

Conférence

-

**Médiatisation de l'évaluation scientifique et universitaire :
l'exemple des classements académiques**

Jeudi 4 juin 2015 de 14.00-16.30
MSH : Maison des Sciences de l'Homme, Amphi 220
4, rue Ledru, 63000 Clermont-Ferrand

1. Julie BOUCHARD, maîtresse de conférence en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13, chercheuse au LabSic, a été en délégation à l'ISCC entre 2013 et 2015.

**Classements médiatiques de l'enseignement supérieur :
comment d'une évaluation advient un marché**

Avec l'émergence d'une presse magazine spécialisée en éducation dans les années 1970 et 1980 en France se popularise un instrument de jugement sur l'enseignement supérieur : le classement médiatique. Dès son émergence, cette forme d'évaluation a contribué à la transformation de l'enseignement supérieur en marché. À partir d'une enquête portant sur deux magazines producteurs de classements, nous analyserons les modalités concrètes de cette évolution.

2. Christine BARATS, en délégation à l'ISCC depuis septembre 2014, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris Descartes Sorbonne, Chercheuse au Céditec, Université Paris Est Créteil

**Médiatisation de l'évaluation scientifique et universitaire :
l'exemple du classement de Shanghai**

Elaboré depuis 2003 par l'université Jiao Tong de Shanghai, le classement mondial des universités (Academic Ranking of World Universities, ARWU), « classement » dit « de Shanghai », est publié chaque année sous la forme d'une liste de 500 universités. Dans un contexte de médiatisation croissante de classements et de palmarès, ce classement s'est rapidement imposé en France et a constitué un argument majeur pour justifier des politiques de regroupements d'établissements et de changements de nom. Nous analyserons la généalogie de ce classement et ses modalités de diffusion et de circulation.

3/ Etienne CANDEL, en délégation à l'ISCC depuis septembre 2014, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication au CELSA Paris-Sorbonne, chercheur au GRIPIC

Les ressorts sémiologiques des objets chiffrés

On proposera dans cette communication un retour sur la construction de la valeur des chiffres dans les médias informatisés: on cherchera à mettre en évidence les modalités culturelles de la valorisation des données quantifiées: sur quelles formes s'appuient les chiffres donnés à lire, comment ils s'ordonnent en objets significatifs, comment les logiques médiatiques de circulation élaborent leur dimension sociale.

Coordinateurs :

Pergia Gkouskou-Giannakou
Georgia.GKOUSKOU_GIANNAKOU@univ-bpclermont.fr

Mohammed Salah Abaïdi
Mohammed_Salah.ABAIDI@univ-bpclermont.fr