

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche  
Scientifique**

**Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences  
de l'Information**

**Cours de Sociologie des médias**

**Niveau Master**

*Polycopié pédagogique édité pour candidature au grade de Professeur.*

**Elaboré par :**

**Dr. TAIEBI FATIMA ZOHRA**

Maitre de Conférences classe A à l'ENSJSI.

taiebi.fatima-zohra@ensjsi.dz

fatimataiebi@hotmail.fr



**Année universitaire : 2022-2023**

<b>Sommaire</b>		
<b>Cours n°</b>	<b>Contenu</b>	<b>page</b>
<b>Introduction</b>	Descriptif et objectifs	<b>05</b>
<b>Cours n°1</b>	Les SIC: objet pluriel, recherches plurielles	<b>07</b>
	L'institutionnalisation des SIC	<b>09</b>
	Les Sic : Une interdiscipline	<b>10</b>
<b>Cours n°2</b>	La sociologie fonctionnaliste des médias	<b>13</b>
	Le fonctionnalisme dans les médias	<b>14</b>
	Le courant empirique (américain): le modèle des effets directs des médias	<b>15</b>
<b>Cours n°3</b>	Ecole de Columbia : modèle des effets limités et indirects	<b>18</b>
	Les caractéristiques d'un guide d'opinion	<b>21</b>
	Le Two steps flow à l'ère des réseaux sociaux numériques	<b>21</b>
<b>Cours n°4</b>	La théorie de l'information et la cybernétique	<b>23</b>
	La cybernétique	<b>24</b>
	L'approche systémique	<b>27</b>
<b>Cours n°5</b>	L'école de Palo Alto (le collègue invisible) : le modèle orchestral de la communication	<b>30</b>
<b>Cours n°6</b>	La sociologie des journalistes : Les <i>newsmaking/gatekeepers</i>	<b>32</b>
	La théorie des <i>gate keepers</i>	<b>33</b>
	Les <i>gatekeepers</i> à l'ère de l'internet	<b>36</b>
<b>Cours n°7</b>	La théorie des usages et gratifications	<b>38</b>
<b>Cours n°8</b>	L'approche diffusionniste d'Everett ROGERS	<b>40</b>
	Le processus d'adoption d'une innovation	<b>40</b>
	Les catégories d'adoptants	<b>42</b>
<b>Cours n°9</b>	La théorie technologique de Marshall Mc LUHAN	<b>44</b>
	Les médias chauds et les médias froids	<b>45</b>
<b>Cours n°10</b>	La sociologie des usages	<b>46</b>
	Cadre conceptuel de la sociologie des usages	<b>48</b>
	Sociologie des usages : Aspects méthodologiques	<b>50</b>
<b>Cours n°11</b>	Les théories politiques des médias	<b>51</b>
	La théorie de <i>l'Agenda Setting</i> : Maxwell Mc Combs et Donald SHAW/ 1972	<b>51</b>
	La spirale du silence : la théorie de l'opinion	<b>54</b>

	publique d'Elisabeth Noëlle Neumann/ 1974	
	La théorie du cadrage médiatique : <i>Framing</i>	<b>57</b>
	L'effet d'amorçage : <i>Priming effect</i>	<b>59</b>
	Les limites des recherches empiriques Critiques de la première génération de recherche	<b>60</b>
<b>Cours n°12</b>	Le courant critique et philosophique des médias	<b>61</b>
	L'école de Franckfort : la théorie critique	<b>62</b>
	Les industries culturelles	<b>62</b>
	Les industries culturelles à l'ère actuelle	<b>64</b>
	La théorie de l'espace public : HABERMAS	<b>65</b>
<b>Cours n°13</b>	Les traditions de recherche sur la réception : consommation et réception des œuvres culturelles	<b>67</b>
	Michel de Certeau et la question de la réception	<b>68</b>
	Les études culturelles ( <i>Cultural Studies</i> )	<b>69</b>
<b>Cours n°14</b>	Le structuralisme	<b>71</b>
	La linguistique structurale et le rêve d'une science globale de la communication	<b>72</b>
	La sémiologie	<b>73</b>
	L'analyse sémiologique de l'image fixe : Photographie de presse	<b>75</b>
<b>Cours n°15</b>	Internet studies : vers une nouvelle sociologie d'un média hétérogène	<b>82</b>
	Les principales problématiques liées à la diffusion de l'internet	<b>83</b>
	Internet studies : nouveaux enjeux théoriques et méthodologiques	<b>87</b>
<b>Bibliographie</b>	Références bibliographiques	<b>89</b>
<b>Lexique</b>	Expliquer les termes cités dans le travail	<b>96</b>
<b>Acronyme</b>	Expliquer les abréviations	<b>100</b>

<b>Liste des schémas</b>		
<b>Schéma n°</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Page</b>
<b>Schéma n°1</b>	Le modèle « <i>two step flow of communication</i> »	<b>19</b>
<b>Schéma n°2</b>	Le schéma général de la communication	<b>24</b>
<b>Schéma n°3</b>	La cybernétique	<b>27</b>
<b>Schéma n°4</b>	La théorie des <i>gatekeepers</i>	<b>35</b>
<b>Schéma n°5</b>	Les catégories d'adoptants/ la courbe « S »	<b>43</b>
<b>Schéma n°6</b>	L' <i>Agenda building</i>	<b>54</b>
<b>Schéma n°7</b>	La spirale du silence	<b>56</b>
<b>Schéma n°8</b>	La théorie du cadrage médiatique	<b>58</b>
<b>Schéma n°9</b>	Le schéma de la communication de Jakobson	<b>74</b>

<b>Liste des figures</b>		
<b>Figure n°</b>	<b>Intitulé</b>	<b>Page</b>
<b>Figure n°1</b>	La fillette et le vautour	<b>79</b>
<b>Figure n°2</b>	Campagne publicitaire anti-tabagisme	<b>80</b>
<b>Figure n°3</b>	Caricature d'El Watan	<b>81</b>
<b>Figure n°4</b>	Usage du web et des réseaux sociaux numérique dans le monde/octobre 2022	<b>85</b>

## **Descriptif et objectifs :**

Le présent polycopié rassemble des cours sur la Sociologie des médias. Il s'agit d'un cours semestriel dispensé au niveau de l'ENSJSI<sup>1</sup>. L'élaboration de ce travail s'appuie sur une liste sélective des références bibliographique des auteurs reconnus dans le domaine. En effet, pour une bonne compréhension du texte, nous avons établi un glossaire pour les concepts liés aux théories citées dans ce travail.

La sociologie des médias est développée dans le cadre de recherche sur les médias et la communication. Elle s'inscrit dans le champ des Sciences de l'information et de la communication (Sic). Cette matière nous offre les outils théoriques, méthodologiques et conceptuels, afin de comprendre le monde des médias et ses différentes mutations. Car, la communication est présente dans tous les domaines (l'économie, les techniques, la politique,...etc.)

Ce domaine de recherche permet :

- De présenter les principales approches sociologiques.
- D'analyser les dimensions : sociale, organisationnelle, stratégique, technique et symbolique des médias;
- De comprendre les mutations actuelles dans le monde de la communication.
- Le débat sur les médias cristallise plusieurs problématiques:
  - Sur l'influence sociale et politique.
  - La marchandisation de la culture.
  - les médias comme outils de domination.
  - La sociopolitique des usages.

---

<sup>1</sup> - Cours dispensé par l'auteur, aux étudiants de master académique (offre de formation en Master promotions 2015 et 2019), ainsi qu'aux étudiants de master professionnel : promotions (2016, 2017, 2019).

Selon Rémy RIEFFEL, la sociologie des médias étudie :

*« Les diverses modalités de production et de réception de l'information, les relations qui s'instaurent entre l'émetteur et le récepteur des messages, l'influence des médias dans la société en s'intéressant plus particulièrement au comportement des différents acteurs qui y interviennent (les journalistes, les hommes politiques, les décideurs économiques, les intellectuels,...) ainsi qu'à celui des usagers (le public) »<sup>2</sup>.*

Cette matière consiste à étudier le processus communicationnel des différents acteurs (décideurs, professionnelles et citoyens) ; et ses différentes imbrications politique, culturelle et sociale.

En effet, ce polycopié est constitué de trois grandes parties : les deux premières parties abordent les courants théoriques fondateurs : les travaux anglo-saxons (media studies) et les théories européennes, quant à la dernière partie expose les travaux récents liés à l'émergence de l'internet et des nouveaux médias (internet studies).

Ce travail démontre également, les outils conceptuels et méthodologiques (terrains et méthodes) appropriés afin d'appréhender les phénomènes communicationnels anciens et nouveaux.

La complexité de l'objet d'étude de la sociologie des médias, fait appel à d'autres disciplines en sciences humaines et sociales, comme: la sociologie, la psychologie sociale, les sciences politiques, la sémiologie, l'histoire, l'anthropologie,...etc.

---

<sup>2</sup> - RIEFFEL Rémi, Sociologie des médias, 2 éd, Paris : Ellipses, 2005, p 4.

<b>Cours n°1 :</b>
<b>Les sciences de l'information et de la communication: objet pluriel, recherches plurielles</b>

La présentation de la discipline « SIC » et ses spécificités s'avère une étape importante avant d'entamer les autres aspects de la conférence objet de notre polycopié.

## **1- Définition des concepts :**

### **1-1- Communication :**

Le mot communication vient du latin *communicare* le mot signifie « *acte de mettre en commun par un échange fonctionnel* »<sup>3</sup>.

Carl Hovland définit la communication « *comme étant le processus par lequel un individu transmet le stimulus afin de modifier le comportement d'autres individus* ».

Pour Dominique WOLTON : « *La communication ne se réduit évidemment pas à la performance des outils, ni à l'émergence de nouveaux usages et marchés...la communication est d'abord une réalité culturelle et sociale, et concerne la manière dont les hommes et les sociétés entrent en contact les uns avec les autres* »<sup>4</sup>.

Armand et Michèle MATTELART, estiment que : « *La notion de la communication recouvre une multiplicité de sens... Situé au carrefour de plusieurs disciplines, les processus de communication ont suscité l'intérêt de*

---

<sup>3</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, 3 éd, Paris : Armand Colin, 2015, p 25.

<sup>4</sup> - WOLTON Dominique, « Avant-propos. Le moment de la communication », *Hermès, La Revue*, 2004/1 (n° 38), p. 9-11. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-9.htm>

*sciences aussi diverses que la philosophie, l'ethnologie, l'économie, les sciences politiques, la biologie, la cybernétique ou les sciences cognitives* »<sup>5</sup>.

Donc, la communication est un processus permettant de rentrer en relation avec autrui, d'une manière direct (communication interpersonnelle) ou indirect (via différents moyens de communication). Elle consiste à transmettre un message, afin d'informer, de convaincre, d'influencer un comportement (politique, commercial, etc.). Elle est à l'intersection de plusieurs disciplines.

## **1-2- Information :**

Le mot information du latin *informationem*, qui signifie action de former et de façonner. Il est défini dans le dictionnaire Larousse comme « *l'action d'informer quelqu'un, de le tenir au courant des évènements* »<sup>6</sup>.

L'expression a connu des extensions de sens considérables : information médiatique, information numérique, ...etc. Comme l'explique Le Coadic : « *le concept d'information, utilisé dans différentes disciplines, a longtemps présenté un caractère flou tout en conservant une valeur heuristique considérable* »<sup>7</sup>.

Breton et Proulx considèrent l'information : « *une description objective faite en vue d'être communiquée et apporter, le cas échéant, une nouveauté pour l'auditoire* », donc l'information est un concept ambigu et polyvalent, qui signifie la transmission d'un message via un canal entre un émetteur et un récepteur.

---

<sup>5</sup> - MATTELART Armand et Michèle, Histoire des théories de la communication, Paris : la découverte, 2002, p3.

<sup>6</sup> - Dictionnaire Larousse en ligne ;

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/information/42993>

<sup>7</sup> - LE COADIC Yves-François, « L'objet : l'information », dans : Yves-François Le Coadic éd., *La science de l'information*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2004, p. 5-14. URL : <https://www.cairn.info/la-science-de-l-information--9782130547495-page-5.htm>

### **1-3- Les médias :**

Le mot média, « *du latin medius qui est au milieu, renvoie quant à lui à la mise en relation à distance* »<sup>8</sup>, le mot en anglais est médium. Les médias engloberont « *les techniques et tous les supports permettant aux hommes de communiquer entre eux, de transmettre des messages aux contenus les plus variés. Seront donc pris en considération la presse, la radio, la télévision, le téléphone, l'informatique et l'internet* »<sup>9</sup>.

En effet, les médias, ou les supports de communication, représentent des vecteurs de messages médiatiques, il peut s'agir des médias de masse traditionnels comme : la presse écrite, la radio, la télévision, le cinéma,...ou les nouveaux médias liés au déploiement de l'internet et des TIC.

### **2- L'Institutionnalisation de la discipline SIC :**

Les Sciences de l'Information et de la Communication est une discipline relativement jeune, apparues dans les années 40 aux Etats Unis, elle commence à se développer en France à partir des années 60.

Les SIC est une discipline des sciences humaines et sociales est un champ de pratique professionnelle et de recherche scientifique. Instituée en 1974 par l'université française. Elle est interdisciplinaire par nature. Elle repose sur les acquis scientifiques d'autres disciplines comme les sciences de gestion, l'économie politique, la sociologie, l'anthropologie et la sémiologie. La spécificité de cette discipline était conçu à des fins d'enseignement et de formation à des métiers ceux du journalisme, des relations publiques, la documentation, des bibliothèques<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> - Maigret, ibid. page 25.

<sup>9</sup> - RIEFFEL Rémi, Sociologie des médias, 2 éd, Paris : Ellipses, 2005, p 5.

<sup>10</sup> - METZGER Jean Paul, Les Sciences de l'information et de la communication : savoirs et pouvoirs, *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2004, n° 6, p. 145-146. En ligne sur : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-06-0145-016>

### 3- Les SIC : Une interdiscipline

Il convient de souligner que les SIC sont considérés comme une discipline carrefour et hétérogène. Elles demeurent un champ carrefour et interdisciplinaire. Elles reposent sur les acquis des autres disciplines des sciences humaines et sociales, et leur empruntent souvent leurs concepts, leurs cadres théoriques et utilisent les techniques et méthodes y afférentes. Nous citons par exemple : la sociologie, l'anthropologie, les sciences politiques, la sémiologie, la linguistique, la psychologie sociale, l'histoire, l'économie, etc. (Wolton, 1997)<sup>11</sup>. Selon Robert BOURE : « *Les SIC se sont constituées [depuis les années 70] d'abord en tant que savoirs multiples et dispersés dans plusieurs disciplines mères, et ensuite en tant qu'interdiscipline fonctionnant de plus en plus en discipline académique au fur et à mesure de leur maturation* »<sup>12</sup>.

Quant à l'objet des SIC est déterminé selon Bernad Miège, comme suit: « *Est de ressort, des Sciences de l'Information et de la communication, non pas l'étude spécifique de l'interaction langagière ou sociale, mais celle des processus d'information ou de communication relevant d'actions organisées, finalisées, prenant ou non appui sur des techniques, et participant des médiations sociales et culturelles. Sont également pris en compte les travaux développant une approche communicationnelle de phénomènes eux-mêmes non communicationnels.* »<sup>13</sup>. A partir de cette précision, il est à noter que l'objet des SIC est global, il s'intéresse à l'étude d'un processus complexe, revoie à des interactions, des pratiques de différents acteurs dans des situations communicationnelles diverses (communication de masse, communication institutionnelle,...etc.).

