Benoît Lafon (dir.), Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques

Anne-France Saint Laurent-Kogan (de)

▶ **To cite this version:**

Anne-France Saint Laurent-Kogan (de). Benoît Lafon (dir.), Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques. 2021, pp.524 - 526. 10.4000/questionsdecommunication.26199 . halshs-03588743

HAL Id: halshs-03588743
https://shs.hal.science/halshs-03588743

Submitted on 4 Mar 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CAIRN.INFO
MATIÈRES À RÉFLEXION

BENOÎT LAFON (DIR.), *MÉDIAS ET MÉDIATISATION. ANALYSER LES MÉDIAS IMPRIMÉS, AUDIOVISUELS, NUMÉRIQUES*

Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en +, 2019, 310 pages

Anne-France de Saint Laurent-Kogan

Éditions de l'Université de Lorraine | « Questions de communication »

2021/1 n° 39 | pages 524 à 526

ISSN 1633-5961
ISBN 9782814306196
DOI 10.4000/questionsdecommunication.26199

Article disponible en ligne à l'adresse :

https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2021-1-page-524.htm

Distribution électronique Cairn.info pour Éditions de l'Université de Lorraine.
© Éditions de l'Université de Lorraine. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

© Éditions de l'Université de Lorraine | Téléchargé le 25/02/2022 sur www.cairn.info via Université Rennes 2 - Haute Bretagne (IP: 193.52.64.243)

Questions de communication

39 | 2021
Mise en (in)visibilité des groupes professionnels

Benoît LAFON (dir.), *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*

Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en +, 2019, 310 pages

Anne-France de Saint Laurent-Kogan

Édition électronique
URL : https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/26199
DOI : 10.4000/questionsdecommunication.26199
ISSN : 2259-8901

Éditeur
Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée
Date de publication : 10 décembre 2021
Pagination : 524-526
ISBN : 978-2-8143-0619-6
ISSN : 1633-5961

Référence électronique
Anne-France de Saint Laurent-Kogan, « Benoît LAFON (dir.), *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques* », *Questions de communication* [En ligne], 39 | 2021, mis en ligne le 10 décembre 2021, consulté le 13 décembre 2021. URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/26199 ; DOI : https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.26199

Questions de communication is licensed under CC BY-NC-ND 4.0

© Éditions de l'Université de Lorraine | Téléchargé le 25/02/2022 sur www.cairn.info via Université Rennes 2 - Haute Bretagne (IP: 193.52.64.243)

propose des remèdes à la pathologie, rassure le patient sur les comportements blâmables à proscrire afin de retrouver toute sa vitalité d'antan. À la vérité, les solutions prônées pour que cesse cette haine des médias peuvent se résumer à une critique constructive mais aussi à une implication citoyenne de chaque locuteur à lutter contre les infox, sans omettre les médias qui devraient se départir d'une culture de spectacle pour préférer le traitement de sujets plus en phase avec l'attente d'un public-cible : « Je propose seulement de substituer à la méfiance cette défiance que j'évoquais plus haut, entendue comme une attitude dictée par l'esprit critique. Si vous pensez que les médias ne montrent pas la réalité, vous vous trompez ! Si vous pensez qu'ils montrent la réalité, vous êtes dans l'erreur ! C'est entre les deux pôles qu'il faut apprendre à naviguer » (p. 218). Au-delà de l'apport heuristique de cette contribution aux sciences de l'information et de la communication, on peut lui reprocher d'être centrée sur l'environnement social français. Un développement comparatif avec d'autres pays occidentaux, voire du continent asiatique ou africain, permettrait de savoir si ce phénomène est marginal – attesté spécifiquement en France – ou alors, s'il constitue une variable des sociétés post-modernes saturées par un flux d'information médiatique à l'heure de la révolution numérique.

