

## ST 55 / La communication des organisations intergouvernementales

Camille Rondot – GRIPIC CELSA Paris-Sorbonne – [camille.rondot@gmail.com](mailto:camille.rondot@gmail.com)

La représentation de l'UNESCO sur son site Internet : un processus entre communication et information « dénué de conflictualité » ?

L'UNESCO, institution spécialisée des Nations Unies, est une organisation aux fonctions hautement symboliques. Souvent mal identifiée, elle est régulièrement réduite à son implication dans la sauvegarde et la défense du « patrimoine mondial ». Cette focalisation sur ce programme phare, en opérant comme un masque sur la multiplicité des secteurs couverts par l'institution, met l'UNESCO au cœur d'une tension entre notoriété et reconnaissance. Dès lors, l'enjeu communicationnel d'une telle organisation relève davantage d'une explicitation de la pluralité de ses champs d'action plutôt que de la mise en avant de sa nature d'institution culturelle internationale – qui ne semble pas remise en question.

Nous nous demandons, dans ce cadre, la façon dont son site internet, décrit par l'organisation elle-même comme le média le plus adapté à sa communication, tout en répondant à des enjeux de présentation devient aussi une forme d'*avatar* de cette dernière. En effet, au-delà d'être un lieu de communication institutionnelle, le site internet est aussi un portail de connaissances, mais encore un lieu permettant de saisir l'organisation. Dès lors, il ne peut être considéré seulement à travers l'explicitation d'une politique et d'une stratégie de communication. Son analyse amène à concevoir l'outil de communication site internet à travers les enjeux mêmes de l'organisation : à titre d'exemples on peut se demander, comment représenter ses activités, ou encore comment signifier son indispensabilité sur la scène internationale. Ces questions très pragmatiques permettent de penser la façon dont l'apparente neutralité de la représentation, produite par et dans le site internet de l'UNESCO, est loin d'être anodine et s'insère dans un contexte d'existence des organisations intergouvernementales bien particulier : concurrentiel et peu favorable<sup>1</sup>.

Aussi, le but poursuivi dans cette communication est de dénaturiser l'apparente évidence de la communication de l'UNESCO sur son site internet. Une évidence reposant en réalité sur un ensemble de processus représentationnels dominés par un brouillage entre information et communication, et amenant *a priori* à la création d'une représentation dénuée de conflictualité.

Pour ce faire, nous développons une approche communicationnelle du site internet, ancrée dans les Sciences de l'information et de la communication, et une méthodologie d'analyse techno-sémiotique et discursive. Il s'agit ainsi d'un côté d'interroger les spécificités de la représentation au regard du média internet et de l'autre côté de comprendre la conception de la communication développée par l'organisation. La réunion de ces deux méthodologies nous permet ici

---

<sup>1</sup> DEVIN (Guillaume) et SMOUTS (Marie-Claude), *Les organisations internationales*, Paris, Armand Colin, 2011.

d'interroger l'« image du texte »<sup>2</sup> et le texte<sup>3</sup> au regard d'une double spécificité : celle du média internet et celle de l'UNESCO. Mais encore, le site internet est ici considéré à la fois comme un indice et comme un symbole de la communication de l'organisation : d'un côté il permet d'en saisir la trace<sup>4</sup> et de l'autre côté les connotations.

Dans cette perspective, nous nous appuyons sur l'analyse de deux types d'éléments présents sur le site internet : des méta-documents, c'est-à-dire des documents et pages issus du site internet ayant vocation à expliciter ce qu'est la communication de l'organisation (par exemple les deux documents cadres de l'organisation que sont le C/4 Stratégie à moyen terme et le C/5 Programmes et budgets approuvés) et une sélection de pages et de documents représentatifs des différents types de contenus présents sur le site<sup>5</sup>.

### ***1. L'évidence apparente de la représentation : l'UNESCO sur son site internet***

Le site internet de l'UNESCO est géré au niveau de son Secrétariat par un secteur de soutien : ERI (Relations extérieures et de l'information du public)<sup>6</sup> et plus particulièrement par la division de l'information du public (DPI). Cette dernière comprend quatre entités : les services médias, les services audiovisuels, le service des publications, de la gestion de la marque et de l'exploitation de produits dérivés, et enfin le service en ligne.