---

<sup>11</sup> - MEYER Vincent, « Robert BOURE, dir. Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés. Lille, Presses universitaires du Septentrion, coll. Communication, 2002, 179 p. », *Questions de communication*, 2003/2 (n° 4), p. 0-0. DOI : 10.4000/questionsdecommunication.5850. URL: <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2003-2-page-0.htm>. Site consulté, le 6/10/2022.

<sup>12</sup> - MUCCHIELLI Alex, *Etude des communications : nouvelles approches*, éd : Armand Colin : Paris, 2006, p89.

Dans ce sens, Jean Mayrat explique l'objet des SIC, comme suit: « ... *il y a pluralité d'objets, d'objectifs théoriques, de finalités professionnelles. Mais cette pluralité est interne à une unité que nous avons voulue affirmer (...)* »<sup>14</sup>.

Pour Eric Dacheux : « *Les SIC sont les sciences qui ont pour objet de comprendre non pas les outils de communication, mais la communication. Il s'agit donc, de restituer toutes les dimensions (symboliques, politiques, économiques) d'une communication humaine* »<sup>15</sup>. C'est-à-dire, les SIC englobe à la fois, l'étude des processus de l'information et de la communication, les pratiques, les comportements et les systèmes culturels et sociaux.

Ainsi, la recherche en Sic soulève un certain nombre de problèmes d'ordre épistémologique qui concernent en premier lieu les frontières de la discipline qui semblent difficile à circonscrire. En effet, les Sic représentent une discipline jeune et plurielle<sup>16</sup>, caractérisées par l'éclatement de son objet. En ce sens, elles traitent des problématiques transversales appartenant à des disciplines connexes. En second lieu, la spécificité interdisciplinaire des SIC rappelle souvent la naissance difficile d'une discipline avec un socle théorique et conceptuel original ; ce chevauchement qui semble parfois productif, provoque pour certains chercheurs le risque d'un égarement méthodologique<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> - GALLOT Sidonie, "Les enjeux d'une cartographie des SIC pour la discipline et les unités de recherche", *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [Online], 5 | 2014, Online since 31 July 2014, URL: <http://journals.openedition.org/rfsic/119>. Consulté le 06 Octobre 2022.

<sup>15</sup> - DACHEUX Éric (dir.). *Les sciences de l'information et de la communication*. Nouvelle édition [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2009 Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/14199>>. ISBN : 9782271121806. Consulté le 06 octobre 2022.

<sup>16</sup> - GRANJON Fabien, « Les sciences de l'information et de la communication toujours à la recherche de leur (s) spécificité (s) », contribution disponible en ligne, consultée le 03/01/2018.

#### **4- Les fondements théoriques de l'étude des médias :**

A partir des années 1940, les chercheurs s'accordent sur l'idée que les médias de masse comme la presse, le cinéma, et la radio exercent une influence majeure sur les gens\_ les médias peuvent transformer significativement les attitudes et les comportements des individus en tant électeurs ou consommateurs.

Les connaissances sociologiques concernant les phénomènes des médias se fixent autour de deux grands courants :

Le premier empirique des effets de communications de masse à travers la recherche quantitatives (positivistes) et la production d'enquête de terrain.

Quant au deuxième est essentiellement critique est articulé autour de réflexions sur la culture de masse et l'industrie culturelle apparaît davantage philosophique. Il emprunte des grandes tendances de la sociologie européenne de la fin du 19<sup>ème</sup> siècle décrivant le passage de la société traditionnelle vers la modernité et la société de masse<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, Paris : La découverte, 2002, p167.

<b>Cours n°2 :</b>
<b>La sociologie fonctionnaliste des médias</b>

### **1- Le fonctionnalisme :**

Un courant sociologique, fondé sur l'explication fonctionnelle des phénomènes. Parmi ses pères fondateurs, le sociologue Emile DURKHEIM (1858-1917)<sup>19</sup>.

La société est considérée comme un tout organique, chacune de ses parties constitutives, contribuant au maintien des autres parties et à celui du corps social dans son ensemble<sup>20</sup> (chaque institution sociale occupe une fonction dans la société).

Pour sa part Bronislaw MALINOWSKI (1884- 1942), considéré aussi parmi les pères fondateur du fonctionnalisme, grâce à une nouvelle vision de la société. Selon lui, les fonctions de la société répondent à deux types de besoins : les besoins primaires physiologiques (se nourrir par exemple,..), et les besoins culturels (économiques, juridiques,..), qui sont comblés une fois les besoins primaires satisfaits. Il a élaboré trois postulats de base : postulat de l'unité fonctionnelle : tout élément d'un système est fonctionnel pour le système social tout entier.

Postulat d'un fonctionnalisme universel : chaque élément social et culturel remplit une fonction dans le système.

Postulat de nécessité : chaque élément est indispensable au système<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> - Son projet sociologique apparait dans « les règles de la méthode sociologique », publié en 1895. Un ouvrage écrit pour délimiter l'objet et les règles de la sociologie

<sup>20</sup> - Encyclopédie UNIVERSALIS en ligne, page consultée le 22/9/2022. Disponible sur le lien suivant : [https://www.universalis.fr/encyclopedie/fonction-sociale/#i\\_42720](https://www.universalis.fr/encyclopedie/fonction-sociale/#i_42720)

<sup>21</sup> - <https://wp.unil.ch/bases/2013/07/le-fonctionnalisme/>

## 2- Le fonctionnalisme dans les médias :

Le développement du courant fonctionnaliste des médias revient au politologue américain « Harold Lasswell » (1948). Lasswell est le premier penseur qui a formulé une relation fonctionnaliste entre le système social et les médias<sup>22</sup>.

Il estime que la communication occupe une place centrale dans le raisonnement fonctionnaliste puis qu'elle est la condition du maintien du lien social, de la cohésion et de la stabilité de la société.

Selon Lasswell, les fonctions des médias dans la société, sont :

- La surveillance de l'environnement (mettre en évidence ce qui peut menacer la société)
- La corrélation entre les différentes composantes de la société.
- La transmission de l'héritage socioculturel d'une génération à l'autre (c'est la continuité d'un système de valeurs par les médias, et l'affirmation des traits dominants de la culture d'une société données)<sup>23</sup>.

Durant les années 60 Lazarsfeld et Merton rajoutent une autre fonction qui est 'le divertissement'.

---

<sup>22</sup> - Charles WRIGHT, l'un des représentants patentés du fonctionnalisme.

<sup>23</sup> - Beaud Paul. Introduction. In: *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, 1997. *Sociologie de la communication*. pp. 13-41. Disponible sur : [www.persee.fr/doc/reso\\_004357302\\_1997\\_mon\\_1\\_1\\_3830](http://www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3830)

### 3- Le courant empirique (américain): Lasswell, Lazarsfeld, Merton, Kurt Lewin, et Karl Hovland

#### 3-1- L'école de Chicago (1910)<sup>24</sup>:

Cette école s'interroge sur le rôle des journaux dans l'intégration des immigrants. Elle s'intéresse au rôle de la *communication dans l'organisation de la communauté*.

Depuis les années dix, les travaux de l'école de Chicago s'inscrivent dans une approche microsociologique des modes de communication dans l'organisation de la communauté est en harmonie avec une réflexion sur le rôle de l'outil scientifique dans la résolution des grands déséquilibres sociaux<sup>25</sup>.

Cette école considère la ville comme laboratoire sociale est le terrain d'observation privilégié entre 1915 et 1935. Les principales études se concentrent sur la question de l'immigration et à l'intégration des immigrants dans la société américaine. Les chercheurs s'interrogent sur la fonction des journaux, la nature de l'information, la profession du journalisme et la différence qui le distingue de la propagande sociale.

Les recherches sont caractérisées par la tendance **positiviste** marquée par **l'épistémologie behaviouriste** et **les méthodologies quantitatives**<sup>26</sup> : le paradigme empiriste et quantitatif de la communication.

---

<sup>24</sup> - Deux postures sociologiques proches sont désignées sous la même appellation : la première école de Chicago avec Park, Thomas, Znaniecki, Burgess, Mac Kenzie... domine la sociologie américaine (direction continue de l'American Sociological Society). Elle privilégie **la recherche de terrain, l'enquête longue et l'observation participante**. La seconde école de Chicago, dans les années 1950- 1960, avec Goffman, Becker et Strauss, s'inspire des apports philosophiques des fondateurs, comme Cooley et Mead, et des méthodes de recherche de terrain, pour développer l'interactionnisme symbolique (la société est le produit des interactions entre les individus) fondé par Herbert G. Blumer et Everett C. Hughes\_ Cf : DELLAS, MILLY, Histoire des pensées sociologiques, 4 éd, Armand COLIN, 2015, p 100.

<sup>25</sup> - MATTELART Michèle et Armand, Histoire des théories de la communication, Paris : la découverte, 2002, p 14.

<sup>26</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, Paris : La découverte, 2002, p132.

L'analyse des phénomènes et des processus de communication à travers la méthodologie ethnographique : observation participante et analyse des histoires de vie. Pour étudier les interactions sociales est à la base d'une microsociologie qui part des manifestations subjectives de l'acteur (John DEWEY/ HERBERT MEAD)<sup>27</sup>.

#### **4- Mass communication research: effets directs des médias**

En 1927 Lasswell politologue et enseignant à l'université de Chicago. Il publie son livre « Propaganda techniques in the world war »/ tire des leçons de la première guerre mondiale (1914/1918).

- Les moyens de de communication et de diffusion (tels : le télégraphe, le téléphone, le cinéma, la radiocommunication) sont devenus des instruments de gestion gouvernementale des opinions des populations alliées et ennemis.

- Dans ce contexte nous rappelons également l'ouvrage emblématique de Serge Tchakhotine (biologiste et sociologue allemand, d'origine russe), *Le viol des masses par la propagande politique* (1939)<sup>28</sup>. L'idée selon laquelle les médias de masse façonnent l'opinion et contribuent à un processus de massification – au sein duquel les individus perdent leur capacité de réflexion et de critique<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> - MATTELART Michèle et Armand, Histoire des théories de la communication, Paris : la découverte, 2002, p 16.

<sup>28</sup> - Le livre a été interdit par la Gestapo, censuré la même année par le ministre français des affaires étrangères. Le livre représente une contribution à la compréhension des mécanismes de l'oppression psychique, il donne également des armes efficaces de manipulation des hommes. Pour Alexandre DORNA, la réflexion de TCHAKHOTINE sur les leviers de la propagande est d'une grande originalité pour l'époque. Ses effets sur la foule le conduisent à établir une synthèse des approches du moment : psychologiques (Le Bon, Tarde, Mc Dougall), sociologues (Michel, Kautsky, Durkheim), psychanalytiques (Freud, Adler, Jung) et behavioristes (Watson, Hall).

<sup>29</sup> - Il distingue entre la foule et la masse, si la foule est toujours une masse, une masse n'est pas toujours une foule, mais il y a un lien puissant entre les deux : l'égalité d'intérêt, de milieu, d'éducation, de nationalité, de travail. La masse est affective, elle est influencée par l'émotion. Les masses sont privées d'information rationnelles et objectives. Quant à la foule est assez instable, elle comporte une hiérarchie entre meneurs et suiveurs.

#### 4-1- Le modèle linéaire de la communication :

Lasswell développe son modèle des 5 questions (1948): qui? Dit quoi? Par quel canal? À qui? Et avec quel effet? Il propose une première théorisation sur les effets puissants et directs des médias à travers le « **le modèle de la seringue hypodermique**: l'individu est un être passif (atomisé). « *Les médias producteurs de modèles comportementaux* ».

Son idée s'inscrit dans le courant Behavioriste (Stimulus/ réponse). Cette idée rencontre les recherche béhavioristes et les théories psychologiques (watson, Pavlov), et les travaux de de Serge Tchakhotine<sup>30</sup>. Les médias injecteraient des modèles de comportement et attitudes dans la conscience d'individus passifs.

- D'un point de vue méthodologique, cette période a connu les premiers sondages d'opinions. Aussi, Lasswell a employé la méthode de *l'analyse de contenu* des messages de propagande<sup>31</sup>.

- L'analyse de contenu, définit par Berelson (1952), comme étant une : « description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications ». Il applique cette technique à des corpus de message de propagande « blanche » (destinée aux publics des pays alliés) et de propagande « noire » (destinée aux pays ennemis), l'analyse des médias ou supports, l'analyse de l'audience et l'analyse des effets des médias sur les récepteurs en étudiant les changements qui s'opèrent dans leurs connaissances et, leurs comportements, leurs attitudes, leurs émotions et leurs actes, suite à une campagne politique ou publicitaire ou de propagande<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> - Tchakhotine établit une analyse objective du phénomène fasciste afin de mettre en lumière une explication psychosociologique de sa réussite. En effet, les éléments de la propagande Nazie (selon une hiérarchie pyramidale : Symbole, slogans, programme, doctrine).

<sup>31</sup> - \*Propagande : elle réside dans la manipulation psychologique de l'auditoire afin de le conditionner à recevoir une opinion donnée. Les cinq règles de la propagande selon Jean Marie DOMENACH sont : la simplification (personnifier un ennemi unique), le grossissement (qui permet de défigurer les faits), l'orchestration (qui permet notamment la répétition des messages), la transformation qui permet de s'adapter aux différents publics\_ Cf : BRETON Philippe, PROULX Serge, L'explosion de la communication, p83.

<sup>32</sup> - Ibid, p140.

<b>Cours n°3 :</b>
<b>Ecole de Columbia : modèle des effets limités et indirects</b>

- Les média studies, une tradition de recherche naît durant les décennies 1930 et 1940. Elle fournit un fondement théorique aux sciences de l'information et de la communication, basée sur l'étude de l'impact de la presse, du cinéma et de la radio<sup>33</sup>.

#### **1- Le modèle des effets limités et indirects des médias :**

L'objet des premières enquêtes empiriques portent sur l'étude de l'influence sociale et politique des médias sur les comportements des récepteurs: électoral (le vote) et commercial (l'achat). Ce courant de recherche connu sous l'appellation de l'école de *Columbia*.

L'un des pionniers de cette école est l'autrichien Paul Felix LAZARFELD (formé en mathématiques et en sciences politiques) et ses troupes du bureau 'Applied Social Research' créé en 1937, ils étudient à l'aide des méthodes empiriques positivistes des sciences sociales appliquées la signification et l'impact des médias de masse et particulièrement la radio sur les récepteurs.

A partir des enquêtes de panel (enquêtes de longue durée), les chercheurs tentent d'étudier le rôle de la communication de masse dans les processus de décision : voter, acheter, aller au cinéma, changer d'opinion.

- Les effets de médias sont mesurés par des processus sélectifs d'attention, de perception et de mémoire. Ce modèle est connu sous le nom du « modèle des effets limités ».

La thèse principale de l'Ecole de Columbia démontre que la communication de masse n'a pas l'efficacité nécessaire et suffisante pour modifier significativement (à elle seule) les attitudes ou les comportements des utilisateurs des médias.

