à la communication numérique des organisations (grandes entreprises, PME/PMI, start-up, ONG, organisations supranationales, institutions publiques, collectivités territoriales, entreprises du secteur culturel, organisations de santé). Le contexte du réchauffement climatique contribue à un renouvellement des injonctions à la durabilité, possiblement déstabilisateur pour les métiers et pratiques professionnelles. À ce titre, la communication numérique semble particulièrement concernée.

La numérisation des sociétés et des organisations transforme les métiers de la communication en profondeur (Baillargeon, Lépine, Brulois, 2023). L'une des dimensions du phénomène consiste en l'émergence de métiers (community managers, social media managers, influenceurs, chargé de référencement), de compétences et de pratiques professionnelles (gestion des réseaux sociaux, production de contenus en ligne, e-réputation, par exemple) en perpétuel renouvellement. Ces transformations sont étudiées par la communication des organisations, notamment au sein de réseaux dédiés (Org&Co, RESIPROC). Elles reposent sur des dynamiques de professionnalisation récentes, en cours et fragiles, entre spécialisation, dépendance vis-à-vis des plateformes, renforcement de l'évaluation par les mesures numériques et défis posés par les technologies dites d'intelligence artificielle.

Dans ce contexte, les impacts du changement climatique se posent de manière urgente (cf. travaux du GER "Communication, Environnement, Science et Société" de la SFSIC). Il s'agit d'étudier ce que l'écologie et le numérique font *conjointement* au travail, aux transformations des métiers, aux pratiques de communication, à la collaboration des équipes, etc. dans les

secteurs marchand et non-marchand ou encore dans les industries culturelles et créatives. Si les enjeux communicationnels du développement durable ne constituent pas en soi une thématique nouvelle dans le champ (Pascual Espuny, 2010 ; Tremblay, d'Almeida, Libaert, 2018), ils nécessitent un questionnement renouvelé à l'aune du processus de datafication. La mise en données de la vie en société suscite une vigilance accrue de la part des pouvoirs publics, des data activistes, des associations de consommateurs et de citoyens. La datafication pose ouvertement la question de l'impact environnemental des données : la collecte, le stockage et la gestion des données massives ayant un coût environnemental très élevé.

La communication organisationnelle en contexte numérique fait l'objet d'une profusion de productions scientifiques en Sciences de l'information et de la communication (Bouillon, 2015 ; Cousserand-Blin, Pinède, 2018 ; Carayol, Laborde, 2019 ; Alloing, Pierre, 2021). Les logiques algorithmiques se sont répandues à l'ensemble des secteurs de l'économie : éducation, formation, santé, artisanat, culture. Dans chacun de ces secteurs les plateformes renvoient à des formes organisationnelles numériques régies par des logiques algorithmiques (Andonova, Peirot, El Bourkadi, 2024) qui sous-tendent un processus de collecte et d'analyse de données toujours plus ambitieux. Ces dernières années, la communication des organisations s'est également largement saisie des questions socio-environnementales : étude du développement durable (Libaert, 2010), des politiques RSE (Loneux, 2013), du *greenwashing* (Pascual-Espuny, 2016). Ces travaux ont peu à peu été mis en lien avec la communication numérique : collectif pour la transition et web 2.0 (Masselot, Galibert, 2015) ou discours d'*empowerment* des plateformes collaboratives (Peirot, 2020).

Le réchauffement climatique contribue à un renouvellement des questions. Les organisations se déploient dans un espace public tourmenté mêlant engagement citoyen (Mouvement pour le climat, interpellations de scientifiques dans la presse et les médias) et montée du climato-scepticisme. Dans ce contexte, les questions de développement du « numérique responsable » ou « durable », « d'évaluation de l'impact environnemental du numérique » ou encore de « sobriété numérique » émergent dans les organisations. Elles sont le plus souvent portées par des collectifs dédiés (Institut du Numérique Responsable, Fresque du numérique, Shift Project) mais proviennent également de manuels à destination des professionnels du numérique (Bordage, 2022), de guide de bonnes pratiques (ADEME, 2020), de rapports inter-ministériels (MiNumEco, 2023) ou d'autorités administratives nationales (Arcep, 2024). Les SIC et la communication des organisations se sont ainsi saisies des ambivalences de la norme de « sobriété numérique » (Hoang, Mellot et Prodhomme, 2020 ; Dupré et Soubiale, 2023).