Il est aussi articulé autour de trois plateformes web à la fois en extra et en intranet : unesco.org décrite comme s'adressant au grand public, unesco.int décrite comme étant dédiée aux « Etats membres et les parties prenantes de l'UNESCO », enfin unescocommunity, c'est-à-dire l'intranet. Les services web s'adresseraient ainsi à la fois aux individus, aux professionnels externes et internes.

Dans cette perspective, nous nous interrogeons ici sur la place occupée par le site internet dans la stratégie de communication de l'UNESCO à partir de deux entrées différentes. Tout d'abord il s'agit de questionner le recours au média internet que nous envisageons à la fois comme

---

<sup>2</sup> SOUCHIER (Emmanuel), « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, n°6, 1998, pp.137-145.

« Le "texte second", c'est l'image du texte en ce qu'il est déchiré entre le regard et la parole, en ce qu'il se fait le lieu d'effectuation du dialogue ou des rapports de pouvoir entre l'image et le texte. "Texte premier" et "texte second" : deux langages distincts et complémentaires qui n'ont d'existence possible qu'à travers l'existence de l'autre. Il y a donc toujours deux textes, même s'il n'y a pas nécessairement deux personnes, au sens empirique du terme, à l'origine de cette énonciation. Ces deux « textes » forment conjointement ce qu'il devrait être convenu d'appeler la « littérature » et plus généralement la "communication écrite" » (*Ibid.*, p.145).

<sup>3</sup> Nous considérons ici le texte comme une unité scripturaire.

<sup>4</sup> La trace est ici considérée à travers sa dimension construite : elle est toujours la résultante d'un ensemble de processus et de médiations. Dans cette perspective, il s'agit ici davantage d'une « indicialité médiatisée » telle qu'elle est envisagée par Jean Davallon : « C'est pourquoi, si l'on sort des cas privilégiés choisis par Peirce dans lesquels l'indice se donne immédiatement parce que la causalité et l'identification coexistent (comme pour la girouette), il faut revenir aux notions précédentes de texte, de médiation et d'énonciation pour constituer l'indice en objet médiatique (Jeanneret 2006). Défaire ainsi, à propos des traces et des cartographies « une évidence des objets [...] qui sont prédécoupés et déjà accompagnés de connaissance » (Davallon 2004, p.32), des objets qu'on nomme le « territoire » du web, son « atlas », ses « communautés », pour en faire des objets de recherche était donc l'enjeu de cette nouvelle investigation collective. »

DAVALLON (Jean), *L'économie des écritures sur le web : Volume 1, traces d'usages dans un corpus de sites de tourisme*, Paris, Hermès Lavoisier, 2012, p.25.

<sup>5</sup> De façon plus générale cette communication s'appuie sur un travail de recherche doctorale en cours.

<sup>6</sup> Ce dernier est divisé en 4 entités : une unité du protocole, une unité des ambassadeurs honoraires et de bonne volonté, une division des Etats membres et des partenariats et une) et le DPI dont il est question ici.

relevant d'une institutionnalisation d'un média et d'une opportunité communicationnelle. Ensuite il s'agit de mettre à distance l'apparente évidence de la représentation.

### ***1.1.L'institutionnalisation du média : la naturalisation du recours à l'internet***

Si le recours au média internet semble évident aujourd'hui, il relève en réalité d'un processus progressif d'institutionnalisation du média. On en trouve les traces dans les documents *C/5 Programmes et Budgets*<sup>7</sup> produits tous les deux ans par l'UNESCO. L'analyse des sections consacrées à l'information du public nous a ainsi permis d'identifier cinq phases.

La première phase 1994-2001 correspond à une phase de développement du média internet : créé en 1995 le site internet de l'UNESCO est alors constitué de plusieurs sites développés en php. Il existe alors autant de sites que de secteurs de programmes : Education, Culture, Sciences exactes et naturelles, Sciences sociales et humaines et Communication et Information. Il s'agit d'une phase d'exploration du média et de ses potentialités : sa dimension multimédia est particulièrement valorisée, l'interactivité encouragée, le multilinguisme mis en avant.