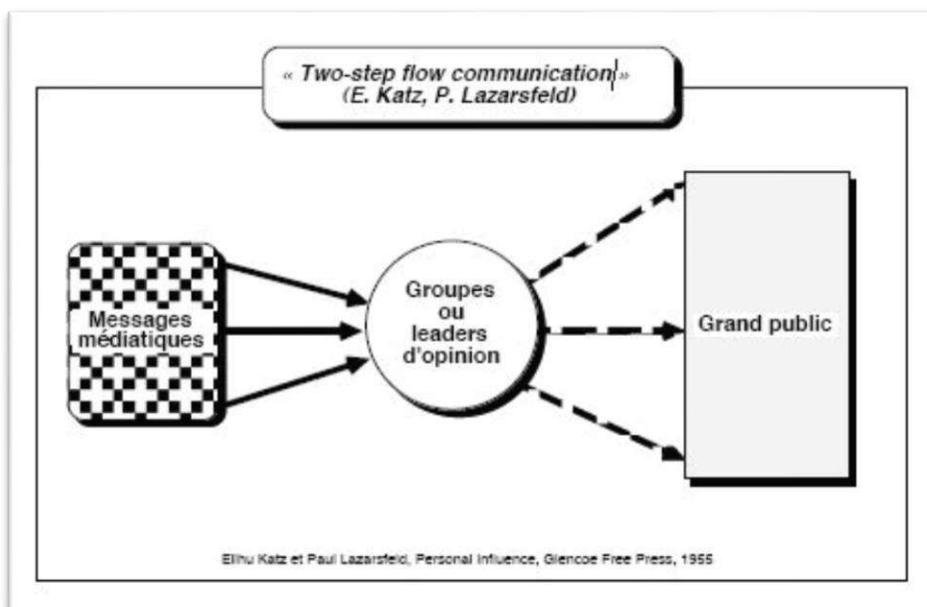
---

<sup>33</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, op.cit. p145.

Paul Lazarsfeld et Elihu Katz élaborent le modèle des effets limités des médias de masse. Ils mettent en avant l'idée de « *flux communicationnel en deux temps* » (*two step flow*) le rôle des leaders d'opinion comme étant une source d'information et des générateurs de pression sociale<sup>34</sup>. Au premier pallié il y a les personnes relativement bien informées exposées directement aux médias, au second il y a celles qui fréquentent moins les médias qui dépendent des autres pour obtenir l'information<sup>35</sup>.

Les leaders d'opinion qui sélectionnent et filtrent les messages diffusés par les médias, ils jouent un rôle de médiateurs entre les médias et la masse d'individus composant les publics<sup>36</sup>.

**Schéma n°1: Le modèle « *two step flow of communication* »**



Source : <https://www.pinterest.se/pin/781867185292336494/>

<sup>34</sup>- Cf. KATZ Elihu, *Lire la réception à travers le modèle des effets limités. Actualité de LAZARSFELD*, article publié en 1989 et repris par la même revue : in HERMES, *la réception*, sous la coordination D. DE WOLTON et C. MEADEL, Paris : CNRS, 2009.

<sup>35</sup> - MATTELART Michèle et Armand, *Histoire des théories de la communication*, op.cit., p25.

<sup>36</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, op.cit., p148.

Plusieurs enquêtes ont été menées par Lazarsfeld sur l'attitude des électeurs face aux médias lors des campagnes électorales aux Etats Unis, lors de la réélection de Théodore ROUZVELT face au républicain WILLKIE « The people's choice » en 1944<sup>37</sup>, avec B. Berelson et H. Gaudet, « voting » en 1954 avec B. Berelson et W.N. MacPhee ; ou sur le comportement des consommateurs face aux médias « Personal Influence »<sup>38</sup> en 1955, avec Elihu Katz. Les résultats de ces enquêtes confirment la supériorité des relations interpersonnelles sur les médias. Ils montrent que le récepteur n'est pas un être passif et vulnérable mais un individu inséré dans un tissu social, influencé par la pression des groupes d'appartenance (famille, amis, relations de travail, etc.).

## **2- Les principaux éléments théoriques de l'école de Columbia :**

- Le degré d'exposition est variable selon les groupes primaires auxquels on est rattaché. (le milieu social, le diplôme, l'intérêt porté par les individus)
- La sélectivité dans la réception des messages : les gens préfèrent les informations qui correspondent à leur attente et à leur opinion personnelle<sup>39</sup>.
- Le vote est une expérience de groupe car les groupes (amis, familles) exercent une pression à la conformité « *les gens qui travaillent ou vivent ou se distraient ensemble sont enclins à voter pour les mêmes candidats* »<sup>40</sup>.

---

<sup>37</sup> - Dans *The People's Choice* (1944), livre écrit avec Bernard BERELSON et Hazel GAUDET. Lazarsfeld démontre que le vote n'est pas seulement un choix individuel, mais il peut être dépendant de trois variables : la classe, l'appartenance géographique et la religion.

<sup>38</sup> - Lazarsfeld approfondit la théorie des « du flux de communication à deux étages », à travers une enquête menée par Elihu KATZ, sur 800 femmes âgées d'au moins de 16 ans, afin de découvrir les déterminants des choix dans les domaines des biens de consommation, de la mode, du cinéma et des affaires publiques. A travers une combinaison d'approches : sociométrie et entretiens, il ressort que l'hypothèse d'une supériorité de relations interpersonnelles sur les médias dans l'acte de décision est confirmée.

<sup>39</sup> - Les travaux de la psychosociologie ont confirmé que l'exposition, l'attention et la perception des messages obéissent à un processus complexe de filtrage qui va dans le sens du renforcement des opinions préalables

<sup>40</sup> - RIEFFEL Remy, *Sociologie des médias*, op.cit.

- L'effet des messages est indirect, il passe par des relais ou des guides d'opinions (membre de famille, amis, voisine, collègues de travail) et s'élabore en deux temps « two step flow of communication ».

### **3- Les caractéristiques d'un guide d'opinion :**

- 1- Le guide ou le leader d'opinion doit inspirer confiance, et une très forte crédibilité.
- 2- Il occupe une position sociale stratégique : il doit être situé au centre d'un réseau de connaissances à l'intérieur du groupe.
- 3- Il incarne les valeurs du groupe (opinions, idées, ...)
- 4- Il est davantage exposé aux messages médiatiques que les autres groupes (il lit la presse, écoute davantage la radio, regarde davantage la télévision).

Les leaders d'opinion actuellement sont les responsables d'association, des sportifs, de journalistes, intellectuels et experts souvent très médiatisés eux-mêmes.

En résumé, la thèse de l'omnipotence des médias apparaît erronée. Les effets des médias sont indirects et limités, filtrés par les capacités cognitives des individus, diffusés horizontalement, à l'intérieur des réseaux, et non verticalement de l'émetteur vers le récepteur<sup>41</sup>.

### **4- Le Two steps flow à l'ère des réseaux sociaux numériques :**

Du réseau social traditionnel au réseau social numérique. A l'heure actuelle, Daniel Dayan parle de *multisteps flow of communication*, le processus de communication est devenu plus complexe et diffus car il existe plusieurs niveaux de filtrage, un véritable réseau d'influence qui conduit à l'émergence d'opinions collectives « des communautés interprétatives » (les discussions portant sur le contenu des médias débouchant sur l'émergence d'opinions collectives ». Par exemple, il n'existe pas forcément un seul niveau de filtrage entre les médias et le public : parfois un leader d'opinion s'adresse lui-même

---

<sup>41</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, op.cit., p74.

à des experts qu'il perçoit comme plus compétents que lui, pour avoir leur avis, et peut alors parler d'un *multistep*<sup>42</sup>.

Selon Eric MAIGRET, ces travaux contribuent à ouvrir la porte à des recherches postérieures qui approfondiront l'étude des réseaux sociaux, par exemple chez les demandeurs d'emploi, les souscripteurs de logements, ..., donc, il est extrêmement important d'étudier la place des communautés à l'ère internet en tant que espace d'inventions de relations, notamment sur la question des usages sociaux et de l'appropriation groupales des blogs et des réseaux sociaux numériques (facebook, twitter, You tube).

Cependant, ce modèle à ses propres limites :

- S'intéresser aux effets des médias à court terme et de ne pas prendre en considération les autres dimensions dans le choix du peuple (préférences politiques, engagement, plaisir).
- Sous-estimer la puissance économique et politique des émetteurs verticaux (gouvernements, médias, entreprises, lieux de culte) ou le poids de l'idéologie dominante<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> - DERVILLE Gregory, Le pouvoir des médias, 4éd, Presses universitaire de Grenoble, 2017, p24.

<sup>43</sup> - BOURE Robert, Paul LAZARSELD (1901- 1976) sociologue des médias, disponible sur : <https://sms.hypotheses.org/19820>. Site consulté le 13/10/2022.

<b>Cours n°4:</b>
<b>La théorie de l'information et la cybernétique</b>

## **1- La théorie de l'information : le modèle linéaire de la communication**

La théorie mathématique de la communication appuyées sur les machines à communiquées issues de la guerre.

### **-Le modèle formel de Claude Shannon**

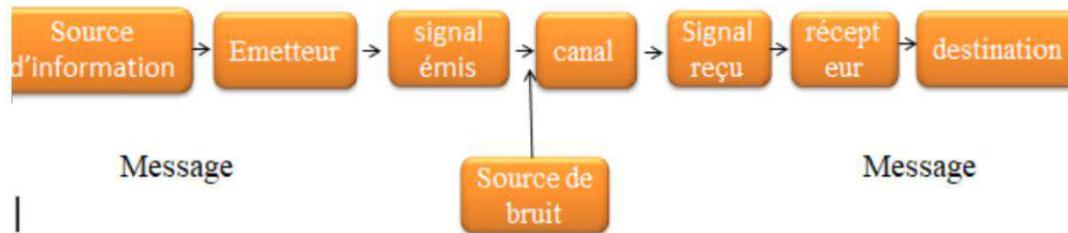
En 1948 Claude Elwood Shannon publie une monographie intitulé THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION dans le cadre des publications de recherche des laboratoires Bell system. Il a travaillé sur la cryptographie<sup>44</sup>. C'est lors de ce travail sur les codes secrets qu'il fait avancer des hypothèses que l'on retrouve dans sa théorie mathématique de communication. Dans ce schéma linéaire la communication repose sur la chaîne des constituants suivants :

### **Schéma n°2 : Le schéma général de la communication**

---

<sup>44</sup> - MATTELART Michèle et Armand, Histoire des théories de la communication, Paris : la Découverte, 2002, p31.

- Le « schéma générale de la communication » dégagé par Shannon sera enrichi par Warren WEAVER.



Source : MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, p82.

La source d'information qui produit le message (la parole au téléphone), l'émetteur, le message, le canal, le récepteur. Sa théorie ne tient aucun compte de la signification des signaux, c'est-à-dire du sens que lui attribue le destinataire et de l'intention qui préside à leur émission.

Cette conception du processus de communication comme ligne droite entre un point de départ et un point d'aboutissement sera à l'origine de travaux de nombreuses écoles et courants de recherche sur les moyens de communication.

## 2- La cybernétique :

La cybernétique ou comme la présente son fondateur le mathématicien américain Norbert Wiener : « *l'étude du control et des communications* », elle vient du mot grec « Kubernetik » qui désignait le pilote<sup>45</sup>.

La cybernétique est défini dans le dictionnaire Larousse, comme étant : « *science de l'action orientée vers un but, fondée sur l'étude des processus de commande et de communication chez les êtres vivants, dans les machines et*

<sup>45</sup> - A l'origine, il y avait un groupe de recherche qui se réunit en 1942, constitués d'hommes et de femmes spécialistes de domaines forts divers (médecins, anthropologues, logiciens, neurophysiologies, etc).

*les systèmes sociologiques et économiques* »<sup>46</sup>. Les grandes notions de la cybernétique relèvent de l'analogie qui semblait exister entre certains dispositifs automatiques mis au point par les ingénieurs et les mathématiciens pour des applications militaires et les modèles explicatifs de certains comportements humains. La comparaison entre l'homme et la machine était au cœur de ses réflexions<sup>47</sup>.

L'intérêt de Wiener va aux similitudes entre mécanismes biologiques et physiques<sup>48</sup>, il fonde sa réflexion sur le principe de la supériorité du tout sur les parties : chaque élément d'un organisme est fonctionnel. En 1948, il publie son ouvrage « *Cybernetics or control and communication in the animal and machine* », qui est la somme de ses résultats scientifiques dans le domaine de la cybernétique, juste après, il publie son livre « *the human use of the human beings* » celui-ci sera traduit en français « *Cybernétique et société* ». Dans cet ouvrage, Wiener propose de reconnaître la communication comme valeur centrale pour l'homme et la société.

La cybernétique est une discipline qui représente la base de la pensée moderne de la communication<sup>49</sup>.

Selon Philippe Breton : « *La cybernétique, dans sa dimension purement technique, est une exploration systématique de toutes les analogies qui peuvent exister, par le biais des lois mathématiques, entre des phénomènes de*

---

<sup>46</sup>-Dictionnaire Larousse en ligne : <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/cybern%C3%A9tique/39274>. Site consulté le 30/9/2022.

<sup>47</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, Paris : La Découverte, 2002.

<sup>48</sup> - Par exemples : les analogies entre le fonctionnement d'un missile et certains fonctionnement du muscle cardiaque, entre les systèmes nerveux et les éléments d'une machine à calculer.

<sup>49</sup> - La cybernétique a mis la base de la construction des ordinateurs, ainsi que la modernisation du domaine militaire (problème de l'automatisation du tir antiaérien dans un contexte de deuxième guerre mondiale et de la guerre froide).

*nature différentes, relevant à la fois du monde de la vie, de la nature ou de l'univers de l'artifice* »<sup>50</sup>.

Le premier grand texte fondateur de la cybernétique a été publié en 1943 sous le titre « *Behaviour, Purpose and Technologie* », il s'agit d'une conférence faite (en 1942) par Norbert Wiener, Arturo Rosenblueth et Julian Bigelow. Dans laquelle, ils introduisent la plupart des grandes notions qui nourriront les futures « Sciences de la communication », comme la notion de « rétroaction » ou le feed- back.

Pour Wiener le feed back est la source de tout comportement intelligent (il sert à désigner la capacité d'un dispositif quelconque à recevoir et à émettre les informations nécessaires au maintien d'un équilibre donné). Il introduit aussi, les notions essentielles « input » (messages d'entrés) et output (messages de sortie).

Il développe une proposition épistémologiquement très forte : le réel peut peu tout entier s'interpréter en termes d'information et de communication<sup>51</sup>.

