

Médias et Médiatisation : analyser les médias imprimés, audiovisuels et numériques

Ingrid Mayeur (ULiège)

Compte-rendu de : Lafon, Benoît, éd. 2019. *Médias et Médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels et numériques*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble

Pour citer ce texte : Ingrid Mayeur, « Médias et Médiatisation : analyser les médias imprimés, audiovisuels et numériques. Compte-rendu de : Lafon, Benoît, éd. 2019. *Médias et Médiatisation : Analyser les médias imprimés, audiovisuels et numériques*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble », *Dé_montages* [en ligne], février 2023, URL : <https://demontages.phl-lab.uliege.be/medias-et-mediatisation-analyser-les-medias-imprimés-audiovisuels-et-numeriques/>

L'ouvrage coordonné par Benoît Lafon apporte une série de synthèses théoriques susceptibles de soutenir une éducation aux médias orientée vers les (processus de) médiatisations plutôt que vers l'information au sens strict (qui est une médiatisation parmi d'autres) et son évaluation. Il invite à une saisie non normative des productions médiatiques et permet de traiter comme un même ensemble les textes circulant au sein des médias d'information, des réseaux sociaux ou des publicités dans l'espace public.

La démarche collective dans laquelle s'origine *Dé_montages* prend pour point de départ le constat d'une difficulté, dans les discours actuels, à assumer une visée non nécessairement ou exclusivement utilitaire de l'éducation aux médias, c'est-à-dire destinée à produire des effets sociaux à courts termes — au regard des besoins de cohésion sociale ou en matière de formation des (futurs) travailleurs, par exemple. Sans mobiliser ici une revue de littérature rigoureuse, on peut raisonnablement s'appuyer sur les injonctions institutionnelles à (i) maîtriser les dispositifs numériques dans une optique de participation citoyenne¹ et corolairement à (ii) acquérir les « bonnes pratiques » médiatiques destinées à éviter le piège des *fake news*, de la propagation des stéréotypes ou des discours de haine en ligne². L'ajustement à ces « bonnes pratiques » correspondrait à la manifestation d'un esprit critique au travail. Une éducation aux médias ainsi conçue, qui focalise son champ d'action sur les effets et les usages, semble toutefois se révéler insuffisante pour atteindre les résultats escomptés³. D'autres pistes doivent dès lors être explorées, reposant par exemple sur l'acquisition d'une culture médiatique/numérique (p. ex. Le Deuff 2011)

¹ Voir par exemple le référentiel DigComp : « DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes », <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128415>

² On peut retrouver ce type d'orientation, notamment, dans les actions menées par l'Unesco : <https://www.unesco.org/en/communication-information/media-information-literacy>.

³ Pour citer ce seul exemple, il n'est pas acquis que la lourde artillerie de *débunkage* et de *fact checking* déployée contre la désinformation au sujet des vaccins disponibles contre le coronavirus ait permis de convaincre les récalcitrants et restauré la concorde sociale (il se pourrait même qu'elle ait produit l'effet inverse en transposant socialement les lignes de partage entre citoyens *lucides* et *crédules*, renforçant les antagonismes).

ainsi que sur l'apprentissage d'une réflexivité tenant compte du caractère situé de toute production de sens face aux messages médiatiques, dans laquelle l'expérience individuelle joue un rôle primordial (p. ex. Laborde 2017).

Éduquer aux médias, cela suppose de s'appuyer sur des contenus notionnels issus de la recherche (sciences de l'information et de la communication, psychologie cognitive, sémiotique, analyse du discours, études cinématographiques, etc.) ainsi que sur des méthodes pédagogiques destinées à en permettre l'acquisition. L'ouvrage coordonné par Benoît Lafon se révèle à cet égard tout à fait profitable en ce qu'il apporte une série de synthèses théoriques susceptibles de soutenir une éducation aux médias orientée vers les (processus de) *médiatisations* plutôt que vers l'information au sens strict (qui est une médiatisation parmi d'autres) et son évaluation. Le projet de l'ouvrage est ainsi précisé dès l'introduction : proposer des outils méthodologiques et théoriques pour amener l'analyste à se poser des questions *pertinentes* et à penser les médias de manière *conjointe*. Il s'agit tout d'abord de préciser les contours du terme *média* : posant le constat d'une « interdépendance croissante des médias et des dispositifs de médiatisation et de communication » et d'une « extension du domaine médiatique vers les industries de la communication » (p. 10), l'auteur invite à considérer ces mutations dans la continuité d'autres transformations : il n'y aurait donc pas de pertinence à opposer médias traditionnels et médias informatisés, ni à séparer la technique des aspects sociaux ou industriels qui la sous-tendent. En revanche, cinq dimensions constitutives sont à prendre en considération pour étudier les médias, qu'il conviendra systématiquement de penser ensemble même si l'une ou l'autre de ces dimensions sera nécessairement privilégiée dans une analyse (fig. 1) :