Pamphile Mebiame-Akono
Université Omar Bongo, Grelaco, GA-99328 Libreville, Gabon
pamphilemebiame.pm[at]gmail.com

Benoît Lafon (dir.), *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*
Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en +, 2019, 310 pages

Cet ouvrage offre un éventail des différentes approches théoriques et méthodologiques mobilisées en sciences de l'information et de la communication (SIC) pour questionner tous les types de média et leurs productions. Il s'agit ici de considérer l'extension que le numérique a apporté au papier et à l'analogique pour déployer un nouvel espace médiatique. Cet espace renvoie tout autant aux médias d'information (presse écrite), qu'aux médias audiovisuels (télévision, radio, cinéma) et aux médias numériques (sites d'information en ligne, portails, réseaux sociaux). Cette extension conduit à une production médiatique toujours plus importante et variée qualifiée de médiatisation. La spécificité des recherches en SIC, en articulant les dimensions socio-culturelles, économiques et politiques, s'avère ici des plus pertinentes pour bien saisir les mutations de ces « réalités médiatiques contemporaines ».

Il ne s'agit pas là d'un manuel, mais d'une proposition pour considérer ce nouvel espace médiatique. Ainsi, dans l'introduction, Benoît Lafon propose une grille de lecture pour appréhender ce phénomène. Il distingue « trois types de dispositifs ayant trait au domaine de la communication et des médias » (p. 8) et propose un modèle pour appréhender les différents facteurs explicatifs de cette réalité médiatique plus complexe. Intitulé « MÉDIATS », ce modèle présente les cinq dimensions à considérer : MÉ pour modèle économique, D pour discours, I pour institution, A pour acteurs, et TS pour techniques et société. L'ouvrage est constitué de dix chapitres et de quatre focus répartis en deux parties. La première rassemble les travaux qui analysent les médias, la seconde, les faits sociaux médiatisés.

Le premier chapitre, de Vincent Bullich et Laurie Schmitt, s'intitule « Socio-économie des médias : analyser les stratégies de production-valorisation ». Les auteurs rappellent que l'économie politique de la communication francophone aborde les phénomènes étudiés dans leurs dimensions économiques et politiques mais selon deux axes différents. Un premier axe vient dénoncer les logiques de domination à l'œuvre accompagnant la mondialisation de l'information et de la communication. Un second renvoie à la tentative de renouveler la théorie des industries culturelles en proposant des modèles (éditorial, flot, etc.). Cependant, quel que soit l'axe, il est toujours question dans ces analyses socio-économiques de considérer les médias comme des acteurs ou des groupes d'acteurs et d'étudier leurs stratégies, et c'est tout l'intérêt de ces approches : mettre en avant l'analyse des stratégies d'acteurs. Ce chapitre est suivi d'un focus rédigé par Franck Rebillard. En rappelant que les médias associent du symbolique et de l'industriel, il invite à appréhender dans une même perspective leur dimension socio-économique et la nature même des productions médiatiques. Il conserve cette perspective pour présenter le cas de l'information en ligne, et l'arrivée de nouveaux acteurs : les infomédiaires, qui relèvent du « courtage informationnel » un nouveau modèle qui vient enrichir ceux présentés précédemment. Céline Ségur, dans un deuxième chapitre, présente l'évolution des différents questionnements et méthodes sur les usages des médias. Elle revient sur les grandes étapes de la recherche sur les « publics médiatiques » : entre mesure d'audience et analyse de la réception qui ont

© Éditions de l'Université de Lorraine | Téléchargé le 25/02/2022 sur www.cairn.info via Université Rennes 2 - Haute Bretagne (IP: 193.52.64.243)

contribué à inscrire les pratiques médiatiques dans le monde social (p. 58). Pour sa part, Emmanuel Marty fait une présentation des ancrages théoriques et méthodologiques mobilisés pour étudier les contenus et discours médiatiques. Il présente les différents outils et méthodes disponibles, jusqu'aux plus récents, les SNA (Social Network Analysis (p. 96), pour analyser les discours des médias, en insistant sur la nécessité d'une articulation solide entre, d'une part, les outils et les méthodes d'analyse du discours, et, d'autre part, les théories du discours, afin de construire ainsi son « parcours interprétatif ».

Rédigé par Yves Jeanneret, le chapitre 4 « Recourir à la démarche sémio-communicationnelle dans l'analyse des médias » est important. Il présente de façon didactique, en donnant des repères, pour « un recours raisonné à l'analyse sémiologique dans le cadre d'une approche communicationnelle » (p. 105). Il insiste sur les exigences spécifiques de cette analyse lorsqu'il s'agit des médias, à considérer comme conditionnant et non déterminant la communication, cette production constante de sens par les individus et les groupes au fil des échanges. Il revient sur le concept de dispositif médiatique pour une approche communicationnelle, entendu ici comme un artefact industriellement produit qui configure les conditions matérielles de la communication : « Le dispositif 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).