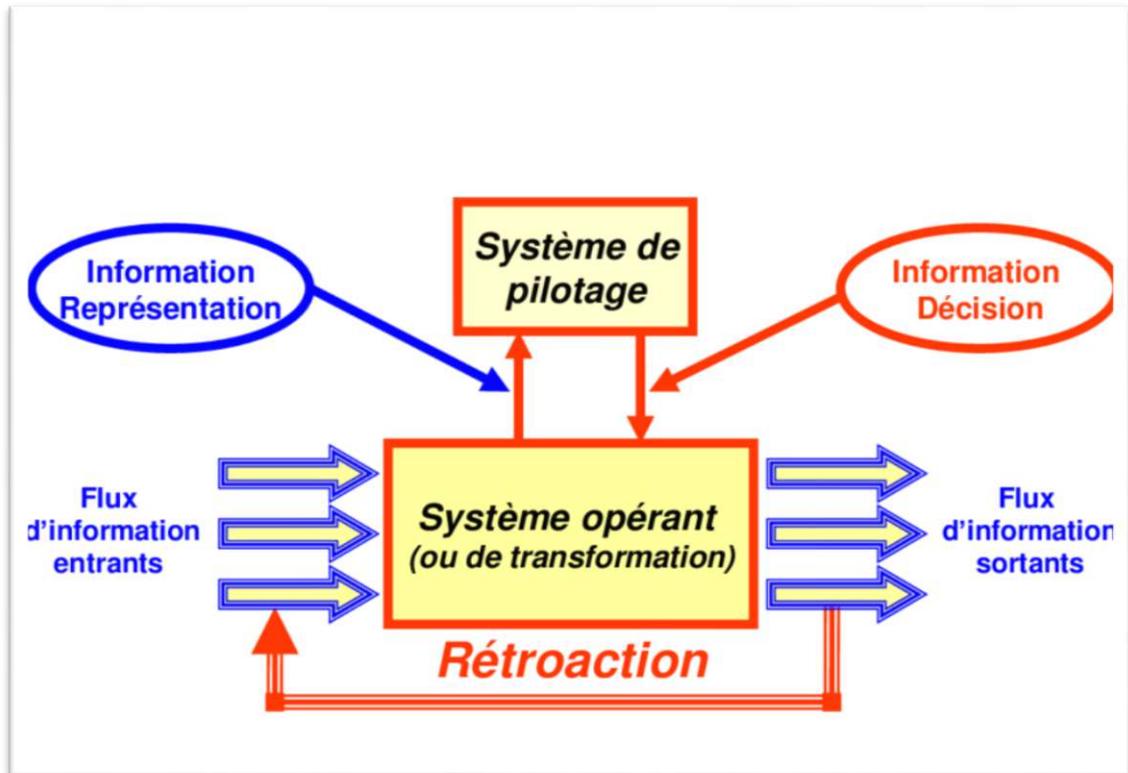
La cybernétique joue un grand rôle dans la genèse de l'ordinateur.

---

<sup>50</sup> - BRETON Philippe, L'utopie de la communication le mythe du « village planétaire », éd La Découverte : Paris, 1997, pp 20-22.

<sup>51</sup> - Ibid. p 25.

### Schéma n° 3: La cybernétique



Source : [https://www.researchgate.net/figure/Systeme-cybernetique\\_fig5\\_333662156](https://www.researchgate.net/figure/Systeme-cybernetique_fig5_333662156)

### 3- L'approche systémique:

Le systémisme et le fonctionnalisme partagent un même concept fondamental celui de la fonction qui indique le primat de tout sur les parties. L'ambition du systémisme est de penser la globalité. Les interactions entre les éléments plutôt que les causalités d'appréhender la complexité des systèmes comme des ensembles dynamiques aux relations multiples et changeantes<sup>52</sup>.

Le systémisme est appliqué dans les sciences politiques, la vie politique est considérée comme un système de conduite. La politique est conçue comme un système d'entrée et de sorties (in put/output ; action/rétroaction).

---

<sup>52</sup> - Elle procède par observé l'objet analysé dans un contexte, elle s'intéresse à la nature des relations qu'entretient un élément dans un contexte donné (un système de relations).

Appliquée également dans les relations internationales dans l'analyse de nouveaux scénarios d'organisation de la vie politique<sup>53</sup>.

La pensée systémique résulte de la convergence de travaux issus de plusieurs courants scientifiques (cybernétique, mathématique, biologie, physique,...)<sup>54</sup>. Ils ont servi de support à des spécialistes de sciences molles (anthropologie, psychothérapie,..) pour élaborer une nouvelle manière d'appréhender la communication entre les individus<sup>55</sup>.

L'acception du systémisme selon Alex MUCCHIELLI : « *Aucun phénomène n'existe isolément, son existence même se concrétise par une insertion dans un ensemble d'autres phénomènes du même ordre qui forment un système avec lui. Ce sont les relations entretenues avec ces autres éléments qui lui donnent l'essentiel de ces caractéristiques existentielles* »<sup>56</sup>. Cela signifie que le systémisme renvoie à un environnement global de phénomènes liés entre eux (il représente des interactions complexes, circulaires et multiples). Il s'oppose donc au positivisme basé sur une causalité linéaire (l'organisation des phénomènes à travers une relation de cause à effet).

---

<sup>53</sup> - MATTELART Armand, MATTELART Michèle, « III. La théorie de l'information », dans : Armand Mattelart éd., *Histoire des théories de la communication*. Paris, La Découverte, « Repères », 2018, p.31-39. URL : <https://www.cairn.info/histoire-des-theories-de-la-communication--9782348040672-page-31.htm>

<sup>54</sup> - Comme il est indiqué dans l'encyclopédie UNIVERSALIS: L'approche systémique prend corps dans les années 40, grâce aux travaux de cybernétique de Wiener, elle bénéficie ensuite d'une formalisation décisive sous l'impulsion du biologiste Ludwig Von BERTALANFFY, qui en 1968 publie : « *la théorie générale des systèmes* », en définissant les systèmes comme « un ensemble d'éléments en interaction ». Cette théorie embrasse large : la physique, la biologie, les mathématiques, les sciences de la communication et la sociologie.

<sup>55</sup> - Le modèle qui a connu le plus beau succès en sciences sociales est celui de la rétroaction. Il est souvent illustré à l'aide de l'ensemble chaudière-radiateur-thermostat. Lorsque le but à atteindre (température souhaitée) diffère de l'*output* existant (température effective), le système détecte l'écart et envoie des instructions de manière à modifier les *inputs* dans le sens souhaité (augmentation ou diminution de l'activité de la chaudière).

<sup>56</sup> - MUCCHIELLI Alex, *Etude des communications : nouvelles approches*, éd : Armand Colin : Paris, 2006, p47.

En effet, un système signifie un ensemble d'éléments en interaction et formant un tout<sup>57</sup>.

### **3-1- Les principes de l'approche systémique :**

Elle repose sur trois principes fondateurs :

1- **Le principe d'interaction** : on ne peut pas comprendre un élément sans connaître le contexte dans lequel il interagit.

2- **Le principe de totalité** le tout est différent de la somme des parties. C'est-à-dire la compréhension de la dynamique de groupe (famille, lieux de travail,...) peut permettre de comprendre les actes individuels contextualisés dans ce groupe.

3- **Le principe de rétroaction** : les interactions ne sont pas le résultat d'une causalité linéaire (cause / effet), mais la matérialisation d'une causalité circulaire<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> -HOUILLOIN Jean Pierre, Systémique, les fondamentaux, disponible sur : <https://www.systemique.com/la-systemique/ecoles-de-pensee/les-fondamentaux.htm>. Consulté le 15/10/2022.

<sup>58</sup>- l'approche systémique des organisations : disponible sur [https://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26\\_approche\\_systemique\\_d\\_cle51c948.pdf](https://www.cedip.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/26_approche_systemique_d_cle51c948.pdf)

<b>Cours n°5:</b>
<b>L'école de Palo Alto (le collègue invisible) : le modèle orchestral de la communication</b>

## 1- Présentation de l'École de Palo Alto:

Ce cercle intellectuel doit son nom à la ville californienne abritant à partir des années 1940 et 1950, des chercheurs de diverses disciplines : sociologie, l'anthropologie, psychanalyse, linguistiques, mathématiques, qui se sont réunis autour du chercheur Grégory BATESON<sup>59</sup>. Ils ont élaboré des pistes de recherche audacieuses et innovantes. Ils ont jeté les bases d'une approche *systemique et interactionniste* des phénomènes humains<sup>60</sup>.

Dès les années 1940, grâce à sa collaboration avec Wiener, Bateson a développé une *théorie générale de la communication*, basée sur les acquis de la cybernétique : elle inclue les deux plans (vivant/ non vivant, informatique / énergie, ou dans son vocabulaire « esprit/nature »).

- La communication a une valeur englobante pour les membres de cette école : « *la communication est la matrice dans laquelle sont enchâssées toutes les activités humaines* ». ils définissent la communication comme une relation (c'est-à-dire un message porteur d'une signification), intégrée dans un ensemble de relations entre des acteurs, le tout formant un système<sup>61</sup>.

<sup>59</sup> - Bateson (1904- 1980), a publié un ouvrage intitulé « NAVEN » en 1936, un ouvrage centré sur les rituels des tribus de Nouvelle- Guinée dans lequel il tente de décrire une société d'un point de vue systémique, anticipant l'idée de rétroaction.

<sup>60</sup> - PICARD Dominique, MARC Edmond, « Introduction », dans : Dominique Picard éd., *L'École de Palo Alto*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 3-6. URL : <https://www.cairn.info/l-ecole-de-palo-alto--9782130606628-page-3.htm>

<sup>61</sup> - MUCCHIELLI Alex, BOURION Christian, « Introduction », *Revue internationale de psychosociologie*, 2006/26 (Vol. XII), p. 5-10. DOI : 10.3917/rips.026.0005. URL : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychosociologie-2006-26-page-5.htm>

## 2- Les grands principes de l'École de Palo Alto :

- L'école de Palo Alto, prête attention au microsocioal, sa véritable devise : « *on ne peut pas ne pas communiquer* », qui signifie que tout se prête au jeu de la production d'information<sup>62</sup>.
- Le rejet du modèle linéaire de la communication, et l'adoption d'un modèle circulaire, basé sur l'interaction<sup>63</sup>.
- Mettre la communication interpersonnelle au cœur au centre de sa vision, c'est-à-dire : « *le primat de la relation sur l'individualité* »<sup>64</sup>,
- L'importance du contexte dans la communication. Par exemple Edward Hall s'intéresse à la *proxémique* ou langage des espaces interpersonnels (quelle distance séparent les individus suivant les milieux et les cultures).
- Tout comportement humain a une valeur communicative. Par exemple, Ray Birdwhistell, s'intéresse à la communication non verbale (le corps est un signifiant majeur, gestes, regard).
- Tous les phénomènes humains peuvent être perçus comme un vaste système de communications qui s'impliquent mutuellement.
- L'hypothèse que les troubles de la personnalité ou de psychisme peuvent être ramenés à des perturbations de la communication entre l'individu, son entourage et le contexte dans lequel il évolue. Car l'individu n'étant qu'un élément et un produit de système d'interactions dans lequel il est plongé<sup>65</sup>.

Son approche a été appliquée au monde du travail et des organisations (la consultation, la formation et le coaching,...).

---

<sup>62</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, 3 éd, Paris : Armand Colin, 2015, p 89.

<sup>63</sup> - Grégory BATESON : « communiquer c'est entrer dans l'orchestre »

<sup>64</sup> - Le fait que tout comportement humain à une valeur communicative et que tous les phénomènes humains peuvent être perçus comme un vaste système de communication, par exemple les troubles de la personnalité ou de psychisme peuvent être ramenés à des perturbations de la communication entre l'individu et son entourage et le contexte dans lequel il évolue. Cf. : Dominique Picard, *L'École de Palo Alto*.

<sup>65</sup> - PICARD Dominique, MARC Edmond, « Introduction », dans : Dominique Picard éd., *L'École de Palo Alto*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 3-6. URL : <https://www.cairn.info/l-ecole-de-palo-alto--9782130606628-page-3.htm>

Sa contribution est considérée parmi les plus originales de l'époque : une théorie de la communication, une méthodologie de changement et d'intervention, une pratique thérapeutique profondément novatrice (thérapie familiale, thérapie de groupes).

<b>Cours n°6:</b>
<b>La sociologie des journalistes : Les <i>newsmaking/ gatekeepers</i></b>

## 1- Les journalistes : champ de recherche

Cet axe de recherche, d'inspiration fonctionnaliste, s'intéresse à l'étude des producteurs de l'information ou les émetteurs. Il a fallu plusieurs décennies pour que les chercheurs développent ce champ de recherche.

Ces études permettent de comprendre la relation culture- pouvoir et dévoilant les mécanismes de dépendance/ indépendance politique et économique des professionnels de l'information et de divertissement (le fameux : qui ? de Lasswell), tout en soulignant la variété de leurs carrières, de leurs idéologies et de leurs compétences<sup>66</sup>.

Dans cet ordre d'idées, selon le sociologue des médias Eric Maigret : « *le journaliste appartient à un groupe de référence, doté de savoirs et de compétences techniques, devant exercer pour la communauté le double rôle d'informateur neutre et impartial et de contre-pouvoir<sup>67</sup> (défenseur engagé de l'intérêt public) »<sup>68</sup>.*

---

<sup>66</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, 3 éd, Paris : Armand Colin, 2015, p 164.

<sup>67</sup> - Selon Serge Halimi, dans son ouvrage « les nouveaux chiens de garde », le journalisme se traduit à une mise en scène des réalités sociales et politiques (déformées), intérieures et extérieures. Et il reprend les propos des américains pour décrire ce sacerdoce : « *réconforter*

Donc la profession journalistique suppose quatre critères, comme le précise Eric Neveu : les conditions formelles d'accès à l'activité (diplôme, certification) ; elle dispose d'une culture et d'une éthique et elle forme une communauté réelle<sup>69</sup>.

Dans ce sens, être journaliste c'est être un « médiateur » qui rend visible la vie sociale et remplir une mission au service du public.

## **2- La théorie des *gate keepers* :**

Kurt Zadek LEWIN (1890/1947) est à l'origine de cette théorie, il s'agit de l'un des pionniers de la psychologie sociale. Il a développé beaucoup de concepts afin de comprendre le comportement humain au sein de la vie sociale<sup>70</sup>.

Lewin fonde en 1945 le centre de recherche de la dynamique de groupe au MASSACHUSETTS Institute of Technology (MIT). Il a publié en 1935 « Academic theory of personality » et en 1936 « Principales of topological psychology ». Lewin étudie « la décision du groupe », le phénomène du leader, et les réactions de chaque membre à l'intérieur du groupe (famille, amis, groupe de travail,) au cours de ces expériences précise la notion de *gatekeepers*<sup>71</sup>.

Ces travaux portent sur le processus de décision dans les ménages américains des années 1940, Lewin<sup>72</sup> a mis en évidence l'importance des mères de famille

---

*ceux qui vivent dans l'affliction et affliger ceux qui vivent dans le confort* », sans aucun changement en réalité, à cause de *la connivence* avec les puissants.

<sup>68</sup> - Ibid.

<sup>69</sup> - NEVEU Eric, Sociologie du journalisme, éd La Découverte : Paris, 2013, p 20.

<sup>70</sup> - les notions de « field » et « life space »

<sup>71</sup> - MATTELART Armand et Michèle, Histoire des théories de la communication, Paris : la découverte, 2002, p.28.

<sup>72</sup> - Dans ce contexte nous rappelons la contribution d'un autre psychologue, les travaux de Karl Hovland le psychologue de l'apprentissage, qui s'intéresse à l'analyse fonctionnelle. Il est connu par ses études expérimentales sur la persuasion de masse au cours de la seconde guerre mondiale sur les militaires pour mesurer l'efficacité de certains films de propagande (l'effet sur le moral des troupes, leur degré d'information, et leurs attitudes aux combats).

comme portiers (*gatekeepers*) décidant la nourriture qui pouvait être servie sur la table du foyer<sup>73</sup>.

