

Les médiations socioculturelles comme objet d'étude de la communication

Sociocultural Mediations and the Study of Communication

Laan Mendes De Barros



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/790>

DOI : 10.4000/edc.790

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université Lille-3

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2008

Pagination : 157-174

ISBN : 978-2-917562-00-0

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Laan Mendes De Barros, « Les médiations socioculturelles comme objet d'étude de la communication », *Études de communication* [En ligne], 31 | 2008, mis en ligne le 01 décembre 2010, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/790> ; DOI : 10.4000/edc.790

Ce document a été généré automatiquement le 1 mai 2019.

© Tous droits réservés

Les médiations socioculturelles comme objet d'étude de la communication¹

Sociocultural Mediations and the Study of Communication

Laan Mendes De Barros

Introduction

- 1 L'étendue du domaine de la communication et les spécificités de son objet d'étude sont des thèmes récurrents dans les dialogues entre chercheurs de cette discipline. Lors d'un séminaire réalisé en 2007 à la Faculdade Cásper Líbero², les questions sur l'identité et les délimitations des études de Communication Sociale ont été discutées à nouveau. Le titre de l'événement annonçait déjà la nature interrogative des débats épistémologiques : « *Communication : savoir, art ou science ?* ».
- 2 Pendant le susdit séminaire, deux conférenciers invités, Lucrecia Ferrara et Luiz Martino³, ont entamé une discussion très riche sur le binôme médias versus médiations. Martino proposait une plus grande spécificité dans la définition de l'objet d'étude de la communication et avertissait du danger de la dispersion lorsque l'approche se fait dans une perspective interdisciplinaire, soutenue par l'emprunt de théories dans d'autres domaines. Pour lui, « une vision interdisciplinaire aussi large de la communication, englobant toutes les théories, ne constitue pas exactement une critique à la science, comme on le prétend. Au contraire, il s'agit de nier la science, de lui tourner le dos »⁴. Ferrara s'opposait à une délimitation étroite de notre objet d'étude, lorsque celle-ci est restreinte à l'univers médiatique. Pour elle, « on ne peut pas réduire toute la médiation au territoire des médias [...], travailler l'épistémologie de la communication en l'attachant, exclusivement, à la caractéristique médiatique de la communication, c'est réduire l'objet ».

- 3 A ce point du débat me sont venues à l'esprit les formulations de Jesús Martín-Barbero, qui confrontent les médias aux médiations. Elles sont maintenant de retour dans le corps de cet article, lequel – déjà dans son titre – emprunte de l'auteur hispano-colombien les deux termes en forme d'interrogation – médias ou médiations ? – pour une brève réflexion épistémologique sur l'objet d'étude de la communication.

Martín-Barbero : une référence dans la pensée latino-américaine

- 4 La revue *Hermès*, dans sa 28^e édition, qui aborde le thème de l'Amérique Latine : cultures et communication, met en évidence le nom de Jesús Martín-Barbero parmi les auteurs de référence dans la pensée communicationnelle latino-américaine. Dans la préface de l'édition française du principal ouvrage de cet auteur hispano-colombien, qui a étudié à Louvain et à Paris, Guy Lochard et Bruno Ollivier confirment le rôle important de cet auteur et envisagent les possibilités d'un échange culturel :

Cet ouvrage permet donc enfin à un public francophone de comprendre, en retour, comment des écrits et des théoriciens européens – et particulièrement français – ont été compris, adaptés, transformés en Amérique Latine, et quel écho ils ont pu avoir dans le développement des études de communication latino-américaines (in : Martín-Barbero, 2002, p. 9).

- 5 Comme objet d'étude de la Communication, Martín-Barbero opte pour les médiations socioculturelles face aux médias. Il s'agit, donc, d'un déplacement méthodologique :

C'est ainsi que la communication devient, pour nous, une question de médiations davantage que de moyens de communication, une question de culture et, partant, non seulement de connaissances, mais de re-connaissance. Cette reconnaissance exige, d'entrée de

jeu une opération de déplacement méthodologique pour re-voir le processus entier de la communication depuis son autre côté, celui de la réception, celui des résistances qui s'y appliquent, celui de l'appropriation envisagée du point de vue des usages. Dans un second temps, précisément pour éviter qu'un tel déplacement ne reste pas pure réaction ou modification théorique de circonstance, il se fait reconnaissance de l'histoire : réappropriation historique du temps de la modernité latino-américaine et de son déphasage pour ouvrir une brèche dans la trompeuse logique d'une homogénéisation capitaliste qui épuiserait la réalité présente. En Amérique Latine, en effet, la différence culturelle ne désigne pas, comme peut-être en Europe ou aux États-Unis, la dissidence de la contre-culture ou le musée, mais la vitalité, la densité et la pluralité des cultures populaires, l'espace d'un conflit aigu et un dynamisme culturel incontournable (Martín-Barbero, 2002, p. 20).

