

Sémiotique du design d'information (2. entre datajournalisme et pratique infographique)

21 juin 2018

Cap sciences

Centre de culture scientifique, Hangar 20,
Quai de Bacalan, Bordeaux, accès tram B, arrêt Cité du vin



Sémiotique du design d'information.

(2) Entre data journalisme et pratique infographique

Second volet du programme *Sémiotique du design d'information* financé par la région Nouvelle Aquitaine, la journée d'étude *Entre data journalisme et pratique infographique* propose un effort définitionnel et terminologique. Il s'agit de distinguer la pratique du *data journalisme* fondée sur l'analyse d'algorithmes, de données produites par des calculs statistiques, et celle des *infographies* par laquelle le journaliste donne une forme graphique aux données qu'il a discrétisées, deux pratiques fréquemment recouvertes sinon confondues sous les vocables de *visualisation* et de *design d'information*.

La numérisation interroge les pratiques journalistiques de façon toute particulière parce qu'elle les renvoie à la question, centrale pour elles, de l'objectivité. Prétendant à l'objectivité instrumentale des sciences naturelles (Daston & Galison 2007), le data journalisme impose d'emblée une confiance qui peut, au contraire, être déniée à la pratique journalistique « débrayée » toujours plus ou moins soumise au procès de la subjectivité. Pourtant les données sont, tout comme le texte « artisanal » du journaliste, des constructions. Mettre en parallèle le data journalisme et la pratique journalistique des infographies permet d'opposer des approches quantitative et qualitative et surtout, donne accès à la dimension épistémique, au croire (Greimas 1983), en invitant à observer l'enracinement des faits dans le « réel », la relation au référent (Eco 1968 et 1988). Le parallèle nous incite ainsi à reprendre la définition du signe, à nous concentrer sur son mode de production et à préciser ses rapports à la signification.

Les deux pratiques journalistiques correspondent à un traitement *a priori* ou *a posteriori* de l'information (Cardon 2010), à un façonnage quantitatif ou qualitatif, et saisissent d'autres faits dans lesquels le graphisme entretient des fonctions différentes dans la production du sens. Entrer dans ces pratiques doit nous permettre de mieux saisir ce que « dit » le graphisme et nous introduire dans l'intimité de la rhétorique journalistique.

Quelle est la participation des figures et symboles à l'argumentation journalistique ? En quoi rénovent-ils les modèles argumentatifs du journalisme et le rapport au texte ? A quoi sert, par exemple, la carte, figure prédominante de l'infographie journalistique ? Elle vient le plus souvent contextualiser une information et lui offrir l'évidence du visuel quand elle n'obéit pas, plus simplement, à une logique décorative.

En opposant deux pratiques utilisant le graphisme, le journalisme fondé sur les statistiques et le journalisme « artisanal » et « manuel », la journée d'étude entend entrer dans la rhétorique journalistique par la porte du croire et de la croyance.

Programme

9h : Accueil

9h 30 : Introduction

9h 45-10h 30 : Dario Compagno, Université de Lorraine/CREM, *Comment mentir avec les données. Un travelling des biais cognitifs, paradoxes statistiques, sophismes, stratégies sémiotiques et procédures de traitement derrière la production et interprétation des diagrammes.*

10h 30-11h 15 : Nicole Pignier, Université de Limoges/CeReS, *L'éthique énonciative au cœur du design d'information et du datajournalisme*

11h 15-12h : Everardo Reyes, Université Paris 8 / Paragraphe, *Structures profondes des images-interfaces*

12h-12h45 : Florian Harmand, Université Bordeaux Montaigne/MICA : *De l'information à la data : le design de l'influence*

Pause déjeuner

14h 15- 15h : Peter Stockinger, INALCO/PLIDAM, *Du modèle conceptuel des données à sa mise en scène multimodale. Regards sémiotiques sur le design de l'information*

15h-15h45 : Stéphanie Cardoso et Ludovic Chatenet, Université Bordeaux Montaigne/MICA : *Design informationnel ou design communicationnel. De l'art de faire parler les images.*

15h 45-16h : pause

16h-16h45 : Andrea Alexander, Université Bordeaux Montaigne/MICA : *L'infographie dans le supplément de presse : un exemple de rhétorique visuelle.*

16h45-17h30 : Marie-Christine Lipani, Université Bordeaux Montaigne-Institut de journalisme Bordeaux-Aquitaine/MICA : *Le design d'information et ses acteurs : Des pratiques journalistiques entre continuité, renouvellement, et anticipations ?*

17h 30 : conclusions

Organisation :

Anne Beyaert-Geslin, université Bordeaux Montaigne, avec Roshanak Adibi, Andrea Alexander, Ludovic Chatenet, Céline Cholet, Emna Kamoun, Françoise Okala, Nadège Dessia Sea, Paul Bini Yao, Rihab Zaidi.

Contact :

anne.geslin-beyaert@u-bordeaux-montaigne.fr