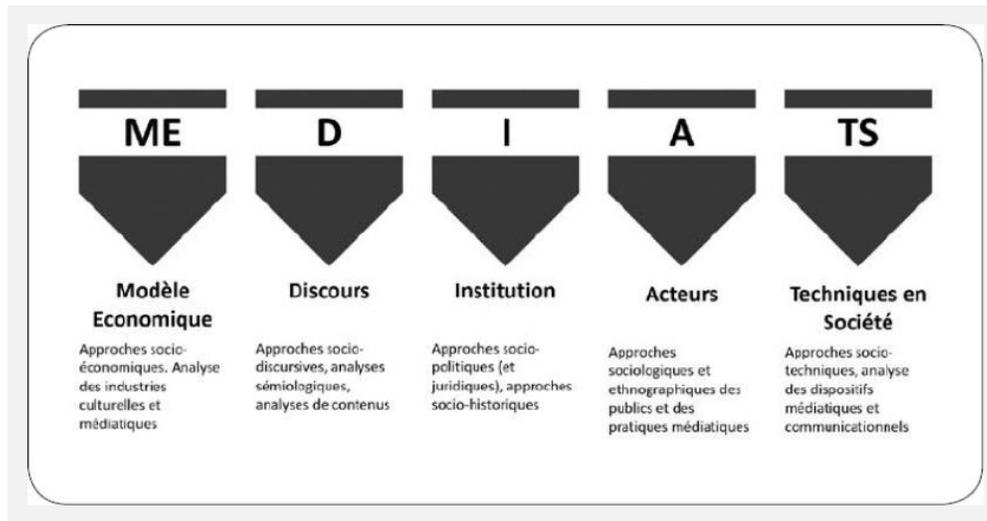


Fig. 1 : Le modèle MEDIATS (Lafon 2019, 11)

Le modèle MEDIATS proposé par Lafon, mettant en évidence les interrelations des composantes médiatiques et la nécessité de les envisager concomitamment, n'est pas sans rappeler celui du British Film Institute (fig. 2) ou encore, dans une proposition plus orientée vers la didactique, l'approche médio-pragmatique de B. Laborde déployée en quatre axes : le média (industries de production), le médium (véhicule matériel, formel du message), les représentations et les publics (Laborde 2017). On trouve pareillement dans les travaux de Buckingham un modèle en quatre axes : langages, représentations, institutions et publics (Buckingham 2019).

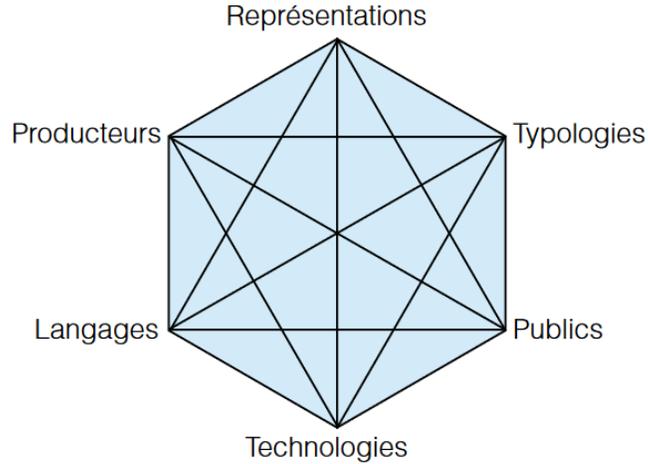


Fig. 2 : “Six thématiques ou facettes de l’éducation aux médias du CEM inspirées de la grille d’analyse du British Film Institute”. In CSEM. 2016. Les compétences en éducation aux médias. Un enjeu éducatif majeur, p. 51.