- 6 Comme je l'ai déjà observé dans le travail présenté lors du Congrès de la SFSIC 2008, ce déplacement est la grande différence de la pensée de Martín-Barbero et se dédouble, comme on peut le voir sur le texte ci-dessus, en un mouvement de « réappropriation historique du temps de la modernité latino-américaine », dans une lecture critique de la société capitaliste et des phénomènes médiatiques. Une telle critique ne se perd pas, cependant, dans la survalorisation des médias et dans la simplification linéaire du processus communicationnel. Selon García Canclini, dans le prologue du livre *Des Médias aux Médiations*, l'ouvrage de Martín-Barbero « offre l'une des réfutations théoriques les plus consistantes des illusions romantiques, du réductionnisme de tant de marxistes et de l'élitisme de l'école de Francfort » (García Canclini, in : Martín-Barbero, 2002, p. 16). Il s'agit d'une proposition qui s'inscrit dans le champ de l'interdisciplinarité, et peut être

vue soit comme un avantage, par les articulations multiples, soit comme un désavantage, par les risques de dispersion dont nous avertissait Martino dans un commentaire transcrit au début de cet article. En mentionnant la résonance de l'ouvrage avec les études sociologiques, anthropologiques et politiques, dans le même prologue, Garcia Canclini rappelle qu'il n'est pas situé exclusivement « dans une seule de ces disciplines, il sert à toutes ». Dans la même direction, Efendy Maldonado souligne :

Jesús Martín est une fondation théorique fondamentale de la critique du *fonctionnalisme* dominant dans la communication. Lorsqu'il critique le schématisme de la gauche et formule la théorie des médiations culturelles et sociales, il a réussi à revitaliser le champ d'études de la communication en Amérique Latine (Maldonado, in : Melo & Dias, 1999, pp. 113-114).

- 7 Nombreux sont les chercheurs latino-américains qui travaillent avec la « théorie des médiations » dans différents secteurs de la recherche en communication. Il s'agit d'un des piliers d'un courant théorique assez diffusé du Mexique jusqu'en Argentine, et qui insère les études de la communication dans le champ de la culture, entendue ici non pas comme érudition, mais comme action et mouvement de l'être humain en société.
- 8 Dans ce sens, la constatation de Lucrecia Ferrara (2008, p. 5) reste valable, qui récupère le sens étymologique du verbe *communicare*, nous invitant à remplacer « communication » par « communiquer ». Elle soutient que la communication doit être vue en tant que « processus évolutif environnemental situé et temporalisé contextuellement ». Et pour cela, le concept de « médiations » est bien appliqué, car il remet le débat sur le plan de l'action sociale, dans le contexte de la culture qui se transforme en permanence.
- 9 Nous pourrions dire que notre champ scientifique est plus un mouvement qu'une institution. Soit par la transformation continue de notre objet d'étude, accélérée par les progrès technologiques, soit par la réflexion épistémologique qui nous mène à un exercice permanent de questionnement, suscité par nos origines et perspectives diverses, la délimitation de notre domaine de connaissance, doté d'autonomie, est encore un défi. Cependant, pour surmonter ce défi et nous permettre d'atteindre un haut degré de fiabilité du champ, il faut l'envisager en tant que « conquête historique, toujours renouvelée », comme souligne Bourdieu. Il affirme :

Une des vertus de la théorie du champ est qu'elle permet de rompre avec la connaissance première nécessairement partielle et arbitraire – chacun voit le champ avec une certaine lucidité, mais à partir d'un point de vue à l'intérieur du champ, qu'il ne voit pas lui-même –, et rompre avec les théories semi-érudites que ne contiennent, en état explicite, qu'un des points de vue sur le champ (2004 : p. 43).

La technologie, la culture et l'être humain

- 10 Quelles sont les délimitations de notre objet d'étude ? Quel doit être notre centre d'attention ? : médias ou société ? Technologie ou culture ? Le processus communicationnel envisagé sur un plan interne ou externe ?
- 11 Comme différents auteurs l'observent, les moyens de communication ne sont pas seulement de nature technologique. Cependant, la culture, de façon générique, ne peut pas être considérée comme l'objet d'étude de la communication. Pour Martino, « la culture intéresse lorsqu'elle est médiée par la technique ». L'objet d'étude de la communication peut être compris dans le cadre des moyens de communication, dès que l'approche ne se limite pas uniquement à la technologie. Il peut aussi, être conçu dans le

champ de la culture, pourvu « qu'on s'aperçoive que c'est à l'intersection avec la technique qu'elle devient intéressante », souligne Martino, qui évalue que « les médias permettent une épaisseur du temps vécu du contemporain » (in : Barros & Kunsch, 2007, p. 14).