Le focus 2, qui suit ce chapitre intitulé, « Récits médiatiques », de Marc Lits, revient et développe toutes les dimensions du récit médiatique : ses apports, ses logiques, ses dangers et donc aussi ses exigences. Dans le cinquième chapitre, Claire Blandin retrace brièvement les grandes étapes de l'histoire des médias, pour montrer les enjeux que posent, d'une part, la numérisation des archives, et, d'autre part, les thèmes émergeants pour la suite de recherches en histoire des médias, comme celui de prendre dorénavant en considération la circulation des discours médiatiques.

La seconde partie de l'ouvrage, intitulée « Médiatisation. Les grands enjeux. », s'intéresse à la construction des faits sociaux médiatisés. Les médias produisent des contenus consommés par les publics dans des thématiques diverses – questions politiques (agenda gouvernemental, politiques publiques…), socio-économiques, culturelles, environnementales, etc. – et sous des formes variées – de l'article spécialisé à l'information humoristique, de la vidéo de vulgarisation aux formats fictionnels. Les médiatisations sont par conséquent omniprésentes dans le quotidien des publics citoyens ; leur analyse pose des questions toujours renouvelées et essentielles quant à l'influence des médias au sein des groupes sociaux et à la construction des normes. Autrement dit, il s'agit de comprendre ici comment les médias et les moyens de communication participent à la définition du social et de ses dynamiques.

Dans le chapitre 6, qui introduit cette seconde partie, B. Lafon revient sur les différentes définitions du terme « médiatisation ». Il propose alors de considérer le double phénomène : « Le processus de médiatisation, tel que nous l'envisageons relève à la fois du procès de médiatisation de la communication, c'est à dire des processus visant à techniciser les échanges, et du procès d'élargissement du domaine médiatique qui concerne l'extension des médias vers les médias sociaux » (p. 179). Le processus de médiatisation apparait ainsi comme un moyen de donner de la profondeur aux études sur les médiatisations ainsi que de relier les contenus produits et consommés avec les problématiques plus générales d'une économie politique de la communication (p. 184). Il propose alors comme objectif des recherches en communication, celui de croiser 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.

Dans le chapitre suivant, Isabelle Paillard retrace l'évolution du rôle de la médiatisation et de ses conséquences dans l'espace public, qui, relativement unifiée, laisse place à « une pluralité d'espaces publics, indiquant tout à la fois leur élargissement (à d'autres acteurs, d'autres domaines sociaux, d'autres registres d'expression, d'autres conflictualités) et leur fragmentation » (p. 208).

Dans un focus sur le rôle des journalistes comme acteurs de la contribution à la médiatisation des faits sociaux, Roselyne Ringot propose de convoquer la notion d'auteur. Elle part de l'hypothèse qu'on assiste aujourd'hui à des stratégies d'individualisation de la parole journalistique dans un contexte de prolifération de l'information liée au numérique et aux réseaux sociaux.

Sur la médiatisation du politique, Pierre Leroux et Philippe Riutort constatent également une « accélération sans précédent de la mise à disposition et de la circulation d'une information politique de plus en plus multiforme, qui vient élargir quasiment sans limite la masse de vecteurs de l'information politique

© Éditions de l'Université de Lorraine | Téléchargé le 25/02/2022 sur www.cairn.info via Université Rennes 2 - Haute Bretagne (IP: 193.52.64.243)

mais aussi de ses producteurs et diffuseurs » (p. 221). Ils proposent alors de présenter les principaux repères d'une analyse de la politique médiatisée. Puis dans le chapitre intitulé « Les médiatisations visuelles des savoirs scientifiques », Michael Bourgatte et Daniel Jacobi analysent les différentes transformations que subit la production scientifique. Pour qu'elle se diffuse plus largement dans la société et parvienne ainsi à rencontrer de très larges cercles de publics, le discours scientifique des spécialistes subit un certain nombre de transformations, textuelles d'abord, visuelles ensuite.