Le modèle MEDIATS semble ainsi se situer dans la lignée d’autres modèles d’analyse en études médiatiques, et sans doute aurait-on pu s’attendre, de ce fait, à une mise en perspective soulignant l’intérêt de ce modèle au regard des précédents. Au demeurant, une telle approche permet bien d’envisager les productions médiatiques dans un environnement complexe, en soulignant les enjeux de leur production, circulation et consommation — préalable indispensable à une saisie non normative des productions médiatiques suivant des lignes de partage du type vérité *vs.* fausseté ou émancipation *vs.* dépendance, dès lors qu’elles permettent d’intégrer et de traiter comme un même ensemble les textes circulant au sein des médias d’information, des réseaux sociaux ou des publicités dans l’espace public. Cette perspective met encore en lumière la permanence des composantes et des fonctions médiatiques, qui se trouvent rejouées et redistribuées dans les médias numériques. Mais surtout, elle pose en préalable le principe de la *non-transparence* des médias — que l’on se reporte seulement à la généalogie établie par Piette en 1995, où ce point de départ semblait faire consensus pour amorcer toute démarche en éducation aux médias :

La reconnaissance de ce principe de la « non-transparence » des médias a des conséquences directes sur la manière dont l’enseignante ou l’enseignant doit envisager l’éducation aux médias. Sa première tâche consiste à clairement faire ressortir ce principe de « non-transparence ». Il doit amener les jeunes à prendre conscience du caractère problématique des « re-présentations » que diffusent les médias et qui leur apparaissent comme non problématiques, « allant de soi » ou « naturelles », comme des reflets neutres et objectifs de la réalité. (Piette 1995, 45).

Ce principe de non-transparence des médias apparaît parfois en filigrane, parfois très explicitement dans les différents chapitres de l’ouvrage. Cependant, il n’est pas question ici, dans l’analyse des médias, de les rendre « transparents » à un usager éduqué et lucide, dans une perspective émancipatoire — on le verra notamment à travers les contributions d’E. Marty et d’Y. Jeanneret, ce dernier soulignant la vacuité de la recherche d’un *sens caché* dans les messages médiatiques.

L'ouvrage se compose de deux parties : l'une dévolue aux médias comme opérateurs (de discours, d'images, etc.), l'autre consacrée aux médiatisations comme produits sociaux issus de ces mêmes médias, agissant sur les imaginaires et les structures par les représentations qu'il véhiculent. L'approche se veut résolument *didactique* :

il s'agit de proposer une série de synthèses actualisées sur les différents champs de recherche ayant trait aux médias et médiatisations, dans une perspective principalement centrée sur les sciences de l'information et de la communication, avec une ouverture sur les disciplines connexes abordant les médias : histoire, sociologie, science politique, sciences du langage, etc. (p. 14).

On n'entrera pas ici dans le détail de chacun de ces chapitres, dont l'utilité certaine est — *a minima* — de fournir un panorama problématisé reposant sur une bibliographie récente des orientations de recherche dans les différents domaines disciplinaires associés aux axes du modèle MEDIATS. On en proposera plutôt une vue synthétique, qui mettra l'accent sur ce qui peut poser la base d'une méthode mobilisable pour l'éducation aux médias.

La première partie de l'ouvrage aborde, dans son chapitre liminaire, la socio-économie des médias (V. Bullich et L. Schmitt, p. 19-16) et expose les modes d'analyses des stratégies mises en place par les acteurs pour produire et valoriser leurs productions médiatiques. S'ensuit un focus sur les médias analogiques et numériques comme des industries socio-symboliques (F. Rebillard, p. 47-55) où l'attention est portée sur l'émergence, dans les médias numériques, des pratiques d'*infomédiation*. Celles-ci reposent sur l'intervention d'intermédiaires (moteurs de recherche, plateformes, etc.) mettant à la disposition d'un public, ou en relation préalable, des contenus informationnels individualisés au sein d'une offre pléthorique, dans un mouvement qui fait peu à peu apparaître « une dépossession des entreprises médiatiques par les infomédiaires, non seulement des revenus pouvant être tirés de leur activité mais aussi de leur identité éditoriale. » (p. 54).