- 12 Penser la communication comme « actualité » c'est porter la question du temps présent – la contemporanéité – au centre de notre attention. Et dans ce cas, d'autres défis épistémologiques se présentent. Premièrement, la dimension de ce temps présent. Une décennie ? Un an ? Un mois ? Quel est le découpage temporel de cet objet d'étude ? S'agit-il du temps physique, ou du temps symbolique ? Du temps chronologique ou du temps culturel ? Deuxièmement, l'évolution accélérée des moyens de communication des temps actuels. Comment travailler la communication dans la contemporanéité et dans un contexte où les paramètres théoriques traditionnels de la communication de masse et de l'industrie culturelle paraissent insuffisants pour s'occuper de tout ce qu'on a commencé à appeler « société en réseau » ? Plus que la séquentialité, propre à la diachronie du temps historique, les technologies de communication et d'information contemporaines proposent une relation de simultanéité. Troisièmement, l'interdépendance entre l'être humain et la machine est de plus en plus intense, ce qui semble confirmer les projections de McLuhan concevant « les moyens comme des extensions de l'être humain ». Une telle interdépendance donne d'autres sens et intensifie la superposition entre sujet et objet de recherche. Cette relation finit par avoir une interférence sur la capacité cognitive de l'être humain, influençant ses actions de captation, systématisation et représentation des informations.
- 13 Certainement, le concept proposé par Martino ne se limite pas à la sphère du temps. D'une certaine façon, ce qu'il désigne comme « actualité » peut être en rapport avec ce que Martín-Barbero appelle « médiations ». Si la communication a comme essence son caractère d'actualité, il faut reconnaître que les médias sont l'élément déterminant de la configuration de la vie dans la société contemporaine particulièrement lorsqu'elle gagne de la mobilité pour le compte des technologies numériques et de la téléphonie mobile. Ainsi, les médias se présentent comme un élément de médiation sociale. Au-delà de l'examen des « entrailles », de ses structures internes, Martín-Barbero nous invite à examiner les structures de son environnement. Dans la publication commémorative de son œuvre – déjà citée auparavant – García Canclini évalue qu'elle « fue decisiva en estos diez años para que dejáramos de aislar a los medios y concibiéramos la acción de estos como parte de las mediaciones sociales »⁵ (García Canclini et alli, 1998, p. 7). On s'aperçoit, donc, que la notion de « médiations » ne se présente pas pour remplacer celle de « moyens ». Les médias font partie des médiations sociales, qui nous engagent dans le temps présent, à la contemporanéité.
- 14 Mais, lorsqu'on se lance sur le terrain, et qu'on se trouve face à la nécessité d'un découpage concret de l'objet d'étude, la polémique persiste. Quels sont les contours, l'ampleur et les interdictions de l'objet spécifique des études de la communication ? Quelle est l'importance des médias dans la configuration de cet objet ? Est-ce que les processus communicationnels intermédiés sont aussi importants que ceux non-intermédiés ? Comme nous l'avons signalé au début de cet article, Lucrecia Ferrara s'oppose à ce que l'objet d'étude de la communication soit trop étroitement attaché à l'univers médiatique :

Si nous admettons que les moyens sont strictement technologiques, nous devons aussi admettre que l'objet d'étude de la communication reste assez réduit. Sans

compter que nous aurions besoin d'admettre également la possibilité concrète de tomber dans l'apologie technologique, laquelle assez souvent résulte en la description des appareils technologiques (in : Barros & Kunsch, 2007, p. 16).

- 15 Et, lorsque la recherche reste limitée au cadre de la description, elle avance peu dans la construction de nouvelles connaissances. Une telle étape dans la mise en œuvre de l'investigation est compréhensible lorsqu'on parle d'initiation scientifique ; mais dans le cadre de la « post-graduation » il faut s'attendre à l'évolution de la recherche, de l'interprétation et de l'explication des phénomènes traités. Il faut convenir que la simple description de l'objet d'étude réduit la recherche à une opération bureaucratique, laissant ainsi beaucoup à désirer. Cette limitation finit par mener à la subordination de la recherche à l'objet, de la théorie à la pratique. Et dans ce sens, la discipline perd de la consistance en tant que champ de connaissance, lequel reste limité à un ensemble de techniques. Et comme les phénomènes de la communication vont au-delà des ces savoirs techniques, sa théorisation finit par être transférée à d'autres disciplines.
- 16 Comme Bernard Miège nous le signale, encore « convient-il d'ajouter que les mouvements de la technique, pour une grande part, sont de nature sociale et directement en rapport avec des évolutions des sociétés ». Il nous rappelle que « les techniques matérielles ont profondément à voir avec le social et l'humain » (Miège, 2007, pp. 59-60). Ainsi étant, une approche monodisciplinaire se révèle insuffisante, car elle limite la pensée communicationnelle à la sphère des activités professionnelles et aux frontières des outils de communication. Plus que les médias, ce qui nous intéresse ce sont les médiations qui entourent les processus communicationnels. La logique des médiations nous permet de penser la communication au-delà des mouvements d'innovation technique, reconnaissant, comme nous propose Miège (2007), son « ancrage social ».
- 17 La théorie des médiations ne s'harmonise pas avec la logique causale des modèles théoriques à orientation behavioriste ; la réception ne peut pas être vue comme quelque chose de programmée pour l'émetteur, elle est plus qu'un simple effet ou résultat de l'action des moyens. Et plus encore, en articulant communication et culture, ce modèle théorique repousse la discussion au-delà des frontières de la technique, dans une évidente valorisation de la dimension politique et sociale des phénomènes communicationnels. Il convient donc de penser la communication à partir de son « ancrage social », marquée par des multiples médiations existantes dans l'espace-temps de création et de récréation du message. Pour le compte des médiations, la « jouissance » est perçue comme instance active du processus communicationnel, comme mouvement, qui dépasse de beaucoup la logique d'une réception programmée, qui reproduit les effets souhaités par l'émetteur, ou par les médias, alors institutionnalisés.
- 18 Dans la conception de Martín-Barbero, l'être humain est un élément central. C'est un héritage de sa formation philosophique et de ses liens intellectuels avec l'humanisme européen et, en particulier, avec la pensée française. Dans cette perspective, les études de communication ont des liens forts avec le champ de l'anthropologie. Comme le souligne Dominique Wolton « la communication est avant tout une *expérience anthropologique* fondamentale. Intuitivement, communiquer consiste en un échange avec l'autre ». Il rappelle également, que la communication est « *l'ensemble de techniques* qui, sur un siècle, a rompu les conditions traditionnelles de la communication directe, pour la remplacer par le royaume de la communication à distance ». Et, enfin, que « la communication s'est convertie en une *nécessité sociale fonctionnelle* pour des économies interdépendantes » (Wolton, 1997, pp.14-16). Il ne fait aucun doute que ces trois dimensions de la