Enfin, Isabelle Garcin-Marrou, revient sur les études qui ont analysé le genre au prisme des médias. Elle en distingue deux moments : celui qui interroge la place ou la présence des femmes dans les contenus médiatiques et dans les rédactions. Ensuite, celui qui aborde de façon plus précise des thématiques spécifiques (la famille, la politique, le sport) et qui permet d'approcher les modes éditoriaux ou discursifs de constructions des dominations genrées (p. 280). Les études sur les médias sous l'angle du genre, permettent alors de « comprendre comment les médias construisent, signifient et réaffirment des rapports de pouvoir et de domination ». Et de constater que, sur les nouveaux espaces médiatiques que sont les réseaux sociaux, viennent s'exprimer des formes de résistance et de déconstruction des dominations genrées (p. 288). Dernier focus, celui de Jocelyne Arquembourg qui revient sur la notion d'événement, pour montrer que la « médiatisation des événements collectifs interroge avant tout leur publicisation qui n'est pas redevable aux seuls médias, mais aussi aux acteurs qui la portent et aux publics qui lui répondent » (p. 297), et pour souligner les limites à considérer seule la médiatisation pour appréhender les événements.

L'ouvrage est d'une grande richesse pour tout étudiant·e ou chercheur·se s'intéressant aux médias et aux faits sociaux médiatisés. Il ou elle pourra y repérer et choisir tel ou tel cadre théorique et/ou méthodologique. On peut néanmoins regretter que les chapitres semblent plus servir au directeur de l'ouvrage à construire sa nouvelle grille d'analyse capable d'appréhender ce double procès – à la fois l'extension du domaine médiatique et la technicisation des échanges – qu'aux chercheurs sollicité. Nous attendons donc avec impatience une suite, où les différents travaux viendraient mobiliser cette nouvelle grille pour en saisir sa pertinence et ses limites.

Anne-France de Saint Laurent-Kogan
Université Rennes 2, Prefics, F-35043 Rennes, France
anne-france.kogan[at]univ-rennes2.fr

Bernard Miège, *La Numérisation en cours de la société. Points de repères et enjeux*
Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2000, 149 pages

Après de nombreux ouvrages sur les transformations contemporaines des industries culturelles, dont il est un théoricien reconnu, et en particulier les trois volumes de *La Société conquise par la communication* (Grenoble, Presses universitaires de Grenoble : t. I, *Logiques sociales*, 1989 ; t. II, *La Communication entre l'industrie et l'espace public*, 1997 ; t. III, *Les TIC entre innovation technique et ancrage social*, 2007), Bernard Miège propose une réflexion synthétique, mesurée et prudente, sur la numérisation de la société, très éloignée des discours promotionnels et des visées généralisatrices ou *prophétiques* qui se sont multipliées au cours des dernières décennies. Trois principes guident ce travail (p. 13-14) : la prise en compte des temporalités entre le temps court et le temps long, qui permet de distinguer les continuités et les discontinuités ; une théorisation « à moyenne portée », proposée déjà en 2015 (*Contribution aux avancées de la connaissance en information-communication*, Bry-sur-Marne, INA) ; la multidimensionnalité des approches, pour échapper aux points de vue mono-centrés ; trois principes, donc, qui permettent de dessiner les enjeux des innovations plurielles des sociétés contemporaines. De là, six regards proposés au long des six chapitres du livre, qui sont à envisager simultanément. Nous les reprenons ici dans un ordre un peu différent.

On est donc fort loin ici des visions « techno-centrées » ou « techno-déterminées », toujours plus ou moins dépendantes des stratégies marketing. Il s'agit en revanche de montrer ce qui est en jeu dans l'ancrage social du numérique de façon globale, et, encore une fois mesurée, notamment dans « l'impulsion à l'industrialisation de l'intermédiation et des médiations » (chap. III, p. 53-70) et « le renouvellement en profondeur de la production de l'information et du traitement des données personnelles » (chap. IV, p. 71-87). C'est donc une défense ferme d'une approche en termes de sciences sociales des avancées rapides et parfois explosives du numérique, comme on le voit dans la montée en puissance des Géants (chap. V, « Les mutations des pratiques

© Éditions de l'Université de Lorraine | Téléchargé le 25/02/2022 sur www.cairn.info via Université Rennes 2 - Haute Bretagne (IP: 193.52.64.243)