La deuxième phase 2002-2003 est dominée par une recherche d'unité et de cohérence. Il est alors question de donner une « cohérence éditoriale » en développant une ligne graphique et éditoriale propre mais aussi en structurant le/les site(s) avec une nouvelle arborescence. L'idée est avant tout de fluidifier l'utilisation de l'internet en interne, c'est-à-dire « tout en préservant un haut degré d'autonomie pour les secteurs »<sup>8</sup>.

La troisième phase 2004-2007 repose sur une volonté d'ancrer l'internet dans les pratiques de l'organisation. Plus encore, il s'agit désormais de développer une plate-forme plus accessible en externe c'est-à-dire pour ce que l'UNESCO appelle le « grand public ». Le site internet est alors réorganisé de façon thématique – et non plus seulement en fonction des secteurs de programmes – et s'adresse à la fois à un public interne et externe, mais aussi à un public expert et profane. Désigné désormais comme un « portail », il a vocation à devenir une « référence classique pour les problèmes d'éducation, de culture, de communication, de sciences exactes et naturelles et sciences sociales grâce à l'amélioration de la navigabilité et à l'augmentation du nombre de documents disponibles en différentes langues. »<sup>9</sup>

La quatrième phase 2008-2011 est marquée par la désignation du média internet comme étant le média le plus adapté à sa communication. Il est considéré comme « le principal instrument d'information de l'Organisation »<sup>10</sup> en raison de ses potentialités techniques.

Enfin la cinquième phase 2012-2017 correspond à la naturalisation du recours à l'internet : il est question de continuer à développer le site internet, de l'améliorer et de le faire évoluer. Si le recours à l'internet ne se pose plus c'est désormais la capacité de l'organisation à suivre ses

---

<sup>7</sup> Nous avons ici étudié les documents C/5 n°27 à 38, c'est-à-dire de la période 1994-1995 à 2016-2017. Il est à noter que chacun des documents est produit un an avant l'année d'application. Concernant le 38 C/5 pour les années 2016/2017 la version disponible est actuellement un projet, elle est donc moins détaillée que les précédents documents analysés.

<sup>8</sup> 31 C/5, p.229.

<sup>9</sup> 32 C/5, p.305.

<sup>10</sup> 34 C/5 et 35 C/5, p.251.

évolutions qui semble être au cœur des préoccupations. Les « médias sociaux » sont omniprésents et seraient la clé pour toucher « les jeunes ».

Ce processus d'institutionnalisation, perceptible dans les documents de stratégie de l'organisation, s'accompagne notamment du développement de formations au web et aux « médias sociaux »<sup>11</sup>. Mais encore, il s'inscrit dans une professionnalisation de la communication. Au fil des années – et des documents analysés – les vocables de « stratégie de communication », de « communication interne », « communication institutionnelle », etc. sont de plus en plus précis et présents.

### ***1.2. Entre potentialités techniques, dimension sociale et imaginaires des médias : une opportunité communicationnelle***

L'institutionnalisation du média internet tout comme la professionnalisation de la communication permettent seulement en partie de comprendre le recours à l'internet. En effet, il est aussi la résultante d'un investissement fortement influencé par une congruence entre d'un côté des objectifs et des contraintes représentationnelles, organisationnelles et économiques, et de l'autre côté les potentialités affichées et affirmées de l'internet.

Dans les textes de stratégie analysés (C/5) le recours à l'internet semble avant tout justifié par les caractéristiques techniques du média. Il est décrit comme étant multimédia, multilingue, interactif mais aussi doté d'une capacité de stockage *a priori* illimité tout en étant évolutif et moderne. Dans cette perspective et en reprenant les termes de Philippe Marion, le média internet aurait une médiativité, c'est-à-dire un « potentiel expressif », marqué par des prédispositions sémiotiques et techniques, particulièrement adapté à la mise en récit de l'organisation :

Appréhender la singularité différentielle d'un média, c'est tenter d'en saisir la « médiativité ». Celle-ci rassemble tous les paramètres qui définissent le potentiel expressif et communicationnel développé par le média. La médiativité est donc cette capacité propre de représenter – et de placer cette représentation dans une dynamique communicationnelle – qu'un média possède quasi ontologiquement.<sup>12</sup>

Le site internet de l'UNESCO serait ainsi le lieu de la mise en récit de l'organisation : une mise en récit plurielle, du fait du grand nombre de programmes développés, multilingue et foncièrement multimédia. L'investissement de l'internet permettrait, par le recours à la forme du portail, de venir représenter la compétence même de médiation des savoirs de l'UNESCO.