communication se trouvent articulées entre elles et sont interdépendantes. La communication n'est pas ceci ou cela, mais ceci et cela. Elle est, en même temps, une « expérience anthropologique », un « ensemble de techniques » et une « nécessité sociale ».

- 19 On remarque, dans les idées de Wolton, qui rejoignent les idées de Martín-Barbero, que la question de fond est plus importante que la définition du support plus ou moins technologique sur lequel transitent les messages. Il ne s'agit pas de la discussion entre « primauté, secondarité et tertiété », selon les catégories phénoménologiques de Peirce. Etudier la communication implique de travailler en prenant en compte les contradictions de la société moderne, médiées par les phénomènes médiatiques, et en plaçant l'être humain au centre de cette problématique.

Médias et médiations

- 20 En reprenant le débat du séminaire qui a motivé cette réflexion, il faut reconnaître que, oui, l'être humain est l'élément essentiel de notre objet d'étude. En effet, nous sommes dans le champ des sciences humaines. Et si nous reconnaissons la dimension anthropologique de notre discipline, il ne suffit pas de travailler dans la sphère de la production des messages, qui se fait, la plupart du temps dans un contexte institutionnel, fortement marqué par les demandes de la société de consommation. Il faut penser la réélaboration de ces messages par le récepteur au-delà des médias, dans le champ des médiations. Pour Ferrara,

Il n'y a pas comment confondre médiation et média, car ce sont des choses complètement distinctes. La médiation a une intentionnalité qui la rend profondément différente de la médiatisation communicative. La médiatisation établit clairement un programme de réception. Elle se monte, se modèle dans sa production pour atteindre un résultat déterminé dans le processus de réception. Cela c'est le média. Médiation c'est une autre histoire. Elle engage une intentionnalité communicative, mais on ne peut pas réduire toute médiation au territoire des médias (in : Barros & Kunsch, 2007, p. 18).

- 21 Ce qu'on observe, cependant, dans la conception formulée par Martín-Barbero c'est que le déplacement des « médias aux médiations » revalorise la figure du récepteur comme sujet du processus communicationnel, et non comme un simple objet qui subit l'action des médias. Umberto Eco, dans *L'Œuvre Ouverte*, avait déjà attiré l'attention sur le fait que le sens n'est pas enfermé dans le message ; il est réélaboré au moment de la jouissance – concept utilisé par lui pour confronter le sens récurrent dans les études de communication de tendance plus instrumentale, qui caractérisent le récepteur comme un simple « réceptacle ». Eco confronte l'idée du message transmis de manière unidirectionnelle et suggère que l'œuvre ne s'achève pas au moment de sa production, mais reste ouverte à d'autres interprétations, qui naissent dans le contexte où est inséré le récepteur. De cet angle, l'attention se tourne vers le contexte de « l'expérience esthétique » – du grec *aisthesis* – en tant qu'opportunité de réélaboration poétique – du grec *poiesis* – dans laquelle le jouisseur crée aussi des sens, ne se limitant pas à la condition d'un décodeur de ce que l'émetteur a déposé dans le message.
- 22 Plus que la dimension dénotative de la représentation, nous mettons donc l'accent sur ce que la dimension connotative présente dans les appropriations des signes vécues de manière interactive dans des ambiances et contextes différents, qui dépassent les limites

techniques des moyens. Et, si ces « processus d'altérité sont atteints par des chocs sociaux et culturels engendrés par les transformations économiques locales et globales », comme remarque Ferrara (2008, p. 8), les délimitations des études de communication demandent des stratégies méthodologiques qui articulent texte et contexte. Des approches qui ne se limitent pas au binôme moyen-message, mais qui prennent aussi en compte l'espace-temps socioculturel dans lequel se situent les interlocuteurs du processus communicationnel, dans des dynamiques d'interaction. Des mouvements qui peuvent être analysés à partir d'un déplacement « des médias aux médiations », comme propose Martín-Barbero (1997).