En 1950, un de ses élèves David WHITE a le premier appliqué aux journalistes la notion de *gatekeepers* (*gardien/ sélectionneur de l'information*), en mettant en avant le rôle décisif de la personne chargée de sélectionner les dépêches d'agence<sup>74</sup> de presse qui peuvent donner lieu à un article de presse. Il conclut que le jugement personnel (l'expérience personnelle, qui ne répond pas à des critères d'impersonnalité et d'objectivité)<sup>75</sup> du journaliste joue un rôle décisif dans le choix ou le rejet des informations<sup>76</sup>. Il y a également les contraintes organisationnelles qui imposent un certains choix d'informations à publier (les moyens techniques dont disposent les reporters, pressions des annonceurs, influence des sources d'informations, etc.).

#### **Schéma n°4 : La théorie des *gatekeepers***

---

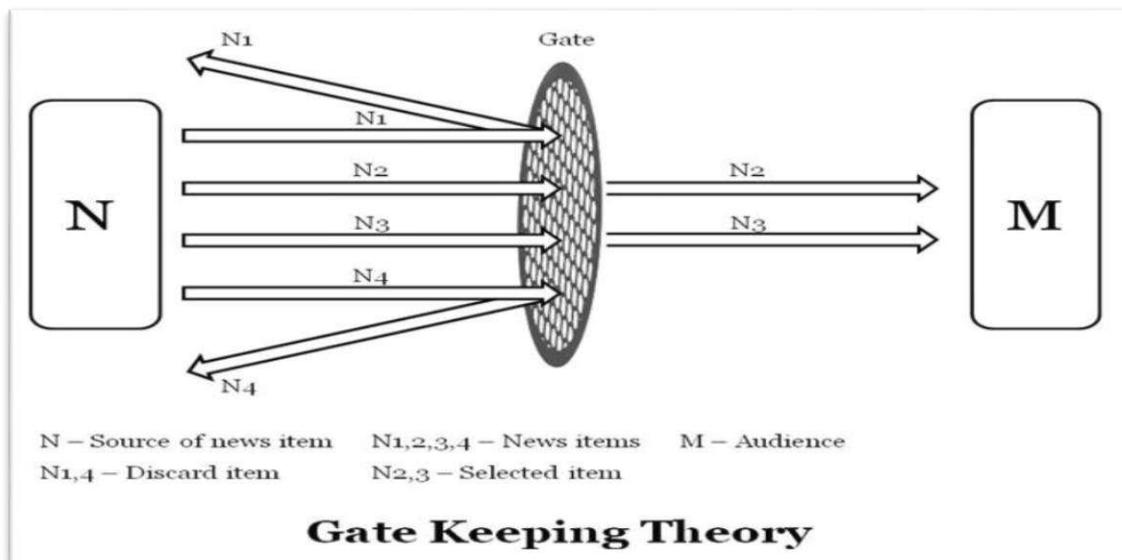
Ces recherches sont focalisées sur : « l'image de communicateur » (persuadeur). La nature du contenu et la mise en situation de l'audience.

<sup>73</sup> - BASTIN Gilles, « G », dans : *Petit lexique du journalisme*. sous la direction de BASTIN Gilles. FONTAINE, Presses universitaires de Grenoble, « Journalisme en + », 2018, p. 75-78. URL : <https://www.cairn.info/petit-lexique-du-journalisme--9782706142338-page-75.htm>

<sup>74</sup> - Au sein du journal Midwest, le journaliste Me Gates a été observé pendant une semaine, il rejetait les informations trop orientées à gauche, le recours à des valeurs professionnelles peu explicites (la mauvaise qualité d'écriture, le manque de précision des informations, etc.), le manque de place.

<sup>75</sup> - remettre en cause l'idée que l'information dépendait d'abord des attentes individuelles.

<sup>76</sup> - Cette théorie a connu un grand succès parce qu'elle suggère un grand pouvoir entre les mains des journalistes.



Source : <https://www.communicationtheory.org/gatekeeping-theory/>

Selon les chercheurs Gans (Deciding what's news 1979), Tuchman (Making news, 1978), faire de l'information revient à tresser un filer et à capturer des évènements, c'est-à-dire « la typification » ou le journaliste s'appuie sur des thèmes récurrents et prévisibles, organisationnellement bien contrôlés.

Quant à Molotch et Lester (1974), divisent les évènements construits, à partir d'une observation des pratiques en quatre catégories :

- Evènement de routine, représente le plus grand pourcentage, par exemple : les spectacles sportifs.
- Scandales : construit intentionnellement comme le watergate ou le scandale de la vache folle.
- Accidents : explosion inattendue d'une usine ;
- Heureux hasard ou sérendipité : lapsus public d'un homme politique, combinant hasard et volonté de s'exprimer.

Force est de constater que la production de l'information est soumise à plusieurs logiques : politique (le rapport avec les dirigeants et les milieux politiques, la pression exercé sur les rédactions), économique (le rapport avec les annonceurs), sociale (le public) et technologique (l'usage des TIC et les moyens nouveaux de communication).

### **3- Les axes de recherche de la sociologie des journalistes :**

- L'identité du journaliste.
- Champ journalistique, champ économique et pouvoirs.
- Le champ de pratiques journalistiques et le rapport aux sources.
- La spécialisation journalistique (service politique, l'économie, la finance, etc.).
- Journaliste à l'ère du numérique.

### **4- Les *gate keepers* à l'ère de l'internet :**

La transformation numérique de l'espace public augmente le nombre d'intervenant et la manière de parler en public (le web participatif : disposer d'un blog, page personnelle, compte You tube,...). On assiste à un bouleversement de règles de l'espace traditionnel, on ne demande plus l'accord des *gate keepers* pour publier, les filtres éditoriaux disparaissent, les journalistes n'ont plus le pouvoir de sélection d'informations. Il y a une démocratisation d'accès à l'information (les pures Player, les réseaux sociaux numériques, les sites des médias traditionnels, les moteurs de recherche), révélation d'informations cachées (les lanceurs d'alerte).

Cependant, les informations publiques et accessibles ne représentent pas forcément un intérêt général pour les utilisateurs<sup>77</sup>. La prolifération des fausses informations et ses dangers sur l'opinion publique (propagande, documents et images falsifiés, etc.). L'accentuation d'exposition aux informations sélectives ainsi que le l'impact des algorithmes sur la sélection des informations reçus par les internautes

---

<sup>77</sup> - CARDON Dominique, « La transformation numérique de l'espace public », dans : , *Culture numérique*. Sous la direction de CARDON Dominique. Paris, Presses de Sciences Po, « Hors collection », 2019, p. 147-151. URL : <https://www.cairn.info/culture-numerique--9782724623659-page-147.htm>

**La première génération de travaux sur les médias: « Ce que font les médias aux gens »**

D'après cette première partie des travaux, les chercheurs empruntaient au paradigme positiviste de la connaissance scientifique. Les objets d'analyses concernaient essentiellement deux thèmes : la description qualitative et quantitative des audiences, la mesure de l'efficacité à court terme des médias sur les individus. Il y a également de nombreuses études fondées sur les techniques d'analyse de contenu des messages étaient une autre manière d'approcher la mesure de l'efficacité des médias.

Le récepteur est perçu comme un être passif, influencé par le contenu des médias, loin de la critique et le rejet.

<b>Cours n°7:</b>
<b>La théorie des usages et gratifications</b>

**Uses and gratification (1970-1980): Elihu Katz, Gurevitch, Haas:**

L'usage des médias devient progressivement une partie intégrante du style de vie : la fréquentation des salles de cinéma, la lecture des journaux, l'écoute de la radio, la réception de la télévision,... Les individus retirent des satisfactions subjectives de l'usage des médias, c'est le thème abordés par le courant de recherche *uses and gratification (1970)* ;

Les chercheurs sont persuadés que les gens utilisent *activement* les contenus diffusés par les médias de manières à combler les manques<sup>78</sup> (besoins psychologiques ou psychosociologiques : relaxation, amusement, information, etc.) lesquels varient selon leur profil social, culturel et psychologique.

L'attention est portée sur les usages plutôt que sur les effets des médias, ce qui engendre un changement de paradigme dans l'étude de l'influence des médias, de la problématique des effets « ce que les médias font aux gens » à celle des usages ce que « font les gens avec les médias »<sup>79</sup>.

Ce courant de recherche minimise le pouvoir des médias. Comme l'explique Katz : « *les médias apparaissent alors comme des services publics dont le public fait un usage sélectif* ». Donc, les individus s'expose aux médias afin d'obtenir des gratifications, par exemple : réduire les sentiments

---

<sup>78</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, L'explosion de la communication, Paris : La découverte, 2002, p 160.

<sup>79</sup> - Cette nouvelle tendance de recherche abandonne l'approche média centrique au profit d'un nouvel intérêt pour l'utilisateur et son mode de réception des médias.

d'angoisse et d'isolement des personnes en les aidant à s'insérer socialement<sup>80</sup>.

C'est un prolongement de l'approche fonctionnaliste de l'école de Columbia, en contribuant à l'identification des fonctions psychologiques et sociologiques remplies par l'usage des médias<sup>81</sup>.

Parmi les recherches réalisées dans ce courant, nous citons l'étude réalisée en 1972, par McQuail, Blumler et Brown, à propos des jeux télévisés de type quiz. Les chercheurs ont constaté que le jeu fournis aux spectateurs un certain plaisir, il procure également une base de discussion entre les membres de la même famille, tester leur connaissances. Donc le jeu à un rôle éducationnel, il permet d'entraîner la mémoire et la réflexion et il apporte des connaissances<sup>82</sup>.

Ces études confirment que les individus ne sont pas dans une position passive par rapport aux médias. Ils confirment également que les médias satisfont des besoins divers qui varient d'un récepteur à l'autre. Par exemple, l'étude réalisée sur la réception des fictions sérialisées. Elihu Katz et Tamar Liebes, ont travaillé sur la réception de la série *Dallas*, l'enquête de terrain a été conduite dans plusieurs communautés ethniques et culturelles en Algérie, Allemagne, Etats Unis, Russie, Japon, ...etc. Parmi les résultats significatifs de cette enquête : chaque communauté culturelle opère une lecture qui lui est propre de Dallas (les notions : de plaisir et de réalisme émotionnel dans la réception). Donc il y a une forte corrélation entre le profil psychologique du récepteur et la lecture du texte télévisuel<sup>83</sup>.

---

<sup>80</sup> - DERVILLE Gregory, *Le pouvoir des médias*, 4éd, Presses universitaire de Grenoble, 2017, pp 29-30.

<sup>81</sup> - BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, op.cit.

<sup>82</sup> - DERVILLE Gregory, *Le pouvoir des médias*, op.cit.

<sup>83</sup> - RIEFFEL Rémi, *Sociologie des médias*, 2 éd, Paris : Ellipses, 2005, p 170.

<b>Cours n°8:</b>
<b>L'approche diffusionniste d'Everett ROGERS</b>

## **1- L'approche diffusionniste d'Everett ROGERS : « diffusion of innovations »**

Everett ROGERS a publié son ouvrage sur la diffusion sociale des innovations techniques en 1962 (The diffusion of innovations). Son modèle s'inscrit dans le cadre de la sociologie d'innovation tirant ses origines de la théorie d'apprentissage qui est, selon les behavioristes le résultat de la relation stimulus- réponse.

E. ROGERS propose deux éléments importants pour comprendre la diffusion d'une innovation : le processus d'adoption d'une innovation et les catégories d'adoptants<sup>84</sup>.

### **2- Le processus d'adoption d'une innovation :**

Le processus d'adoption d'une innovation est un processus mental qui s'appuie les étapes suivantes : l'information, l'intérêt, l'évaluation, l'essai, et l'adoption.

Ce cheminement favorise en premier, l'étape de l'information de l'individu, ce qui forme un stimulus agissant sur la réponse du récepteur qui acceptera et adoptera cette innovation ou la rejettera.

#### **• L'information :**

Rogers évoque l'intérêt des sources de l'information qu'il s'agisse des sources personnelles (les réseaux et les relations interpersonnelles) et des sources impersonnelles : l'importance des médias dans la diffusion des informations concernant les innovations (nouveaux objets, nouvelles idées,..)

---

<sup>84</sup> - ROGERS, Everett M. (1995), Diffusion of Innovations, Fourth edition, New York, Free Press.

dans la société. Ceci suscite la « prise de conscience » des récepteurs (*Awareness*)<sup>85</sup>.

- **L'intérêt (*Interest stage*)**

C'est l'intérêt que suscite l'innovation pour séduire l'acquéreur potentiel.

- **L'évaluation (*evaluation*) :**

Le consommateur évalue l'utilité du produit. Rogers décrit cela par rapport aux caractéristiques de l'innovation. Par exemple « l'avantage relatif de l'innovation », savoir si l'innovation est meilleure ou plus performante que les solutions existantes, et que l'acquisition de cette innovation représente un prestige social. Soulignons aussi la dimension financière (le prix) considérée comme un facteur favorisant ou non l'achat du nouveau produit.

- **L'essai (*trial stage*) :**

Le consommateur essaie le nouveau produit. Il en teste la facilité et la simplicité d'usage. La complexité du produit peut freiner sa diffusion.

- **L'adoption :**

Si l'essai de l'innovation est concluant le consommateur décide d'intégrer ce nouveau produit dans ses habitudes et pratiques d'achat.

Dans ce sens, Rogers évoque un autre aspect important dans l'adoption d'une innovation dans la société, qui est « **la compatibilité** ».

Il estime que la compatibilité de l'innovation avec les valeurs et les normes culturelles et sociales des consommateurs potentiels, influe sur sa diffusion. Il explique que : « *les normes et les valeurs modernes ou traditionnelles du groupe social sont importantes dans la diffusion ou non de l'innovation* ». Dès lors, il compare souvent les résultats d'études établies dans les sociétés modernes comme les Etats Unis avec celles des sociétés traditionnelles.

Il considère que le contexte social moderne ou traditionnel peut modifier le processus d'adoption d'une innovation par les groupes sociaux<sup>86</sup>.

---

<sup>85</sup> - Ibid.

Après avoir présenté le processus d'adoption d'une innovation basé sur les caractéristiques de l'innovation, Rogers développe un autre élément, celui des catégories d'adoptants.

### **3- Les catégories d'adoptants :**

Le profil des différentes catégories d'adoptants se fait au fur et à mesure que l'innovation se diffuse. Il aborde dans ce sens les caractéristiques (les sources d'informations, les caractéristiques sociales et matérielles) des consommateurs dans chaque catégorie.