Or cette conception du média, quasiment ontologique, relègue sa fonction sociale de façon un peu trop radicale. Dès lors, nous pouvons envisager le recours à l'internet à travers ses connotations et les valeurs engagées :

Penser la médialité, ce sera donc chercher à définir, dans un contexte donné la valeur et les significations typifiées d'un média, c'est-à-dire à la fois ce qui participe de son imaginaire

---

<sup>11</sup> Nous ne savons pas dans quelles mesures elles sont mises en application.

<sup>12</sup> MARION (Philippe), « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p.80.

et ce qui relève de ses mobilisations. La perspective ainsi abordée laisse apercevoir que toute pratique médiatique comporte une dimension métamédiatique.<sup>13</sup>

Le concept de « médialité » développé par Etienne Candel permet ici d'appréhender la façon dont l'inscription dans un média permet de légitimer un projet : le site internet de l'UNESCO dessine la figure d'une organisation garante de la connaissance à travers la mise en circulation de savoirs.

Si l'accessibilité est l'un des enjeux majeurs avancé par l'organisation dans ses documents de stratégie elle est aussi foncièrement ancrée dans une « pensée du média » propre à l'internet :

Internet développe en effet, un idéal particulier qui s'incarne dans ce que l'on peut appeler une « pensée du média », marquée par des notions accompagnatrices (« convivialité », « interactivité », « accessibilité », « indépendance », etc.) au premier rang desquelles figure la « transparence » : transparence de l'outil et donc des pratiques de communication qu'il abrite. De sorte qu'à travers cette pensée du média Internet se présente comme l'espace congruent d'un idéal politique rendu « plausible ».<sup>14</sup>

Il est dès lors intéressant de voir, au fil des textes dédiés à la stratégie internet, une évolution dans la conception de cette accessibilité. Si la mise à disposition semble ancrée dans la culture du web il y a une volonté de toucher un public toujours plus large. Cette problématique se décline aujourd'hui à travers la systématisation des « médias sociaux » :

De nouveaux canaux de communication et de diffusion, allant des réseaux sociaux aux licences électroniques, seront de plus en plus utilisés afin de mettre à la portée de tous, et en particulier des jeunes, les vastes connaissances et ressources de l'UNESCO. (36 C/5, p. 314)
La plate-forme intégrée permettra à l'UNESCO d'atteindre un large éventail de publics et d'adapter sa communication à des parties prenantes spécifiques. En outre, elle sera liée aux médias sociaux d'une manière plus efficace.  Les médias sociaux constituent le canal de communication qui connaît la plus forte croissance, et cela non pas uniquement pour l'UNESCO, mais pour toutes les organisations. L'UNESCO doit rapidement développer sa compréhension et sa capacité dans ce domaine, en particulier si elle souhaite être pertinente auprès des jeunes. Les médias sociaux étant concis, personnels et émotionnels, leur utilisation d'une manière efficace nécessitera un changement dans la culture organisationnelle de l'UNESCO, afin que ce style de communication devienne communément admis en interne. De plus en plus de membres du personnel doivent être formés pour devenir autonomes dans leur utilisation des médias sociaux, afin d'atteindre les publics et les parties prenantes clés. (37 C/5, p.281)
Résultats escomptés suivants : Diffusion du savoir et de l'information facilitée par la plate-forme intégrée de gestion des contenus Web et par les médias sociaux, dans plusieurs langues, qui assurent la promotion des priorités et activités de l'UNESCO. (38 C/5, projet, p.46)

<sup>13</sup> CANDEL (Etienne), *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture : les conditions de possibilité de la critique participative sur Internet. Etude éditoriale de six sites amateurs*, Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université Paris IV, 2007, p.290.

<sup>14</sup> AÏM (Olivier), « La transparence rendue visible. Médiations informatiques de l'écriture », *Communication et langages*, n°147, 2006, p.32.