- 23 Dans ses études sur la « phénoménologie de l'expérience esthétique », en analysant les possibilités d'ouverture interprétative, Mikel Dufrenne (1992, p. 103) affirme que « l'objet esthétique gagne en être à cette pluralité d'interprétations qui s'attachent à lui : il s'enrichit à mesure que l'œuvre trouve un public plus vaste et une signification plus nombreuse ». Et il arrive à la conclusion que « tout se passe comme si l'objet esthétique se métamorphosait ». Cette constatation de Dufrenne – bien qu'elle concerne le champ des arts – peut s'appliquer aux processus de réception des discours médiatiques comme quelque chose d'ouvert et de pluriel, déplaçant notre regard du plan syntaxique-sémantique au plan sémantique-pragmatique. Plus qu'un effort d'exégèse du message, il faut réaliser un investissement dans l'herméneutique. Dans ce sens, en analysant la lecture de textes littéraires, Paul Ricoeur confronte les concepts d'explication et d'interprétation, pour arriver à l'idée de compréhension. Il soutient qu'il y a deux manières de lire. « Nous pouvons, par la lecture prolonger et renforcer le suspens qui affecte la référence du texte, ambiance d'un monde et à l'audience des sujets parlants, attitude explicative. Mais nous pouvons aussi lever ce suspens et achever le texte en parole actuelle » (Ricoeur, 1998, p. 170). C'est cette seconde attitude qu'il caractérise comme « la véritable destination de la lecture ». Ricoeur nous fait ainsi remarquer que chaque lecture est toujours particulière, différente de celles qui l'ont précédée. Il rappelle que le texte est toujours une « écriture, attend et appelle une lecture » et il soutient que :

Si la lecture est possible, c'est bien parce que le texte n'est pas fermé sur lui-même, mais ouvert sur autre chose ; lire, c'est, en toute hypothèse, enchaîner un discours nouveau au discours du texte. Cet enchaînement concret d'un discours à un discours dénonce, dans la constitution même du texte, une capacité originelle de reprise qui est son caractère ouvert. L'interprétation est l'aboutissement concret de cet enchaînement et de cette reprise (Ricoeur, 1998, p. 170).

- 24 Cette altérité dans la production du sens des messages permet de faire le lien entre les formulations sur l'herméneutique de Ricoeur et la conception de médiations chez Martín-Barbero, qui a été son élève. Dans le cas de la communication, plus qu'une attitude explicative – ou descriptive – des phénomènes médiatiques, il faut mettre l'accent sur la dimension interprétative qui est donnée dans le contexte des lectures, marqué par un éventail diversifié de médiations. En faisant un parallèle, nous pourrions dire que les études de communication doivent dépasser « l'exégèse » des médias afin d'atteindre une « herméneutique » des médiations.
- 25 Lorsque l'approche se déplace de l'exégèse à l'herméneutique, le message prolonge les limites du support sur lequel il est publié. Les sens, quand ils sont perçus dans le champ des médiations, se potentialisent, pouvant générer l'action. Dans l'ouvrage *Du texte à l'action : essais d'herméneutique II*, Ricoeur nous enseigne qu'entre la théorie du texte et la théorie de l'action il existe une relation d'interdépendance, rappelant que le texte est un

bon *paradigme* pour l'action humaine et l'action, un bon *référent* pour tout type de textes. « Je dirai en bref que d'un coté la notion de texte est un bon *paradigme* pour l'action humaine, de l'autre l'action est un bon référent pour toute une catégorie de textes » (Ricœur, 1998, pp. 194-195).

- 26 Situer la communication dans le contexte des médiations socioculturelles permet d'ajouter aux phénomènes médiatiques un caractère politique, mais qui ne se limite pas à la critique de « l'industrie culturelle ». Lorsque le médiacentrisme est surmonté, il devient possible de croire aux possibilités de resignification des discours des médias, dans une relation anthropologique. Comme le montrait déjà Michel De Certeau, « la conception 'humaniste' l'enferme dans le cercle qui renvoie indéfiniment l'une à l'autre l'individualité périssable de l'auteur et la permanence de l'œuvre close ». Pour lui, « est créateur le geste qui permet à un groupe de s'inventer. Il médiatise une opération collective » (De Certeau, 1993, p. 214). Cette perception du caractère collectif des processus de production symbolique, nous rappelle que l'individu n'est pas seul, mais qu'il s'affirme et se produit culturellement dans les relations d'échange avec d'autres.