Le deuxième chapitre traite des publics et de leurs pratiques (C. Ségur, p. 57-77), ouvrant la réflexion à des orientations méthodologiques pour l'étude de la réception médiatique. Dans le troisième chapitre, « Contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils » (p. 79-103), E. Marty rappelle, après P. Charaudeau, l'impossible *transparence* des discours médiatiques et la « nécessité d'articuler l'analyse des textes (identification des stratégies médiatiques, de sélection de faits et de sources, de mise en mots, en genres et en formats de l'information, thématization, rubricage, etc.) à des questionnements systématiques sur les relations entre instances de production et de réception du discours. » (p. 87). En d'autres termes, l'analyse croisée du texte (de son format/genre, de ses marques énonciatives, des figures de pensée qu'il met en œuvre, etc.) et de son contexte (celui dans lequel il est produit et reçu) est au fondement même de l'analyse du discours comme discipline. Cependant, il est encore peu question du médium (matériel, formel) dans cette contribution, mais plutôt de la négociation qui s'opère dans la production du sens entre l'énonciateur et l'énonciataire au travers des *media frames* ou cadres médiatiques (Goffman 1991) : l'analyse du discours repose en effet sur la prise en compte du *dialogisme* (Voloshinov 2010) de tout énoncé, dont le sens se construit en relation avec les énoncés antérieurs et à venir.

La question des formes textuelles portées par la matérialité d'un support est abordée au sein du chapitre suivant, « Recourir à la démarche sémio-communicationnelle dans l'analyse des médias » (Y. Jeanneret, p. 105-135), où l'auteur pose quelques balises méthodologiques. En écho avec le constat d'impossible transparence du discours médiatique, Jeanneret rappelle que la sémiologie

pensée dans une dimension communicationnelle — en phase avec la définition saussurienne, celle d'une étude de *la vie des signes dans la vie sociale* — ne saurait apparaître comme un décryptage, une opération de mise au jour de sens *caché* : « il n'y a pas de trésor à découvrir, sinon une activité de production constante du sens par les individus et les groupes au fil de nos échanges. » (p. 108) ; resterait donc à discerner comment les objets de notre quotidien « peuvent faire sens et créer des rapports de communication » (*Ibid.*). Jeanneret invite dès lors à penser les médias en termes sémio-communicationnels, tenant compte de ce caractère socialement construit du sens et de l'expérience médiatique, conditionnant le récit qu'élabore le spectateur à la lecture des messages médiatiques. Cette attention portée au récit se retrouve encore dans le second focus qui clôt cette première partie, consacré aux « Récits médiatiques » (M. Lits, 137-144). On y apporte des clés de lecture pour ce type de narrations, insistant sur leur caractère nécessairement non neutre, en tant qu'elles articulent savoirs, valeurs, anticipation d'effets et résultent de choix du journaliste liés aux structures, temps et personnages du récit. Un chapitre de C. Blandin sur l'histoire médiatique (p.145-154) referme cette première section, posant les jalons scientifiques du passage d'une histoire politique de la presse à une histoire des médias, jusqu'aux enjeux actuels liés à la numérisation des sources.

La deuxième partie du volume collectif s'ouvre sur un chapitre de B. Lafon consacré à la notion de *médiatisation* (p.157-189), riche d'une tradition de recherche en SIC dont l'auteur souligne de manière très complète les orientations et enjeux pour la recherche. C'est sur cette base qu'il en propose une définition synthétique :

Les médiatisations consistent en la mise en média d'individus, de groupes ou d'institutions par la construction de produits médiatiques formalisés, dans une visée stratégique, impliquant des pratiques collectives de consommation. De manière générale et diachronique, ces dernières se structurent dans un processus de médiatisation affectant les sociétés contemporaines. (p. 163)

Les médiatisations reposent donc sur des processus dynamiques qui contribuent à forger le social — ainsi que le souligne Lafon, la notion, élaborée par Miège, s'intéresse à la manière dont se structure l'espace public par la médiatisation d'événements et le travail sur les modalités des échanges médiatiques⁴ ; d'autres auteurs, comme Jeanneret dans ses travaux sur la *trivialité* (Jeanneret 2008; 2014), étudieront les médiatisations en tant qu'elles permettent de saisir l'opérativité des dispositifs médiatiques et des industries médiatiques. En tout état de cause, « [c]roiser les apports de l'analyse fine des médiatisations avec ceux d'une étude d'un processus de médiatisation plus général à portée politique et économique et sociale peut être un objectif des recherches en communication. » (p. 184).