Nous soulignons ici la dimension utopique du discours sur les « médias sociaux » : ils permettraient de toucher les « jeunes » et de diffuser les idéaux de l'organisation. Ils sont ainsi dotés d'une compétence et d'une finalité qui semble ici incontestable. Nous retrouvons ici les imaginaires de l'internet déjà portés par le site en ses débuts : une interactivité promise, une accessibilité par la disponibilité, etc. Mais encore, le recours à l'expression « canal de communication » pour décrire les « médias sociaux » et le site internet (lui-même décrit comme un « instrument de communication ») témoigne d'une conception foncièrement instrumentale de la communication. En effet, si le terme de « canal » est ancré dans une conception mathématique et unilatérale de la communication portée par le schéma de Shannon et Weaver, le terme d'« instrument » vient nier la dimension médiationnelle du site internet. Ces termes témoignent d'une approche fonctionnaliste des médias.

En d'autres termes, il y a l'idée que le média sélectionné n'aurait aucune influence sur le contenu présenté. Le média internet, puis les réseaux sociaux, seraient ainsi simplement les médias les plus adaptés aux contraintes institutionnelles et socio-économiques de l'organisation : un public international et un budget limité. Plus encore, ils viendraient représenter la capacité de l'organisation à s'inscrire dans une modernité.

Aussi la perspective d'évolution actuelle est-elle aujourd'hui dominée par les « médias sociaux » et par une rationalisation du site : il n'est plus question d'étendre son territoire mais de proposer des contenus de qualité, si possible adapté aux contraintes des « médias sociaux » tout en diminuant les coûts.

## ***2. Une représentation « dénuée de conflictualité » : de l'unité de la représentation à la prise en compte de la tension dialectique entre information et communication***

La rationalisation du site internet se déploie sur plusieurs plans. Il s'agit en effet à la fois d'une recherche de cohérence et d'optimisation. De façon schématique il est question de réduire les coûts et de faciliter la navigation. Si nous mettons désormais de côté l'aspect économique il s'agit bien d'envisager l'efficacité de la représentation produite sur le site internet de l'UNESCO.

L'analyse des dernières versions du site internet permet de comprendre à partir de l'« image du texte » les modalités sémiotiques de cette rationalisation. Elle se traduit dans une recherche d'unité de la représentation (graphique) et d'unification des programmes (thématique) : il s'agit de mettre de côté l'organisation institutionnelle du site (par programmes) pour aller vers l'affirmation d'un portail de savoirs. De façon sous-jacente, c'est bien la dialectique entre information et communication qui est interrogée ici : elle domine la représentation et s'incarne de façon spécifique sur le site internet de l'UNESCO.

### ***2.1.L'unité de la représentation : entre modernisation et optimisation***

La comparaison entre les pages d'accueil des deux dernières versions du site internet nous permet d'envisager les spécificités de la représentation et de ses évolutions. Elle nous amène aussi à considérer la question de l'unité de la représentation à partir de deux entrées différentes :

l'espace de la page, c'est-à-dire de ce qui apparaît à l'écran lors de la consultation, et son *webdesign*, c'est-à-dire son graphisme et sa structuration.

Nous avons identifié deux évolutions majeures : l'ajout de fonctionnalités et la réorganisation des pages. La première évolution se traduit avant tout par l'intégration d'un volet « médias sociaux ». Il comprend des liens vers les comptes officiels de l'organisation : Twitter, Facebook, iTunes, Weibo et LinkedIn ; mais aussi vers son flux RSS. Il est à noter que les deux premiers renvoient vers des comptes en français : « @UNESCO\_fr » et « Unesco en français » et que le quatrième Weibo est utilisé en Chine. Ce volet est présent sur l'ensemble des pages du site internet et est parfois doublé par d'autres icônes dans l'espace même des textes avec la présence d'icônes supplémentaires correspondants à des « médias sociaux » (Google +, VK utilisé en Russie), à un partage par e-mail ou encore ouvrant sur d'autres « médias sociaux ».