Applications de la théorie des médiations

- 27 Le concept de « médiations », tel que diffusé par Martín-Barbero, a trouvé diverses applications en Amérique Latine. Parmi les auteurs qui ont adopté le modèle théorique et méthodologique de l'auteur hispano-colombien, je souligne l'intérêt de Guillermo Orozco Gómez, qui, en analysant les processus de réception télévisuelle, identifie cinq modalités de médiations : vidéotechnologiques, cognitives, situationnelles, institutionnelles et référentielles. Plus que d'analyser « ce que la télévision a fait avec le téléspectateur » – la forme instrumentale du Fonctionnalisme, ou celle critique des matérialistes francfortois – ou d'interroger « ce que le téléspectateur fait avec la télévision », dans la ligne des « usages et gratifications », Orozco cherche à comprendre « comment se réalise l'interaction entre TV et téléspectateur ». Cet approche reprend certains éléments des Études Culturelles, de la « new left » anglaise et valorise le contexte culturel en tant qu'espace d'appropriation. Il s'agit donc d'une relation réciproque, d'un double mouvement entre médias et récepteur. Dans cette relation d'échange plusieurs facteurs agissent comme médiations.
- 28 Dans ces médiations, il est important de rappeler que le processus de réception ne commence pas au moment où la télévision est allumée ; ni se termine lorsqu'elle est débranchée. Les attentes qui sont créées avant le moment d'exposition concrète au medium – qu'il soit électronique ou imprimé – donnent déjà le début de la construction de sens qui seront projetés au moment du contact direct avec le message. Par ailleurs, les « échos » mentaux produits dans une relation du récepteur avec les médias continuent à agir même après la fin de la lecture ou le débranchement de l'appareil électronique, la réception ne s'interrompt pas brusquement.
- 29 Pour penser les médiations, il faut reconnaître que le processus communicationnel se donne une forme dynamique, le récepteur se situant dans un mouvement espace-temps. Ce dernier n'est pas une table rase, mais quelqu'un qui porte en soi un répertoire symbolique, des valeurs et préjugés qui reflètent les expériences vécues et projettent des attentes.
- 30 Le classement élaboré par Orozco est synthétisé ci-après.

- 31 Les **médiations technologiques** sont des caractéristiques propres aux médias dans leur dimension technologique, et qui ont de l'influence sur le processus de production de sens. Par exemple, dans le cas de la télévision, la qualité d'audio et vidéo de l'appareil récepteur et du propre système de transmission sont reconnus comme des éléments permettant une perception du message de manière plus ou moins raffinée, avec une richesse de détails plus ou moins grande. L'utilisation de technologies avancées dans les processus télévisuels provoquent sur le récepteur une grande fascination et donnent de la crédibilité, étant donné la proximité de l'image transmise avec la réalité représentée, dans une apparente relation de fidélité. Comme affirme Orozco, « le langage télévisuel, audiovisuel dans son essence, a la caractéristique d'être fondamentalement *dénotatif*. Son haut degré de dénotation (vs. connotation), fait que le code utilisé dans sa structuration soit difficilement aperçu par le téléspectateur ».
- 32 Les **médiations cognitives** sont en rapport avec les capacités du récepteur dans le processus de décodage du message, qui provient des « conditionnements génétiques et culturels spécifiques ». Cette modalité de médiation a été théorisée comme « schémas mentaux » dans la Psychologie de la Connaissance, et comme « Répertoires » dans les Études Culturelles. Ce répertoire intellectuel et culturel n'est pas attaché nécessairement à l'érudition du récepteur. Il se constitue dans la familiarité du récepteur avec des thèmes, les habitudes de lecture ou d'écoute.
- 33 Déjà les **médiations situationnelles** localisent le phénomène communicatif en termes d'espace-temps. La production de sens dépend des conditions concrètes dans lesquelles la réception a lieu. Il n'est pas difficile de convenir que les effets produits par les médias sont différents lorsque la réception se fait dans l'espace public ou privé, lorsqu'on est seul ou accompagné, lorsqu'on est pressé ou tranquille, lorsqu'on s'arrête quelque part ou qu'on est en déplacement, ou lorsqu'on est totalement attentif au message ou engagé dans d'autres activités. Les limites physiques de l'espace dans lequel se trouve le récepteur, l'existence d'interférences sonores, visuelles ou d'une autre nature et d'autres facteurs subjectifs qui affectent l'état d'esprit et la capacité du récepteur au moment de son attention, sélection, valorisation et appropriation de sens.
- 34 Les **médiations institutionnelles** mettent en évidence les liens du récepteur avec ses groupes d'appartenance, reflètent ses engagements idéologiques et les valeurs qui marquent son identité institutionnelle. Ses relations avec la famille, l'école, l'organisation dans laquelle il agit, sa religion, son parti politique et d'autres liens profonds ou plus superficiels fonctionnent aussi comme des éléments médiateurs. Dans ce cas, les filtres sont assez denses et peu flexibles, car l'être humain vit collectivement et se dispose à maintenir la fidélité à ses groupes d'appropriation. Dans certaines situations, les critères de choix se rapprochent de paramètres doctrinaires.
- 35 Enfin, les **médiations de référence** réunissent les variables socioéconomiques propres aux recherches démographiques. Il s'agit de l'identification de différents profils de récepteurs, selon le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, l'origine ethnique, le lieu de résidence, la classe sociale etc. Dans ce cas, plutôt que de travailler avec des données statistiques, on recherche à identifier le *modus operandi* de récepteurs aux différents profils, combinant deux ou plusieurs variables et observant de quelle manière elles fonctionnent comme des éléments médiateurs de sélection et attribution de valeurs dans la construction de sens.