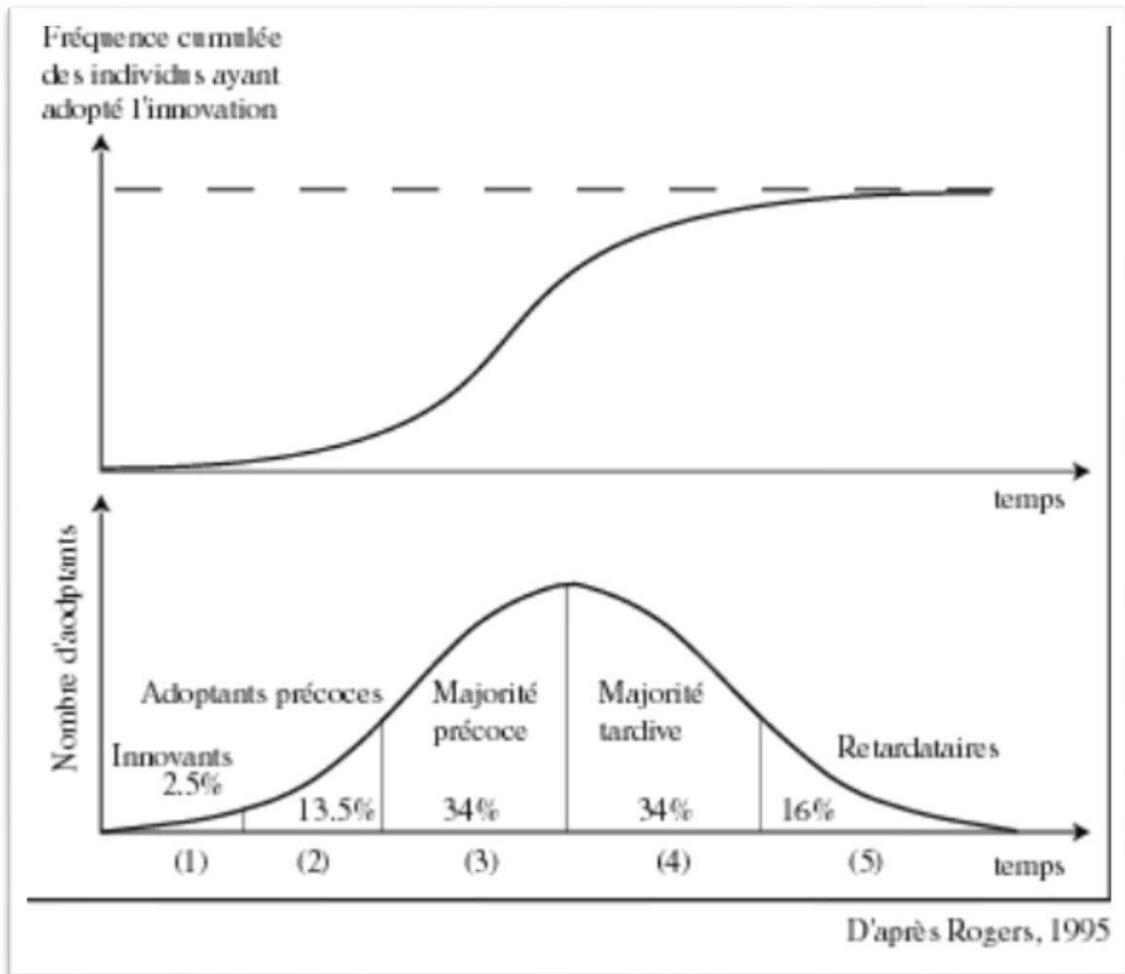
Au cours de ses recherches, Rogers a également remarqué que la diffusion d'une innovation au sein d'un groupe social ne se faisait pas d'une manière homogène. Il explique cela par **la courbe « S »** (dite courbe S ou **courbe en cloche**) de diffusion des innovations. Selon lui il y a des catégories d'individus qui peuvent accepter rapidement le changement, et adopter une nouveauté (idée, ou objet) sont connus par les « leaders d'innovation » (ou les agents du changement social) qui vont entraîner les autres catégories.

Dans cette perspective, ce processus d'adoption qui évolue dans la durée touche les différentes catégories de consommateurs, des plus enthousiastes jusqu'aux plus réticentes face à la technologie. Il existe cinq catégories : les innovateurs représentent 2.5%, les acheteurs précoces 13.5%, La majorité précoce 34%, la majorité tardive 34%, et les retardataires 16%.

---

<sup>86</sup> - Ibid.

Schéma n°5 : Les catégories d'adoptants/ la courbe « S »



Source : <https://strategies4innovation.wordpress.com/2009/02/15/la-diffusion-dune-innovation/>

<b>Cours n°9:</b>
-------------------

<b>La théorie technologique de Marshall Mc LUHAN</b>
--

### 1- Mc LUHAN et le déterminisme technologique :

Au courant des années 1960, le chercheur canadien Marshall Mc LUHAN, travaille sur le médium dont la problématique était laissée aux historiens de la technique et aux ingénieurs. Devenu célèbre suite à la publication de ses ouvrages : « *The Gutenberg Galaxy : the making of Typographie man* »<sup>87</sup>.

Sa théorie affirme que les moyens de communication structurent les sociétés non pour des motifs économiques mais sensoriels. Les modes de perception et de connaissance sont des outils qui prolongent le sens humain. Ils affectent en retour la personnalité de leurs utilisateurs<sup>88</sup>.

Mc Luhan a lancé l'idée que le médium serait le seul facteur véritablement déterminant du processus de la communication : « the medium is the message », le médium, c'est le message, par cette expression Mc Luhan avance que la forme d'un média a un impact important sur le contenu.

En 1967, il a publié également « The medium is the message ». Sa thèse s'inscrit dans la tradition de recherche sur les effets des médias.

---

<sup>87</sup> - Cet ouvrage est consacré à l'influence déterminante de l'alphabet phonétique et l'imprimerie sur le développement de la civilisation occidentale.

<sup>88</sup> - MAIGRET Éric, « Chapitre 7 – Mc Luhan et le déterminisme technologique. Le prophétisme du village global », dans : *Sociologie de la communication et des médias*. Sous la direction de MAIGRET Éric. Paris, Armand Colin, « Collection U », 2015, p. 95-106. DOI : 10.3917/arco.maigr.2015.01.0095. URL : <https://www.cairn.info/sociologie-de-la-communication-et-des-medias--9782200278274-page-95.htm>

Il considère comme « médium » tout objet, artefact ou dispositif qui entretient une relation avec le sensorium humain, tous les artefacts techniques qui prolongent des organes sensoriels humains (la vue, l'ouïe, le touché, etc.)<sup>89</sup>.

## 2- Les médias chauds et les médias froids :

Mc Luhan distingue entre un *médium chaud* (hot) et un *médium froid* (cool). Le médium froid comme : la parole, le manuscrit, la télévision, il se définit par sa faible participation, il aura toujours tendance à faire participer fortement ses utilisateurs; le médium chaud comme le cinéma, la radio et le livre. Un médium chaud se définit par sa richesse par sa forte définition qui ne laisse que peu de place à la participation de l'utilisateur.

Force est de constater que, cette distinction les médias chauds et les médias froids, ne fait l'unanimité parmi les chercheurs.

3- L'alternance des médias au cours des siècles a eu pour conséquence la division de l'histoire en trois périodes, selon Mc Luhan:

1- **L'âge tribal** se caractérise par l'utilisation de l'oral et par l'immersion dans un monde circulaire où la participation est intense.

2- **L'âge de l'imprimé** est celui de la rupture avec la dépendance instaurée par la parole, il conduit à la linéarité, à l'introspection et à l'individualisme.

3- **L'âge électronique** dans lequel nous entrons est un retour partiel à une certaine facilité orale au tribalisme imposé par l'audiovisuel. Avec l'arrivée de la télévision Mc Luhan parle, d'un média multisensoriel oral et visuel, est un média plus stimulant et plus englobant pour la conscience « un village global » où chacun serait en relation avec chacun.

La théorie de Mc Luhan a suscité beaucoup de débats entre les chercheurs car pour eux ce qui définit le média ce n'est pas seulement le fait qu'ils soient

---

<sup>89</sup> - KANE Oumar, "Marshall McLuhan et la théorie médiatique : genèse, pertinence et limites d'une contribution contestée", *tic&société* [Online], Vol. 10, N° 1 | 1er semestre 2016, Online since 06 November 2016, connection on 20 October 2022. URL: <http://journals.openedition.org/ticetsociete/2043>;

des prolongements plus ou moins précis du sens humain, mais qu'ils soient des extensions sociales des individus et des groupes qui les utilisent pour se réunir et s'opposer.

Quant à la notion du « village global », pour beaucoup de chercheurs elle fondée techniquement mais elle n'a aucun fondement sur le plan historique et culturel (identités culturelles diverses, problèmes de communication, etc.).

Il convient de rajouter que, le mot « global » sème la confusion, il ne signifie pas harmonieux ou universel mais « à l'échelle du globe »<sup>90</sup>.

<b>Cours n°10:</b>
<b>La sociologie des usages</b>

Les analyses de l'influence des médias sur les récepteurs sont marquées par quatre types d'approches:

- L'étude des effets (paradigme d'effet);
- L'étude des usages (uses and gratifications, sociologie des usages);
- Les dimensions symboliques et sociopolitiques des médias (paradigme critique);
- Celle de la réception (sociologie de la réception)

Le développement des TIC (minitel, micro-ordinateur, Internet, etc.). Ces innovations ont transformé les comportements des récepteurs. On assiste à l'émergence de nouvelles pratiques chez les usagers.

---

<sup>90</sup>- ROY Patrick, Le médium est le message dans le village global ; le vrai message de Marshal Mc Luhan, publié dans Aspects sociologiques, vol.7, n°1, juillet 2000, pp 38- 48. Disponible sur : [https://www.aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/sites/aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/files/uploads/pdf/Volume\\_7\\_no\\_1/roy2000.pdf](https://www.aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/sites/aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/files/uploads/pdf/Volume_7_no_1/roy2000.pdf). Consulté le 3/10/2022.

## 1- Sociologie des usages : Définition

Le contexte des années 80 (la télématique, le magnétoscope, le walkman) a encouragé les recherches sur la sociologie des usages. Elle consiste à observer les pratiques et les comportements des utilisateurs. Selon Pierre CHAMBAT: « *La sociologie des usages est une approche interdisciplinaire qui croise: la sociologie de la technique, la sociologie des médias, et la sociologie des modes de vie* ».

Les premiers travaux de recherche récuse l'idée de McLuhan sur le déterminisme technique. Selon les théoriciens de la sociologie des usages à l'exemple de Jacques PERRIAULT : « *l'usage est un construit social propre à chacun* »<sup>91</sup>, sa thèse est opposante au déterminisme technologique. L'auteur explique la notion d'usage avec sa complexité, selon lui l'individu suit une double démarche : la première est celle de la négociation des utilisateurs avec la technique (la décision d'achat), dans une seconde démarche l'individu construit des savoirs propres à la situation d'utilisation (l'usage).

De ce point de vue, il explique que l'usage ne respecte pas servilement le mode d'emploi (l'usage conforme) c'est-à-dire : l'usage individuel varie selon les attitudes et le comportement de chacun, se développe vers ce qu'il appelle la déviance et il recourt à l'appartenance socioculturelle conforme aux normes dans les milieux d'appartenance. Donc, le contexte socioéconomique, culturel et politique joue un rôle très important dans l'utilisation et l'appropriation des machines à communiquer<sup>92</sup>.

André VITALIS quand à lui, il situe l'usage « *au carrefour de trois logiques principales: une logique technique qui définit le champ des possibles, une logique économique qui détermine le champ des utilisations rentables, et une logique sociale qui détermine la position particulière de l'utilisateur avec ses*

---

<sup>91</sup> - PERRIAULT Jacques, *La logique d'usage : essai sur les machines à communiquer*, Paris : Flammarion, 1989.

<sup>92</sup> - Cf. : TAIEBI Fatima Zohra, Les Tic en Algérie : Représentations et nouvelles appropriations, in la Revue de la communication et du journalisme, 2014. Article disponible sur : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/10640>

*besoins et ses désirs...c'est leur interaction qui va donner vie aux usages observés dans la pratique »<sup>93</sup>.*

Michel De Certeau, incite les chercheurs à observer la manière dont l'utilisateur se sert du minitel et de la micro-informatique et mettre l'accent sur l'inventivité dans les pratiques ordinaires des usagers<sup>94</sup>.

L'étude des usages des TIC doit se situer à l'articulation de la logique sociale et de la logique technique. Les deux médiations sont étroitement liées, comme l'explique Josiane Jouet: « *les pratiques de communications s'élaborent ...autour d'une double médiation. Cette dernière est à la fois technique car l'outil utilisé structure la pratique, mais la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d'usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social »<sup>95</sup>*

## **2- Cadre conceptuel de la sociologie des usages:**

- La notion **d'usage** est complexe. Elle suscite des définitions nombreuses selon les contextes d'analyse et les cadres théoriques retenus. L'usage est un construit social, le résultat d'une interaction entre la dimension technique et la dimension sociale. Selon Yves Le Coadic : « *l'usage est une activité sociale, l'art de faire, la manière de faire. C'est une activité que l'ancienneté ou la fréquence rend normale, courante dans une société donnée »<sup>96</sup>.*

---

<sup>93</sup>- VITALIS André (dir.), *Médias et nouvelles technologies : pour une socio-politique des usages*, Médias et nouvelles technologies pour une sociopolitique des usages, Renne : Apogée, 1994.

<sup>94</sup>- JOUET Josiane, « Retour critique sur la sociologie des usages », Réseaux, Communiquer à l'ère des réseaux, n° 100, pp. 487- 521. Disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_2000\\_num\\_18\\_100\\_2235](https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2235). Consulté le 21/09/2010

<sup>95</sup>- JOUET Josiane, « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication », Réseaux, Sociologie de la communication, 1997, pp. 291- 312. Disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/reso\\_004357302\\_1997\\_mon\\_1\\_1\\_3843](https://www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3843). Consulté le 15/12/2009

<sup>96</sup>- LE COADIC Y., 1997, *Usages et usagers de l'information*, Paris : ADBS, Nathan université.

- **L'appropriation technologique :**

Serge Proulx et Philippe Breton précisent que l'appropriation exige la réunion de trois conditions sociales : « *Pour s'approprier un objet technique, l'individu doit en effet démontrer un minimum de maîtrise technique et cognitive de cet outil. Par ailleurs, l'appropriation doit pouvoir donner lieu à des possibilités de détournements, de réinventions, voire de contributions directes des usagers à la conception des innovations techniques* »<sup>97</sup>.

- **L'usage dévient :** Le contournement des usages prescrits; l'usage comme invention du quotidien. Michel De CERTEAU dans son ouvrage «l'invention du quotidien- Arts de faire» dans le cadre de sa problématique sur la créativité culturelle des gens ordinaires : « *...cachée dans un enchevêtrement de ruses silencieuses et subtiles, efficaces, par lesquelles chacun s'invente une manière propre de cheminer à travers la forêt des produits imposés* »<sup>98</sup>.

- **Les représentations :**

Jean-Claude ABRIC définit la représentation comme « *un ensemble organisé d'opinions, d'attitudes, de croyances et d'informations se référant à un objet ou une situation* »<sup>99</sup>. Les représentations sont considérées comme un vecteur de nos actions dans la mesure où elles "*nous guident dans la façon de nommer et définir les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon*

---

<sup>97</sup>- BRETON Philippe, PROULX Serge, *L'explosion de la communication*, Paris : La découverte, 2002.

<sup>98</sup> - De CERTEAU Michel, *Invention du quotidien : Art de faire*, ed Luce Giard : France, 1990.