Figure 1 : Extrait de la page "Dialogue interculturel" : <http://fr.unesco.org/themes/dialogue-interculturel>

L'ajout d'une API (*Application Programming Interface*) de carte<sup>15</sup> dans un encadré intitulé « Success story » correspond au développement d'une autre fonctionnalité. Elle est intéressante pour au moins deux raisons : tout d'abord elle participe d'une modernisation du site par l'exploitation de l'ensemble de ses potentialités techniques, ensuite en raison de l'API sélectionnée, « Leaflet ». Il s'agit en effet d'une API disponible en open-source contrairement au mashup très utilisé que représente *google maps*. Plus encore, elle est décrite par son concepteur comme :

Leaflet is a modern open-source JavaScript library for mobile-friendly interactive maps. It is developed by [Vladimir Agafonkin](#) with a team of dedicated [contributors](#). Weighing just about 33 KB of JS, it has all the [features](#) most developers ever need for online maps.<sup>16</sup>

Sa description l'inscrit dans un univers de pratique proche des « médias sociaux » et foncièrement ancré dans les imaginaires du web : la carte proposée est « mobile-friendly » et interactive.

Mais encore, nous trouvons au bas de la page un ensemble de galeries, photos et vidéos, ainsi qu'une galerie thématique défilante. Ce sont bien les dimensions multimédia et dynamique du site internet qui sont exploitées dans toutes leurs déclinaisons (seul le son est absent). Ainsi,

<sup>15</sup> Nous faisons ici référence aux fonds de carte utilisés sur les sites internet en général. La plupart du temps il s'agit d'un *mashup* Google maps.

<sup>16</sup> <http://leafletjs.com/> [23-05-2015], le lien est donné sur la carte présente sur le site internet de l'UNESCO.

l'ajout d'un ensemble de fonctionnalités permet à la fois de dynamiser l'espace de la page et de l'inscrire dans une modernité. L'omniprésence des « médias sociaux » devient ici une injonction au partage et répond à une conception fonctionnaliste des médias : ils témoignent d'un modèle d'optimisation de la communication bien particulier.

La deuxième évolution du site internet est marquée par une réorganisation thématique des contenus (Figures 2 et 3). Alors qu'il était auparavant organisé à partir d'onglets reprenant les grands programmes de l'organisation il est désormais articulé autour de thématiques. Ce n'est pas seulement une nouvelle conception de l'accès à l'information qui est mise en place dans cette « nouvelle version », c'est aussi une nouvelle conception des activités de l'UNESCO. Les thématiques choisies, si elles s'inscrivent dans la rhétorique internationale, ont pour vocation de faciliter la navigation tout en démontrant la transversalité des programmes de l'organisation.

Cependant, si ces deux arborescences semblent venir traduire deux postures communicationnelles différentes revendiquées par les acteurs de l'Organisation, une posture institutionnelle et une posture de médiatrice à travers la mise en place d'un portail de savoirs, l'analyse rapide des deux arborescences vient en réalité esquisser une troisième voie. En effet, les deux arborescences traduisent une posture institutionnelle et seule l'entrée dans les activités de l'organisation change : un découpage *a priori* administratif – mais qui en réalité fait aussi référence aux valeurs de l'organisation et à son *Acte constitutif* – et un découpage autour des grands objectifs de l'organisation – eux aussi faisant référence aux valeurs défendues par l'organisation ainsi qu'à ses programmes.

En somme, il s'agit bien de deux façons de présenter l'organisation dans une posture actante et de deux façons d'appréhender ses activités et non pas de deux façons d'entrer dans un ensemble de savoirs. La « nouvelle » version permet d'actualiser le site internet en le modernisant : un nouveau graphisme et des fonctionnalités de partage d'informations permises par les « médias sociaux ». Mais aussi, elle témoigne d'une prédominance de l'actualité : la structure globale des pages d'accueil et les contenus proposés sont majoritairement orientés vers la présentation d'actualités qui occupent désormais la majorité de l'espace de la page, tout en étant toujours articulées à la dimension normative de l'organisation (onglets ressources par exemple).

L'unité formée par l'espace de la page est ainsi foncièrement ancrée dans la dialectique entre information et communication. Or, il nous semble ici que la représentation vient neutraliser cette tension : le site internet opère comme un « neutre », au sens barthésien du terme, il vient déjouer le paradigme représentationnel en donnant à lire et à consulter une représentation *a priori* dénuée de conflictualité. La rencontre entre le média internet et l'organisation est ainsi l'occasion de produire une représentation unitaire.