Le septième chapitre (I. Paillart, p. 191-211) précise les relations entre les médiatisations et l'espace public, ce dernier ayant trait à la fois à la *sphère* publique et à la *scène* depuis laquelle s'effectue une mise en public (Quéré 1982). Une attention particulière est portée aux évolutions qu'induisent les médias numériques, en termes de reconfiguration des rapports de force entre acteurs au niveau de l'information, ainsi que des modalités collaboratives et participatives qu'ils favorisent. Un troisième focus (R. Rigoot, p. 213-217) s'attarde sur la médiatisation particulière de l'information journalistique, et au rôle du journaliste dans un environnement où la médiatisation des faits sociaux n'est plus de leur seul ressort. Les chapitres 8 et 9 s'intéressent, d'une part, à la « politique médiatisée » (P. Leroux et Ph. Riutort, p. 219-240) — l'occasion, à nouveau, de

⁴ Les auteurs distinguent ainsi entre *médiatisations* et *médiations*, résultant du travail d'un médiateur mais n'impliquant pas forcément d'interaction médiatisée.

souligner l'extension du domaine médiatique en pointant la production de contenus politiques médiatisés de plus en plus détachés de l'action politique en tant que telle — et, d'autre part, aux « médiations visuelles des savoirs scientifiques » (M. Bourgatte et D. Jacobi, p. 241-271), interrogeant les enjeux de *reformulation* et *figurabilisation* des discours scientifiques lorsqu'ils entendent s'adresser au grand public ; enjeux étudiés au moyen de deux exemples, la communication scientifique en manuel universitaire et celle sur vidéo diffusée en ligne. Le dernier chapitre (I. Garcin-Marou, p. 273-290) a pour objet le « [l]e genre au prisme des médiatisations et des médias », invitant, dans l'étude des messages médiatiques, à ne pas prendre uniquement en considération la trace des rapports de domination ou d'assignation à des normes de genre mais également celle des rapports de pouvoir dans la structure même des rédactions. Paraphrasant J. Scott, l'auteure conclut ainsi : « à quoi servent les études sur les médias sous l'angle du genre ? À comprendre comment les médias coconstruisent, signifient et réaffirment des rapports de pouvoir et de domination » (p. 288). Pour clore le volume, l'ultime focus intitulé « Les médias, l'improbable miroir des événements » (J. Arquembourg, 291-297) redéfinit les rapports entre événements, expérience collective et médias, ces derniers assurant vis-à-vis des événements un rôle de cadrage et de mise en récit — rôles pouvant être redistribués par l'action des publics au sein des réseaux sociaux. Un index des notions referme l'ouvrage collectif.

Ce volume constitue, en définitive, un très bon point de départ pour aborder les médias grâce aux différentes synthèses et focus thématiques qu'il propose, orientant le regard de l'analyste sur la complexité et les interdépendances des composantes médiatiques telles qu'exposées au sein du modèle MEDIATS. La distinction opérée entre *médias* et *médiatisations* établit en outre une ligne de démarcation pertinente entre deux types d'observables, qu'il est parfois tentant de saisir ensemble — tant le message est inséparable du support, qui lui donne forme et matérialité, conditionnant dans le même mouvement ses modes d'expression. Si l'on partage la position de Lafon consistant à ne pas établir de césure dans l'histoire longue des cultures médiatiques, peut-être la spécificité des médias *informatisés* aurait-elle gagné à être davantage définie, traitée et outillée. Les questions de l'infomédiation, de la convergence médiatique, de la participation des publics (Jenkins 2006; 2009) sont certes abordées, mais le fonctionnement des textes et médias numériques, le rôle des architextes, objets écrits eux-mêmes supports d'écritures⁵ — Jeanneret évoque brièvement dans sa contribution ce *glissement des prétentions* et la *délégation d'énonciation* qu'ils mettent en œuvre — ou la logique du capitalisme de surveillance (Zuboff 2019) auraient-ils mérité d'être abordés en détail, dans un chapitre spécifique, tant ces éléments reconfigurent le paysage médiatique dans ses logiques de prescription et de consommation.