<sup>99</sup> - ABRIC Jean-Claude, « 8. L'étude expérimentale des représentations sociales », dans : Denise Jodelet éd., *Les représentations sociales*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Sociologie d'aujourd'hui », 2003, p. 203-223. DOI : 10.3917/puf.jodel.2003.01.0203. U

RL : <https://www.cairn.info/les-representations-sociales--9782130537656-page-203.htm>

*de les interpréter, statuer sur eux et, le cas échéant, prendre une position à leur égard et la défendre*<sup>100</sup>

### **3- Sociologie des usages : Aspects méthodologiques**

Elle consiste à étudier les profil et comportements des individus face aux nouveaux médias. Selon P.CHAMBAT l'analyse s'articule autour d'un aspect important celui de « *l'interrogation sur le statut des utilisateurs d'innovation où s'affrontent diverses logiques économique, technique et culturelle*<sup>101</sup> ».

Il incite parallèlement à faire le pas entre « *les comportements micro- sociaux et les tendances macro- sociales* » qui reflètent l'évolution des modes et de styles de vie en termes sociaux, économiques, voire politiques.

---

<sup>100</sup> - JODELET Denise, Les représentations sociales. Paris : Presses universitaires de France, 1989, p. 47.

<sup>101</sup> - CHAMBAT Pierre. *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales - vers une nouvelle théorie de l'innovation* (Patrice FLICHY). In: *Réseaux*, volume 13, n°74, 1995. Télévision et apprentissages. pp. 207-210. [www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_1995\\_num\\_13\\_74\\_2790](http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1995_num_13_74_2790)

<b>Cours n°11:</b>
<b>Les théories politiques des médias</b>

Dans la continuité du courant des effets forts des médias. Nous évoquons les théories politiques de l'opinion publique, qui s'intéressent aux rapports entre médias et politique. Dont l'interrogation principale est: *Comment les acteurs politiques et les journalistes font ils usages des médias?*

**1- La théorie de l'Agenda Setting : Maxwell McCombs et Donald SHAW/ 1972**

L'agenda setting fait partie du courant empirique « médias studies ». Il s'agit d'analyser les effets des médias à travers le mécanisme de la fonction d'agenda. Aussi, l'information peut contribuer à influencer les récepteurs en mettant en évidence tel évènement plutôt que tel autre, telle déclaration plutôt que telle autre, en orientant ainsi leur attention.

Ce modèle d'analyse est une approche originelle pour l'étude de la formation de l'opinion publique<sup>102</sup>. L'étude repose sur une remarque du politologue Bernard COHEN (1963):

*«Les médias nous ne diraient pas ce qu'il faut penser (what to think) mais à quoi il faut penser (what to think about)»<sup>103</sup>.*

La notion d'*agenda setting* désigne un modèle qui établit une relation causale entre l'importance que les médias accordent à certains sujets (*issues*) et la perception qu'ont les consommateurs de nouvelles de l'importance de ces sujets. Donc les médias structurent les préoccupations des citoyens, ils influencent l'ordre du jour des affaires publiques dans la mesure où le public ajuste sa perception de l'importance relative des sujets à l'importance que les

---

<sup>102</sup>- L'opinion publique est le produit d'un auditoire particulier; elle est partagée par un très grand nombre d'individus, une opinion commune, elle est rendue publique.

<sup>103</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, 3 éd, Paris : Armand Colin, 2015, p 202.

médias leur accordent<sup>104</sup>. Car les citoyens tirent la majorité des informations qu'ils ignorent des médias, notamment dans les domaines : politique, économique ou sociaux. De ce fait, les journalistes orientent l'attention du public à certains sujets et non pas à d'autres.

L'Agenda présente une hiérarchie des priorités selon une importance croissante.

L'hypothèse de McCombs et SHAW: l'agenda médiatique influence les attitudes des électeurs. Les chercheurs ont effectué une étude en Caroline du Nord sur cinq médias (entre organes de presse écrite et audiovisuel), sur un échantillon de 100 électeurs.

- Ils ont comparé et identifié les opinions: médias/citoyens. Ils ont constaté, une très forte corrélation entre l'ordre d'importance accordé aux enjeux par les médias et celui attribué par les électeurs ayant utilisé ces médias. Leur étude ouvre la voie à un important courant de recherche en communication politique.
- Pendant la campagne électorale les médias construisent l'ordre d'importance (*set the agenda*) des enjeux politiques, ils influencent les attitudes des électeurs.

Ex : -Pendant la campagne électorale des présidentielles de 1968, qui a opposé le démocrate sortant Hubert Humphrey au républicain Richard Nixon.

---

<sup>104</sup> - CHARRON, Jean. *Médias et sources : Les limites du modèle de l'agenda-setting* In : *Le journalisme* [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2009 (généré le 21 octobre 2022). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editionscnrs/13917>>. ISBN : 9782271121752. La recherche classique en ce domaine consiste à *comparer l'agenda des médias (les thèmes abordés par les médias et l'importance qu'ils leur accordent) avec l'agenda du public (mesuré par des enquêtes où l'on demande aux gens de dire quels sont à leur avis les problèmes les plus importants auxquels la société fait face), pour tenter de dégager une relation de causalité entre les deux.*

## **2- La critique de la théorie de l'Agenda setting :**

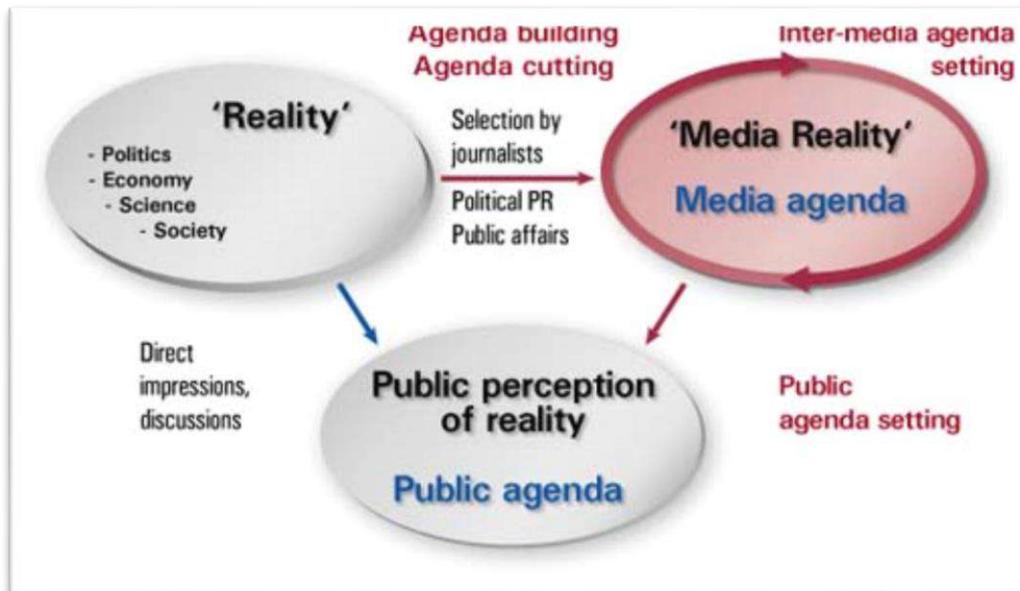
- 1- Les recherches réalisées dans le cadre de cette hypothèse, posent certains problèmes théoriques et méthodologiques : car la procédure d'enquête se contente de comptabiliser la place prise dans les médias par un certain nombre de thèmes.
- 2- Leur hypothèse tend à négliger le fait que les médias constituent un univers très peu homogène.
- 3- Le public n'accepte pas forcément la structure de l'information que diffusent les médias, les effets d'agenda se heurtent aux centres d'intérêts qui préexistent chez les récepteurs<sup>105</sup>.
- 4- La notion d'agenda setting, soulève d'autres questions sur l'autonomie des médias à établir leur propre agenda (l'influence des sources d'information dans l'établissement de l'agenda des médias et dans la production de leur contenu, la place également de l'agenda des décideurs politiques) car les nouvelles représentent une construction conjointe entre des journalistes et des sources.
- 5- Certains chercheurs suggèrent d'abandonner la notion d'agenda setting au profit de la notion d'agenda building, laquelle désigne un processus collectif d'élaboration d'un agenda impliquant une certaine réciprocité entre les médias, les décideurs et le public<sup>106</sup>.

### **Schema n°6: L' Agenda building**

---

<sup>105</sup>- DERVILLE Gregory, Le pouvoir des médias, op.cit., pp. 46-47.

<sup>106</sup> - CHARRON, Jean. *Médias et sources : Les limites du modèle de l'agenda-setting* In : *Le journalisme* [en ligne].Op.cit.



Source: [https://www.lacomunicazione.it/voce/agenda-setting/foto?url=24\\_1.jpg](https://www.lacomunicazione.it/voce/agenda-setting/foto?url=24_1.jpg)

### 3- La spirale du silence : la théorie de l'opinion publique d'Elisabeth Noëlle Neumann/ 1974

Une théorie de l'opinion publique. Les médias interviennent dans le système social en réprimant la diversité des opinions<sup>107</sup>. Son travail repose sur l'étude des intentions de vote en Allemagne fédérale \_ de l'ouest- (1965)

- La publication de prévisions favorables en faveur d'un parti, ont poussé les électeurs à adopter le même choix. Il y a les effets de suivisme : La peur de l'isolement, en suivant l'opinion dominante<sup>108</sup>.
- Le modèle de la spirale de silence: les médias créent l'opinion publique, mais ils n'ont pas son reflet. C'est à dire une petite population (les leaders d'opinion) représentent l'opinion dominante (radio, TV) peuvent limiter le sens critique des individus. Les individus qui se sentent isolés et minoritaires

<sup>107</sup> - MAIGRET Eric, op.cit.

<sup>108</sup> - NEWMAN Elisabeth Noëlle, la spirale du silence une théorie de l'opinion publique, disponible sur : <https://core.ac.uk/download/pdf/15496327.pdf>

L'opinion publique est le résultat de l'interaction des individus et leur environnement social. Pour ne pas se retrouver isolé, un individu peut renoncer à son propre jugement. LA PEUR DE L'ESOLEMENT ET LA PEUR D'ETRE MIS A L'ECART. Le point de vulnérabilité de l'individu c'est là que les groupes sociaux peuvent le punir de ne pas avoir su se conformer

au sein de leur entourage n'osent pas défendre leur point de vue, dès lors qu'ils ne sont plus soutenus en public, ne parviennent plus à élargir leur sphère d'influence<sup>109</sup>. Comme l'explique d'Elisabeth Noëlle Neumann : « ...*l'un des deux camps en présence accroît son avance pendant que l'autre recule. la tendance à s'exprimer dans un cas et à garder le silence dans l'autre, engendre un processus en spirale qui installe graduellement une opinion dominante* »<sup>110</sup>.

- A travers cette idée les médias sont inscrits au cœur d'un mécanisme qui se rapproche de l'agenda et les médias nous disent ce qu'il ne faut pas penser.
- Cette théorie exprime le retour des effets directs et puissants des médias dans une société de masse ou l'individu est atomisé et livré sans défense aux contenus médiatiques. les médias sont considérés comme « *créateurs de l'opinion publique* ».
- D'après son auteur, cette théorie s'applique à d'autres domaines comme la mode, l'évolution des coutumes et des conventions sociales.

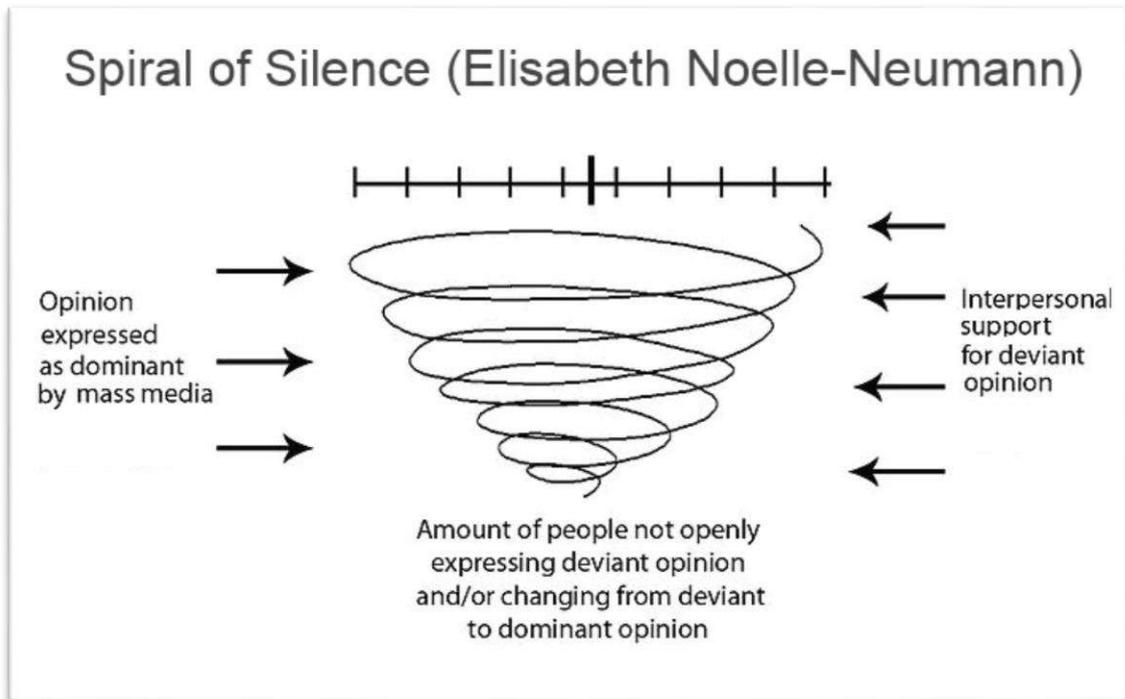
Les deux théories mettent en avant la pression de la définition médiatique de la réalité.

---

<sup>109</sup> - DERVILLE Gregory, Le pouvoir des médias, 4éd, Presses universitaire de Grenoble, 2017, p. 56.

<sup>110</sup> - NEUMANN Elisabeth Noëlle, L'opinion publique entre apathie et mobilisation : la spirale du silence, Hermès, l'opinion publique, éd CNRS : Paris, 2009. (Reprise du n°4 de la revue Hermès, le nouvel espace public, 1989).

## Schéma n°7 : La spirale du silence



Source : <https://www.nadeaubellavance.com/wp-content/uploads/2016/09/Spirale-du-silence.png>

### 4- Critiques de la théorie de la spirale du silence:

- Nous rappelons ici les travaux de Moscovici sur l'importance des minorités : capacité de s'exprimer et de contribuer dans le changement social.
- La publication des sondages d'intention de vote peuvent entrainer chez certains électeurs des stratégies différentes voire contradictoires (le vote par effet underdog/ sympathie, le vote utile).
- Les deux théories évoquent le soupçon de la manipulation des élections et la manipulation des indécis.

## 5- La théorie du cadrage médiatique : Framing

L'une des premières disciplines à s'être intéressée au phénomène du cadrage est la sociologie<sup>111</sup>, par les pionniers de ces recherches, on cite Goffman qui a publié en 1974 (inspiré des travaux de Bateson): *Frame analysis : An essay on the organization of experience*. Pour lui, « *les cadrages sont des schémas d'interprétation utilisés pour donner un sens au divers évènement survenant dans l'environnement immédiat des récepteurs...les cadres n'ont du sens qu'à travers les interactions (soit directes ou médiatisées) au sein de la société* »<sup>112</sup>.