Figure 2 : Ancienne version du site internet <http://www.unesco.org/new/fr/> [14/12/2012]

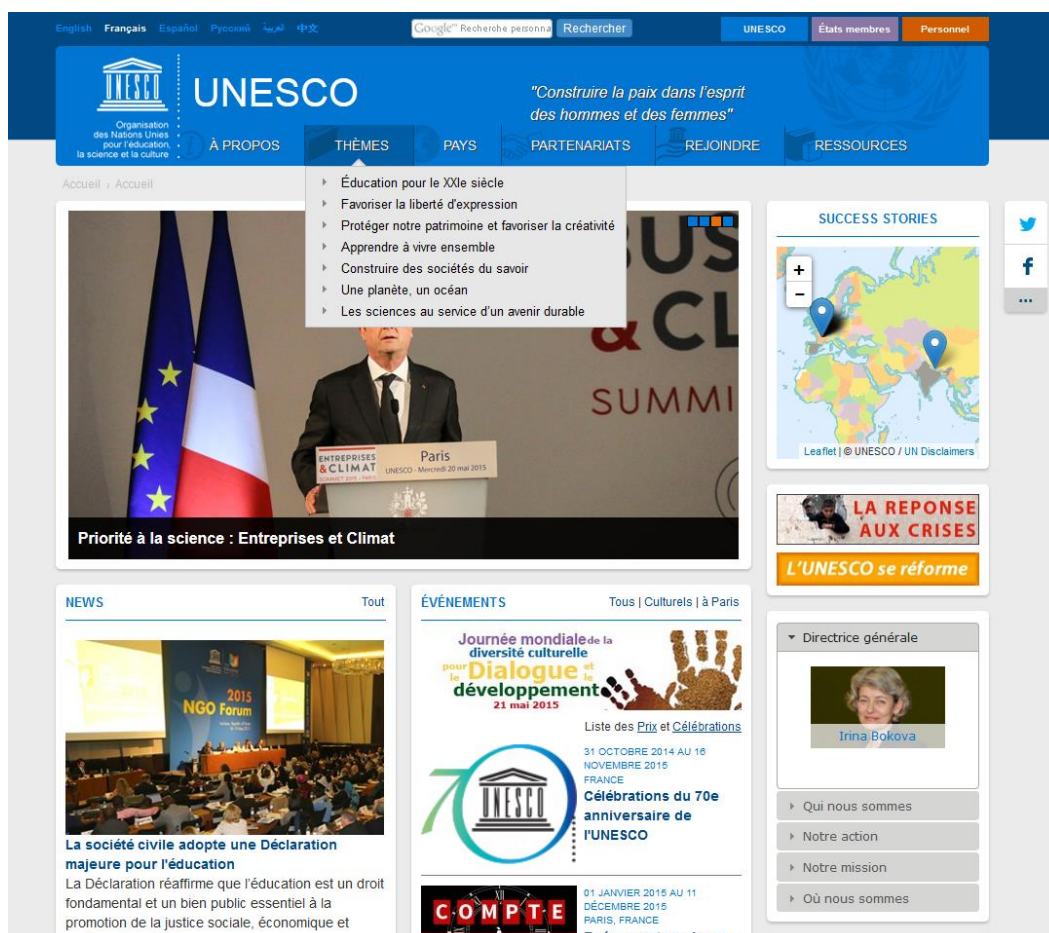


Figure 3 : Version actuelle du site internet <http://fr.unesco.org/> [23/05/2015]

## ***2.2. La dialectique information & communication : entre tyrannie du présent et médiation des savoirs***

L'unité de la représentation se joue ainsi aussi dans la neutralisation de la dialectique entre information et communication : c'est-à-dire entre les objectifs liés à la stratégie de communication de l'organisation et sa vocation d'organisation culturelle productrice et diffuseuse de savoir. Elle oscille entre une tyrannie du présent, marquée par la prédominance des actualités, les fonctionnalités de partage, l'omniprésence des dates, et une fonction de médiation des savoirs.

Mais encore, cette dialectique entre information et communication ne se résume pas à la représentation de l'organisation sur son site internet. Elle est aussi liée à la pluralité des situations et des conceptions liées à l'information et à la communication. Nous en avons identifié trois types.