Pourtant, cette injonction est appelée à se diffuser à l'ensemble des secteurs comme par exemple aux organisations et institutions culturelles. Dans ce domaine, les SIC étudient de longue date les transformations numériques à l'œuvre dans les pratiques culturelles et l'impact de la plateformes dans les industries culturelles (Bouquillion, 2016 ; Thuillas, Wiart, 2023). Peu de travaux se sont cependant intéressés aux pratiques des professionnels de la communication, notamment dans des structures relevant du secteur culturel et créatif. Ces professionnels sont eux aussi confrontés aux problématiques organisationnelles que pose l'inscription de la transition numérique dans la transition écologique. Dès lors, comment la double injonction à la datafication et à la sobriété impacte-t-elle les communications organisationnelles en termes de stratégies, de discours et de pratiques professionnelles ? Comment les professionnels de la communication tous secteurs confondus se positionnent-ils face à la multiplication des lois, règlements nationaux et internationaux, des normes, des manuels ? Comment les traduisent-ils au sein de leurs organisations ?

Sur le plan méthodologique, la thèse permettra la mise en place d'une enquête approfondie auprès de différents types d'organisations et d'entreprises, dans le but de faire émerger des pistes en termes d'actions et de recommandations (créer par exemple un Observatoire des pratiques numériques responsables en communication des organisations en partenariat avec

les acteurs locaux du territoire). Il s'agira ainsi d'analyser les antagonismes, les stratégies mises en place et les pratiques concrètes des professionnels de la communication, à travers deux étapes :

- D'une part, un état de l'art des travaux menés en France et à l'étranger dans le champ de la communication des organisations portant sur les enjeux écologiques de la datafication. Quelles sont les actions de régulation mises en œuvre en lien avec les lois européennes (RGP, IA Act, etc.) ainsi que les difficultés rencontrées face à la multiplication des labels écologiques ? Quelles sont les conséquences de leur déploiement en termes d'*empowerment* des individus et des citoyens ? Une approche interdisciplinaire et internationale est souhaitée.
- D'autre part, un travail d'enquête qualitative (par entretiens) et/ou quantitative (sur les réseaux sociaux) de grande ampleur auprès des professionnels de la communication : directeurs/trices de la communication, responsables communication interne, chargé.e.s de communication, webmaster, etc. tous secteurs confondus. Quelles sont les pratiques numériques avec les données massives dans le cadre de leurs organisations à l'aune de la transition écologique ? Comment les processus de datafication sont-ils pris en compte dans les politiques RSE ? Que font les normes environnementales appliquées aux dispositifs et aux pratiques communicationnelles numériques (labels, guides, chartes)?

Bibliographie :

ADEME (2020), *Le guide de la communication responsable*, collection Clés pour agir, 198p.

ALLOING C., PIERRE J. (2021), « Le travail émotionnel numérique : faire de ses clics un moyen d'éviter les claques », *Questions de communication*, 40 | 2021, 233-256.

ANDONOVA Y., PEIROT N., EL BOURKADI S. (2024), coordination numéro thématique « Plateformes, organisations et injonctions au travail », *Communication & Management*, Vol. 21(1), 5-22. <https://doi.org/10.3917/comma.204.0005>.

Arcep (2024), Enquête annuelle "Pour un numérique soutenable". URL : <https://www.arcep.fr/cartes-et-donnees/nos-publications-chiffrees/impact-environnemental/derniers-chiffres.html>

BAILLARGEON, D., BRULOIS, V., LÉPINE, V., (2023), La professionnalisation en communication et en information : trajectoires constitutives, enjeux actuels et défis à venir, *Communication & Professionnalisation*, n°14. DOI : <https://doi.org/10.14428/rcompro.v14i14>

BORDAGE F. (2022), *Ecoconception web : les 115 bonnes pratiques* (4^e édition), Eyrolles.

BOUILLON J.-L. (2015), « Technologies numériques d'information et de communication et rationalisations organisationnelles : les "compétences numériques" face à la modélisation », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16/1, 89-103, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015/varia/06-technologies-numeriques-dinformation-de-communication-rationalisations-organisationnelles-competences-numeriques-face-a-mod-elisation>

BOUQUILLION Ph. (2016), introduction au supplément "Numérique et industries culturelles, une approche communicationnelle", *Les Enjeux de l'information et de la communication*, Supplément 2016A, n°17/3A, 5-19, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2016/supplement-a/00-introduction-supplement-numerique-industries-culturelles-approche-communicationnelle/>

CARAYOL V., LABORDE A. (2019), « Les organisations malades du numérique », coordination dossier thématique, *Communication & Organisation*, n°56, URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/8207>