- 36 Pour l'observation des différentes médiations, qui marquent les processus de production et réception des messages présents dans les médias, on réalise des recherches qualitatives au moyen de différentes méthodes et techniques, comme l'application d'interviews approfondies ou la formation de groupes types (*focus groupe*). Les médiations citées ci-dessus existent simultanément, en tant que filtres qui se superposent, créant un scénario diversifié de représentations et appropriations.

Conclusion

- 37 A partir de ces articulations entre approches françaises et latino-américaines de la communication, il est possible de dépasser le « médiacentrisme » encore prédominant dans la délimitation de notre objet d'étude. Les études de communication ne peuvent pas se limiter à l'univers restreint des médias, dans sa dimension technologique. Le déplacement « des médias aux médiations », permet de donner plus d'ampleur et de complexité à nos démarches de recherche.
- 38 Mais, en élargissant le regard, il est préférable de suivre la proposition de Martín-Barbero, sur le concept de « médiations » comme partie intégrante du processus communicationnel, en tant que prise en compte du contexte dans lequel les phénomènes médiatiques sont vécus par les individus et les groupes qui produisent et reproduisent des sens. Les médiations, dans ce cas, ne se configurent pas comme antithèse des médias, mais comme contexte dans lequel les « textes » médiatiques produisent une conjugaison de sens. On peut alors considérer que les médias sont une composante déterminante, sans aucun doute, de notre objet d'étude. Il arrive que le processus ne s'achève pas avec elle. Mais les médias doivent être aussi intégrés dans le contexte des médiations, qui en sont élément déterminant.
- 39 Pour comprendre la structure du contexte communicationnel dans sa multidimensionnalité socioculturelle et technologique, sans nous perdre dans une complexité transdisciplinaire, nous avons peut-être besoin de reconnaître que notre objet d'étude a, dans son essence, une caractéristique existentielle qui est « l'altérité communicationnelle en constante mobilité », comme nous indique Lucrecia Ferrara (2008, p. 12). Dans ce sens, la constitution de l'objet scientifique de la communication doit être travaillée à partir d'une circularité qui se réalise par l'interaction entre moyens et médiations socioculturels. Il n'y a pas de place, pourtant, pour une vision dichotomique de la chose. Comme je l'ai déjà affirmé auparavant, « en choisissant les médiations il faut les considérer dans leurs articulations avec l'univers médiatique, afin de respecter les délimitations de notre champ d'études. Dans le cas contraire, nous courons le risque de la dispersion. Nous pourrions tomber dans une impasse qui nous conduirait non à l'interdisciplinarité, mais à l'extradisciplinarité » (Barros, 2008) Et, dans ces conditions, nous resterions sans identité. Comme nous le dit Edgar Morin, *Pour entrer dans le XXI^e siècle*, « il nous faut donc comprendre quelles règles, quels principes commandent la pensée qui nous fait organiser le réel, c'est-à-dire sélectionner/privilegier certaines données, en éliminer/subalterniser d'autres » (Morin, 2004 : 113).
- 40 Certainement, ce mouvement de sélection – qui nous aide à bien définir notre objet d'étude, comme discipline – n'est pas une tâche individuelle. Il s'agit d'une entreprise collective, d'un exercice dialogique et dialectique, qui doit refléter les différentes expériences et « médiations ».

- 41 C'est donc dans ce contexte de mobilité et d'altérité que nous pouvons penser autrement la relation entre sujet et objet dans les études de communication. Et dans cette relation il y a, bien sûr, une double dimension de l'être humain qui occupe les deux dimensions, dans une relation d'être face à un miroir. Une telle condition – propre aux sciences humaines – constitue un défi épistémologique pour les chercheurs dans ce domaine, à condition que le sujet n'examine pas l'objet comme quelque chose d'étranger et d'extérieur à son existence. La dimension anthropologique de cette relation entre sujet et objet requiert notre attention, afin qu'on puisse contourner la dualité qu'il y a entre eux. En proposant que les études de communication ne soient pas limitées à la dimension technique ou institutionnelle des médias et que la production de sens soit saisie dans le contexte des médiations socioculturelles, dans une relation d'interdépendance entre médias et médiations, nous pourrions trouver les bonnes voies pour surmonter ce défi.