Tout d'abord il s'agit de prendre en compte les enjeux de la communication institutionnelle au regard des spécificités d'une organisation qui a vocation à produire des savoirs. Comme nous l'avons abordé tout au long de cette présentation, la communication est présente en tant que secteur de soutien. Gérée au niveau du secteur des Relations extérieures et de l'information du public elle se déploie notamment dans le cadre du département de l'information du public qui a la gestion du site internet. Le nom de cette entité est en lui-même évocateur : il s'agit de l'information du public. Si son objectif est avant tout la visibilité des actions de l'organisation il a aussi pour vocation de sensibiliser le « grand public ». Dans cette idée, le site internet est décrit comme son « principal instrument d'information ».

Ensuite il s'agit d'envisager la communication et l'information comme un champ d'action de l'organisation : elles font parties de ses prérogatives. Elles sont ainsi réunies dans l'un des programmes de l'UNESCO : « Communication & Information ». Ce dernier s'intéresse aux questions liées à « l'accès au savoir », au « développement des médias », à la « liberté d'expression », etc.<sup>17</sup>

Enfin, la communication et l'information ont aussi des implications politiques et polémiques. La crise du NOMIC (Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication) a ainsi été à l'origine de forts dissensus et a amené le départ des Etats Unis en 1984. Elle a marqué l'histoire de l'organisation.

Finalement, si la représentation qui se donne à lire et à voir sur le site internet de l'UNESCO se veut « dénuée de conflictualité » c'est bien parce qu'elle répond à des enjeux communicationnels et informationnels bien particuliers. Cela ne signifie nullement l'absence de conflictualité mais plutôt l'omniprésence du consensus : il s'agit d'une neutralisation dans le sens où les tensions sont bien présentes mais semblent ici s'équilibrer dans le cadre de la représentation. L'évidence apparente de la représentation est en réalité le résultat d'un ensemble de processus sémio-discursifs qui permettent d'envisager à la fois la dépolitisation des discours

---

<sup>17</sup> Ce sont les grandes thématiques présentées sur le site internet de l'UNESCO. <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/> [23-05-2015]

(Siroux, 2006)<sup>18</sup> et le lissage discursif (Oger et Ollivier-Yaniv, 2006)<sup>19</sup>. Elle s'inscrit ainsi dans un cadre d'expression particulier propre aux organisations intergouvernementales et particulièrement contraignant quand il s'agit d'une organisation universelle.

## **Bibliographie**

AÏM (Olivier), « La transparence rendue visible. Médiations informatiques de l'écriture », *Communication et langages*, n°147, 2006, p.32.

CANDEL (Etienne), *Autoriser une pratique, légitimer une écriture, composer une culture : les conditions de possibilité de la critique participative sur Internet. Etude éditoriale de six sites amateurs*, Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA, Université Paris IV, 2007, p.290.

DAVALLON (Jean), *L'économie des écritures sur le web : Volume 1, traces d'usages dans un corpus de sites de tourisme*, Paris, Hermès Lavoisier, 2012, p.25.

DEVIN (Guillaume) et SMOUTS (Marie-Claude), *Les organisations internationales*, Paris, Armand Colin, 2011.

MARION (Philippe), « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, n°7, 1997, p.80.

OGER (Claire) et OLLIVIER-YANIV (Caroline), « Conjurer le désordre discursif. Les procédés de « lissage » dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots. Les langages du politique*, n°81, 2006.

SIROUX (Jean-Louis), « La dépolitisation du discours au sein des rapports annuels de l'Organisation mondiale du commerce », *Mots. Les langages du politique*, n°88, 2008.

SOUCHIER (Emmanuel), « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, n°6, 1998, pp.137-145.

---

<sup>18</sup> SIROUX (Jean-Louis), « La dépolitisation du discours au sein des rapports annuels de l'Organisation mondiale du commerce », *Mots. Les langages du politique*, n°88, 2008.

<sup>19</sup> OGER (Claire) et OLLIVIER-YANIV (Caroline), « Conjurer le désordre discursif. Les procédés de « lissage » dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots. Les langages du politique*, n°81, 2006.