Reste encore en suspens la question de la méthodologie permettant d'articuler ces différentes dimensions — sans doute n'est-ce pas l'ambition de l'ouvrage, qui rencontre d'ailleurs pleinement l'intention exprimée d'offrir une assise pour l'étude des composantes du modèle MEDIATS. Les moyens concrets à disposition de l'apprenant pour mettre en œuvre ce type d'analyse restent donc à élaborer. D'où, par quel fil saisir l'écheveau ? Les éléments théoriques pointent de façon récurrente la construction contingente du sens et de la réception des messages médiatiques par des subjectivités ancrées dans un contexte donné avec — par exemple — ses industries, ses politiques culturelles et sociales, son environnement technologique, constitutifs d'une expérience socialement

⁵ Je pense par exemple aux explications approfondies données à cet égard dans l'ouvrage de (Souchier et al. 2019).

partagée qui s'articule à l'expérience personnelle. À ce titre, la démarche sémiocommunicationnelle proposée par Jeanneret comme *cadre d'investigation* se distingue par la possibilité de dépasser une approche externalisante des productions médiatiques en partant du sujet lui-même, s'interrogeant sur leur sens au sein de son environnement au travers de quatre moments-clés : le *travail préalable*, l'*attention flottante à l'objet*, la *structuration d'une problématique* et l'*adoption d'un protocole* (p. 129). Le point de départ se situe alors dans l'attention du sujet à son environnement, qui s'étayera dans un deuxième temps par une réflexivité théorique permettant l'analyse des productions médiatiques à la lumière de l'opérativité des dispositifs⁶. La compréhension réflexive de cette opérativité, qui assigne des places aux actants de la communication, met en récit, élabore des scénographies, mobilise les émotions au regard d'une expérience socialement partagée mais également personnelle, nous semble une démarche profitable pour nourrir les pratiques en éducation aux médias. En effet, elle mène nécessairement à des interprétations situées tenant compte de — et assumant résolument — la non transparence des médias, davantage qu'à la formation d'un sujet « lucide » dont le seul travail critique viserait à dégager le vrai du faux dans les productions médiatiques.

Bibliographie

- Buckingham, David. 2019. *The Media Education Manifesto*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Jeanneret, Yves. 2008. *Penser la trivialité: La vie triviale des êtres culturels*. Paris: Hermès science publications.
- . 2014. *Critique de la trivialité: Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris: Editions Non Standard.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- . 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning. Cambridge, MA, USA: MIT Press. https://archive.nwp.org/cs/public/download/nwp_file/10932/Confronting_the_Challenges_of_Participatory_Culture.pdf?x-r=pcfile_d.
- Laborde, Barbara. 2017. *De l'enseignement du cinéma à l'éducation aux médias: Trajets théoriques et perspectives pédagogiques*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.
- Lafon, Benoît, éd. 2019. *Médias et Médiatisation: Analyser Les Médias Imprimés, Audiovisuels et Numériques*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Le Deuff, Olivier. 2011. *La formation aux cultures numériques : une nouvelle pédagogie pour une culture de l'information à l'heure du numérique*. Limoges: FYP éditions.
- Masterman, Len. 1985. *Teaching the Media*. Comedia.
- Piette, Jacques. 1995. « L'éducation aux médias : un bilan ». *Communication. Information Médias Théories* 16 (1): 36-59. <https://doi.org/10.3406/comin.1995.1706>.
- Quéré, Louis. 1982. *Des miroirs équivoques: aux origines de la communication moderne*. Paris: Aubier Montaigne.

⁶ "Le dispositif est entendu ici comme un artefact industriellement produit qui configure les conditions matérielles de la communication et préfigure – mais préfigure seulement – la manière dont elle peut être pratiquée. Par exemple, il offre des ressources et des contraintes pour l'expression (on ne peut montrer à la radio), distribue l'espace-temps de l'interaction (on ne fait pas un exposé sur le plateau d'une émission), invente une division du travail communicationnel (le présentateur du journal télévisé comme l'administrateur d'un site réalisent des opérations inaccessibles aux simples participants). Il détermine la manière dont les signes peuvent être produits, enregistrés, diffusés, reçus, transformés : ce qui participe à la vie triviale des êtres culturels." (p. 119)

- Souchier, Emmanuël, Gustavo Gomez-Mejia, Valérie Jeanne-Perrier, et Étienne Candel, éd. 2019. *Le numérique comme écriture. Théories et méthode d'analyse*. Paris: Armand Colin.
- Voloshinov, Valentin Nicolaïevitch. 2010. *Marxisme et philosophie du langage*. Édité par Patrick Sériot. Traduit par Patrick Sériot et Inna Tylkowski. Limoges: Lambert-Lucas.
- Zuboff, Shoshana. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 1er édition. New York: PublicAffairs.