BIBLIOGRAPHIE

- Barros, Laan**, (2006), « Comunicação na contemporaneidade : perspectivas de um programa de mestrado », *Líbero IX*, n° 17, jun 2006, pp. 9-20.
- Barros, Laan & Künsch, Dimas**, (2007), « 'Saber pensar seu pensamento' : reflexões em conjunto sobre epistemologia da comunicação », *Líbero X*, n° 19, dez 2007, pp. 11-21.
- Bourdieu, Pierre**, (2004), *Os usos sociais da ciência : por uma sociologia clínica do campo científico*, São Paulo, Editora UNESP.
- De Certeau, Michel**, (1993), *La culture au pluriel*, Paris, Ed. Seuil.
- Dufrenne, Mikel**, (1992), *Phénoménologie de l'expérience esthétique - Tome I - L'objet esthétique*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Dufrenne, Mikel**, (1992), *Phénoménologie de l'expérience esthétique - Tome II - La perception esthétique*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Eco, Umberto**, (1979), *A Obra aberta*, São Paulo, Perspectiva.
- Ferrara, Lucrecia**, (2008), Radical Indeterminação : epistemologia e objeto científico da comunicação in « Encontro Anual da Compós - 2008 », São Paulo, Compós.
- García Canclini, Nestor et alli**, (1998), *Mapas Nocturnos : diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*, Bogotá, Universidad Central.
- Martín-Barbero, Jesús**, (1987), *De los medios a las mediaciones : comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús**, (2002), *Des médias aux médiations : communication, culture et hégémonie*, Paris, CNRS Éditions.
- Miège, Bernard**, (2007), *La société conquise par la communication : les TIC entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble, PUG.
- Morin, Edgar**, (1986), *Para sair do século XX*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

Orozco, Guillermo, (1990), « La audiencia frente a la pantalla », in : *Dia•logos de la Comunicación*, n° 30, Lima, FELAFACS.

Ricœur, Paul, (1998), *Du texte à l'action : Essais d'herméneutique II*, Paris, Ed. du Seuil.

Wolton, Dominique, (1997), *Penser la communication*, Paris, Flammarion.

NOTES

1. Cet article reprend le sujet d'un travail présenté au congrès de la SFSIC, de 2008, qui est ici réélabore, avec le développement d'autres aspects et problématiques.
2. La Faculté Casper Líbero a été créée en 1947 et est devenue l'École de communication la plus traditionnelle du Brésil, située à São Paulo. Elle fait partie d'une Fondation, qui soutient aussi une station émettrice de Radio AM et FM, un réseau de télévision et un portail Internet. Vouée spécifiquement au domaine de la Communication Sociale, la Faculté accueille actuellement près de 3 mille élèves dans ses cours de second cycle de l'enseignement supérieur – en Journalisme, Relations Publiques, Publicité et Propagande et Radio et TV – et de troisième cycle (*pós-graduação*).
3. Luiz Martino est professeur et chercheur de l'Université de Brasília (UnB) et Lucrécia D'Alécio Ferrara est professeur et chercheur de la Pontificia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).
4. Ici et dans d'autres points de cet article sont insérés des morceaux transcrits des interventions de Luiz Martino et Lucrécia Ferrara pendant le séminaire *Communication : savoir, art ou science ?* D'autres enregistrements du susdit événement ont été pris de l'article de Laan Mendes de Barros & Dimas A. Kunsch, publié dans la revue Líbero – Ano X, numéro 20, de décembre 2007.
5. En traduction libre : « a été décisive pendant ces dix années pour que nous n'isolions plus les moyens et que nous concevions leur action comme une partie des médiations sociales ».

RÉSUMÉS

Cet article propose les termes d'une discussion épistémologique sur les délimitations et les spécificités de l'objet d'étude de la communication, à partir d'une confrontation entre les matrices théoriques française et latino-américaine. La théorie des médiations chez Jesús Martín-Barbero est le référentiel principal de cette réflexion, qui rompt avec le « médiacentrisme », prédominant dans la pensée communicationnelle et déplace l'attention de la recherche « des médias aux médiations ». Dans cette conception, le récepteur est étudié en tant que sujet de l'action, qui réélabore les discours des médias dans la place social où il se trouve, un contexte de médiations culturelles, de nature collective. La production du sens dans l'expérience esthétique de la réception guide notre réflexion vers le champ de l'herméneutique.

This paper proposes the terms of an epistemological discussion on the delimitations and specificities of the study of communication, starting from a contrast between the theoretical French and Latin American matrices. Jesús Martín-Barbero's mediation theory is the main basis for this reflection, which breaks from the media-centeredness prevalent in communication theory and takes communication research beyond the media and toward mediations. In this approach, recipients are studied as the subjects of action, which re-creates media discourses

from the social place they occupy, a context of cultural mediations of a collective nature. In the aesthetic experience of reception, the production of the senses guides our reflection in the direction of hermeneutics.

INDEX

Mots-clés : théories de la communication, épistémologie, média, médiation

Keywords : communication theories, epistemology, media, mediation

AUTEUR

LAAN MENDES DE BARROS

Laan Mendes De Barros est journaliste et ^{éditeur}, Docteur en Sciences de la Communication de l'Université de São Paulo, chercheur associé au GRESEC dans le cadre d'un post-doctorat à l'Université Stendhal - Grenoble 3, Professeur d'université et coordinateur du troisième cycle (post-graduation) de la Faculdade Cásper Líbero (São Paulo - Brésil).