- COUSSERAND-BLIN I., PINÈDE N. (coord.) (2018), « Digitalisation et recrutement. Perspectives informationnelles et communicationnelles », *Communication & Organisation*, n°53. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-organisation-2018-1-page-9.htm>
- DUPRÉ D., SOUBIALE N. (2023), « Paradoxes info-communicationnels et usages de l'expression sobriété numérique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, N° 23/6(3), 71-85. <https://doi.org/10.3917/enic.035.0071>.
- HOANG A. N., MELLOTT S., PRODHOMME M. (2022), *Le numérique à l'épreuve de l'écologie, Interfaces numériques*, 11(1). <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.4805>.
- LIBAERT T. (2010), *Communication et environnement. Le pacte impossible ?* Paris, PUF.
- LONEUX C. (2013), « Analyse critique de la "Responsabilité Sociale des Entreprises" (RSE) : changement / permanence, la normalisation comme processus », dans T. Heller, R. Huët, & B. Vidaillet (éds.), *Communication et organisation*, Presses universitaires du Septentrion. <https://doi.org/10.4000/books.septentrion.7427>.
- MASSELOT C., GALIBERT O. (2015), « Discrimination numérique et résilience socio-écologique », dans *Territoires urbains en transition. Un quartier populaire en résilience socio-écologique*, Dijon, Éditions universitaires de Dijon, 123-140.
- MiNumEco (Mission Interministérielle Numérique Écoresponsable) (2023), *Guide de bonnes pratiques responsables pour les organisations*. URL : <https://ecoresponsable.numerique.gouv.fr/docs/2023/guide-de-bonnes-pratiques-numerique-responsable-version-1.pdf>
- PASCUAL-ESPUNY C. (2016), « Le greenwashing, contre-indice de maturité de la communication environnementale », dans T. Libaert (dir.), *La communication environnementale*, Paris, CNRS Éditions, 199-213.
- PASCUAL-ESPUNY C. (2010), « Économie créative : nouvelle traduction du développement durable ? », *Communication et organisation*, n°37, 11-20.
- PEIROT N. (2020), *Penser l'empowerment comme un dispositif communicationnel. Le cas des services à vocation communautaire en ligne des plateformes de consommation collaborative à l'heure du développement durable*, thèse de doctorat en SIC, Université de Bourgogne Franche-Comté.
- THUILLAS O., WIART L. (2023), *Les plateformes à la conquête des industries culturelles*, Grenoble, PUG.
- TREMBLAY S., d'ALMEIDA N., LIBAERT T. (2018), *Développement durable - Une communication qui se démarque*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

3. DISCIPLINE CONCERNÉE

La thèse s'inscrit en sciences de l'information et de la communication (71e section du CNU) et dans les orientations scientifiques développées par le LabSIC.

4. LA PLACE ET L'IMPORTANCE DE LA RECHERCHE DANS LA POLITIQUE SCIENTIFIQUE DU LABSIC

Le contrat doctoral fléché sera principalement mené au sein de la thématique « Communication et organisation » du LabSIC, lancée en septembre 2021, qu'il vise à renforcer. Néanmoins, les questionnements liés aux enjeux écologiques et aux enjeux du numérique sont transversaux aux quatre thématiques du laboratoire. La problématique traitée dans cette thèse permettra un croisement fertile entre industries culturelles, industries du numérique et communication des organisations.

5. DIRECTION DE LA THÈSE

Direction de la thèse: Yanita ANDONNOVA est professeure des universités en sciences de l'information et de la communication à l'Université Sorbonne Paris Nord, chercheure au LabSIC et responsable de sa thématique 4 « Communication et organisation ». Ses recherches portent sur l'analyse de la communication organisationnelle (enjeux géopolitiques, discours et pratiques professionnelles) ; l'approche critique des injonctions au travail, notamment dans un contexte de plateformes des activités ; la visibilité et la reconnaissance de l'individu au travail ; l'usage de dispositifs numériques (IA, algorithmes, objets connectés en santé).

Co-encadrant de la thèse: Nicolas PEIROT est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Sorbonne Paris Nord. Il est chercheur au LabSIC où il est co-responsable de la thématique « Communication et organisation ». Ses recherches portent sur le pouvoir d'agir numérique, ses processus communicationnels et sa rationalisation par le marketing. Ce travail est construit autour de terrains divers (plateformes de l'économie collaborative ; jeux-vidéos publicitaires ; organisations et collectifs pour la transition socio-écologique).

6. LES COMPÉTENCES ET LES QUALITÉS ATTENDUES DU/DE LA CANDIDAT/E

Le ou la candidat.e devra être titulaire d'un master en Sciences de l'information et de la communication ou d'une autre discipline en SHS (sociologie, psychologie, ethnographie, sciences de gestion, sciences politiques) et doit témoigner de qualités relatives à la recherche en sciences sociales (mémoire de recherche, étude de terrain, enquête, problématisation d'un sujet, techniques de recueil des données). Il ou elle devra démontrer son appétence à traiter des sujets liés à la communication numérique des organisations dans une approche critique.

Le dossier de candidature, envoyé en version électronique, devra contenir (en un seul fichier format pdf) les éléments suivants :

- **Une lettre de motivation comportant le projet professionnel**
- **Un CV (de deux pages maximum)**
- **Un projet de thèse (10.000 signes maximum)**
- **Le diplôme ou l'attestation de réussite du M1 et du M2**

Si le Master 2 est en cours, il conviendra de fournir le relevé de notes du S1.

Date d'envoi du dossier complet à préciser ultérieurement.