Quant à l'approche psychologique, à travers des recherches de Kahneman et Tversky (1984), tentent d'expliquer l'influence du cadrage sur la prise de décision (changement d'attitude, d'opinions et de comportement) et sur le schéma interprétatif mental des individus dans la perception de la réalité<sup>113</sup>.

Dans ce sens, la production de l'information par les journalistes est soumise à des cadres de références (frame), ils contribuent à cadrer les enjeux publics, c'est-à-dire de la faire envisager par les récepteurs d'une façon bien particulière, en choisissant le recours à certaines métaphores, images,...etc. les journalistes façonnent la réalité, à partir de la manière d'aborder un sujet il orientent la signification et l'interprétation de public. C'est-à-dire l'effet de 'cadrage'.

Par exemple, dans son ouvrage Shanto Lyengar 1991, démontre que les médias d'information couvrent la question de la pauvreté de deux façons extrêmement différentes : soit ils adoptent « un cadrage épisodique », relater

---

<sup>111</sup> - Parmi ces chercheurs : Goffman 1986, Entman 1993-1997, Benford et Snow 2000, Reese 2003. Les objectifs de la recherche : identifier le cadrage dominant dans les médias de masse, identifier les luttes de pouvoir menant à la construction des cadrages, dénoncer la présence d'un cadrage dominant

<sup>112</sup> - LEMARIER- Saulier Catherine, Cadrer les définitions du cadrage : une recension multidisciplinaire des approches du cadrage médiatique, Canadian journal of communication, février 2016, disponible sur : [https://www.researchgate.net/publication/314719141\\_Cadrer\\_les\\_definitions\\_du\\_cadrage\\_une\\_recension\\_multidisciplinaire\\_des\\_approches\\_du\\_cadrage\\_mediatique](https://www.researchgate.net/publication/314719141_Cadrer_les_definitions_du_cadrage_une_recension_multidisciplinaire_des_approches_du_cadrage_mediatique)

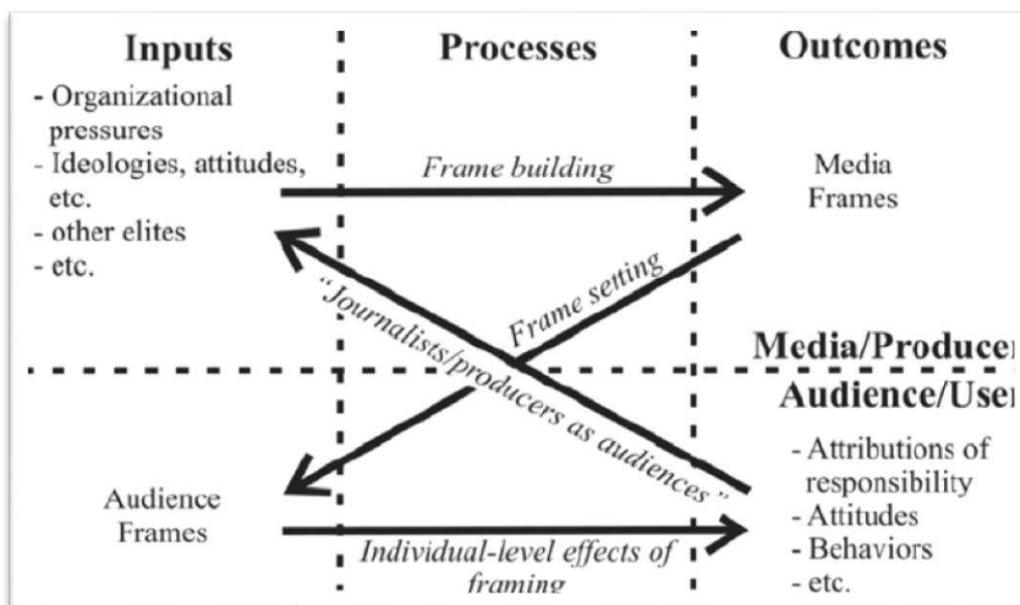
<sup>113</sup> - Ibid.

des histoires individuelles. Soit ils optent pour « un cadrage thématique », contextualiser le problème en le rapportant à des facteurs d'ordre social, économique, culturel<sup>114</sup>.

Ceci dit, que l'interprétation qui découle des deux traitements n'est pas la même. Chaque cadrage favorise des courants idéologiques et politiques différents.

En effet, il est important de distinguer entre le cadrage (framing) et le cadre (frame), le premier représente « un processus, qui se rapporte aux étapes de construction et d'interprétation des textes, quant aux cadres sont vues comme des éléments de contenu des textes médiatiques (mots, expressions, tons, images, titres,...) qui orientent le sens produit par la nouvelle médiatique »<sup>115</sup>. Ainsi, les cadres sont identifiables grâce à l'analyse de contenu.

### Schéma n°8 : La théorie du cadrage médiatique



Source : <https://sites.psu.edu/kdiamond/2020/02/10/theory-of-framing/>

<sup>114</sup> - DERVILLE Gregory, Le pouvoir des médias, 4éd, Presses universitaire de Grenoble, 2017, p. 50.

<sup>115</sup> - LEMARIER- Saulier Catherine, Cadrer les définitions du cadrage : une recension multidisciplinaire des approche du cadrage médiatique, op.cit.

## 6- L'effet d'amorçage : *Priming effect*

Il est mis en évidence par Lyengar et Kinder (1987), étudie les « *critères de jugement* » utilisés par le public pour ce faire une opinion sur les partis et les candidats. La thèse générale de cet élément est expliqué par Grégory Derville comme suit : « *en se focalisant et en attirant l'attention du public sur certains faits et enjeux, les médias accroissent la probabilité pour que ces faits ou ces enjeux soient utilisés par le public pour évaluer les situations et les acteurs du champ politique (partis, gouvernants, élus, dirigeants de groupes d'intérêts, etc.)* ». C'est-à-dire plus un sujet est visible dans les médias, plus il y a des chances pour qu'il soit présent à l'esprit des récepteurs. Pour illustrer l'effet d'amorçage, on cite l'exemple de la défaite de Jimmy Carter à l'élection présidentielle américaine de 1980, à cause de la crise, des otages américaines à Téhéran, qui a occupé l'opinion pendant plusieurs mois (forte médiatisation : plusieurs reportages, articles de presse,..), la longueur de la crise a donné du crédit au discours de son adversaire Reagan Ronald (manque de fermeté de Carter)<sup>116</sup>.

---

<sup>116</sup> - DERVILLE Gregory, Le pouvoir des médias, op.cit. Pp. 51-52.

## **Les limites des recherches empiriques**

### **Critiques de la première génération de recherche**

Les recherches empiriques (1940/1965) s'intéressent à l'étude de l'influence des moyens modernes de diffusion dans les sociétés modernes contemporaine, à travers l'analyse de l'impact immédiat et à court terme de la communication de masse sur la modification des opinions et comportements des individus.

Selon les chercheurs, l'approche empiriste représente un modèle mécaniste et simpliste & behavioriste. Cette tradition de recherche s'attache aux individus plus qu'aux institutions ou structures sociales.

Ce premier courant de recherche néglige d'observer les effets des médias à long terme et de se pencher sur le contexte politique, économique et culturel qui interfère avec la réception.

<b>Cours n°12:</b>
--------------------

<b>Le courant critique et philosophique des médias</b>
--

### 1- Aperçu général :

Les théories critiques de « la société de masse » sont développées durant la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> siècle. Elles interviennent dans un contexte marqué par de multiples transformations sociales liées à : l'industrialisation rapide de l'Europe occidentale capitaliste. L'intensification de la division du travail, l'urbanisation, la centralisation des mécanismes de décision politique, l'extension des systèmes de transport et de communication, l'émergence de mouvements politiques liés à l'élargissement du droit de vote.

Cette transition est marquée par les travaux des sociologues comme : Durkheim, Simmel, Weber, et autres.

Les écoles de pensée critique s'interrogent sur les conséquences du développement de ces nouveaux moyens de production et de transmission culturelle. Les moyens de communication deviennent des moyens de pouvoir et de domination<sup>117</sup>. Inspirés du marxisme, les philosophes de l'école de Frankfort, exilés aux Etats unis, s'inquiètent du devenir de la culture<sup>118</sup>.

La culture (les œuvres de l'esprit : la fréquentation des milieux artistiques, la lecture, la peinture, la musique) était l'apanage de la bourgeoisie et de la noblesse<sup>119</sup>. Cependant, les bouleversements qu'a connus la société

---

<sup>117</sup> - (1960) L'émergence du mouvement structuraliste en France qui oppose la méthode empiriste. Et les cultural studies du groupe de Birmingham en Grande Bretagne.

<sup>118</sup> - MATTELART Armand, MATTELART Michèle, « IV. Industrie culturelle, idéologie et pouvoir », dans : Armand MATTELART éd., *Histoire des théories de la communication*. Paris, La Découverte, « Repères », 2018, p. 40-64. URL : <https://www.cairn.info/histoire-des-theories-de-la-communication--9782348040672-page-40.htm>

<sup>119</sup> - Le philosophe Herbert MARCUSE a été la figure la plus rayonnante de l'école de Frankfort. Il a eu une influence directe dans la lutte idéologique de l'époque, critique de la culture et de la civilisation bourgeoise. Il travaille sur les nouvelles formes de domination politique.

européenne des 19 et 20 siècles (transformations politiques ; l'essor des techniques de communication de masse comme la presse, la radio, le cinéma, la TV ; les bouleversements économiques) ont métamorphosé cette situation<sup>120</sup>.

## **2- L'école de Franckfort : la théorie critique**

Influencés par le marxisme, le philosophe Max HORKHEIMER et l'économiste POLLOK ont fondé l'institut de recherche sociale affilié à l'université de Frankfort. Ses premières recherches ont porté sur l'économie capitaliste et l'histoire du mouvement ouvrier. Quand Hitler est arrivé au pouvoir Max Horkheimer et ses associés juifs (THEODOR ADORNO, Leo LOWENTHAL), se sont exilés pour continuer leur recherche à l'université de Columbia<sup>121</sup>.

En 1938 Adorno accepte l'invitation de LAZARFELD, à travailler sur un projet de recherche sur l'impact culturel des émissions musicales à la radio. LAZARFELD espère développer une convergence entre la théorie européenne et l'empirisme américain. Cependant, la collaboration prend fin en 1939. L'opposition est irréfutable entre les deux modèles. La culture ne peut pas être quantifiée<sup>122</sup>.

## **3- Les industries culturelles<sup>123</sup> :**

Au milieu des années 1940, Adorno et Horkheimer ont créé le concept de l'industrie culturelle. Ils analysent la production industrielle des biens culturels comme mouvement global de production de la culture comme marchandise : (les produits culturels, les films, les programmes radiophoniques, les

---

<sup>120</sup> - RIEFFEL Rémi, *Sociologie des médias*, 2 éd, Paris : Ellipses, 2005, p 82.

<sup>121</sup> - MATTELART Michèle et Armand, *Histoire des théories de la communication*, Paris : la découverte, 2002.

<sup>122</sup> - Ibid.

<sup>123</sup> - Voir aussi le dossier de la SFIC sur le sujet : Bernard MIEGE, "La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC", *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [Online], 1 | 2012, Online since 01 September 2012, connection on 21 October 2022. URL: <http://journals.openedition.org/rfsic/80>; DOI: <https://doi.org/10.4000/rfsic.80>

magazines). En 1947, ils publient l'ouvrage « *la dialectique de la raison* » dans lequel le terme « d'industrie culturelle » est forgé<sup>124</sup>. Ce courant de pensée sur les médias, introduit une réflexion idéologique (appliquer l'idée de la domination économique et sociale au monde la culture).

Il consiste également à critiquer la culture de masse issue des médias de masse ou la rationalité technique a uniformisé le style et le contenu de la culture (standardisation de la culture et l'**homogénéisation**) adhère aux principes de marché (consommation et profit).

La culture est éphémère selon les chercheurs de l'école de Franckfort. Elle est réduite un simple divertissement par exemple une symphonie de Beethoven qui sert de sonnerie de téléphone mobile<sup>125</sup>.

La culture de masse a de nombreuses formes : divertissement publics, spectacles, diffusion massive d'information et de publicité par les différents supports.

Les individus sont décrits comme des personnes passives, n'ayant pas la capacité d'évaluation et de critique des contenus diffusés (médiocre et pauvre culturellement) ils sont manipulés par les diffuseurs et les démagogues au sein de la société de masse.

Les auteurs de cette école estiment que les industries culturelles participent au déclin de la culture, et entraînent « **la dépravation de la culture** ».

---

<sup>124</sup> - RIEFFEL Rémi, Sociologie des médias, op.cit., p 83.

<sup>125</sup> - La marchandisation de la culture et son orientation vers des fins commerciales.

#### 4- Critique de l'école de Franckfort :

Parmi les critiques destinés aux chercheurs de cette école :

1- Le rejet de l'empirisme, leur analyse (idéologique et philosophique) ne repose pas sur des enquêtes de terrain (afin de décrire par le biais d'observations détaillées les pratiques effectives des récepteurs des médias).

2- Les philosophes de l'école de Frankfort sous estiment la capacité d'imagination et de création des individus vivant en société.

3- La standardisation de la culture n'implique pas l'homogénéisation de la consommation. Les pratiques singulières du consommateur sont plus diversifiées.

#### 5- Les industries culturelles à l'ère actuelle :

Les industries culturelles actuellement désignent à la fois « *des supports (papiers, disque, pellicule, bande magnétique, vidéo, CD- Rom, mais aussi le câble, le satellite, téléviseur, etc.) et des contenus (discursif, visuel, médical)* »<sup>126</sup>.

Les industries culturelles sont donc des activités industrielles qui produisent des techniques de reproduction en série et qui peuvent se décliner aujourd'hui suivant trois composantes :

- **Les industries de réseaux** renvoient au développement des télécommunications, réseaux câblés : sont des éléments essentiels pour la diffusion de tous types contenus,
- **Les industries de matériels** (matériels audiovisuels et informatiques)
- **Les industries de programmes** : elle a connu une forte progression grâce au développement du multimédia et la production des programmes culturels et informationnels inédits et interactifs. Gérées par des grandes

---

<sup>126</sup> - RIEFFEL Rémi, Sociologie des médias, op.cit., p 84

firmes de production et les opérateurs des télécommunications, il y a également l'essor des programmes de divertissements et de télé réalité<sup>127</sup>.

## **6- La théorie de l'espace public : HABERMAS**

Le philosophe allemand Jürgen HABERMAS, héritier du courant critique, développe sa propre théorie de la rationalité technique. Il a écrit en 1962, « *l'espace public, archéologie de la publicité* ». Cet espace public est un espace de médiation entre l'Etat et la société, permettant la discussion publique dans une reconnaissance commune de la puissance de la raison et de la richesse de l'échange d'arguments entre individus, des confrontations d'idées et d'opinions éclairées<sup>128</sup>. Il est lié à la diffusion des moyens de communication de masse.

Selon plusieurs chercheurs le concept d'espace public recouvre une ambiguïté, il s'agit « d'un concept valise » car « *le même terme renvoie à des acceptions différentes, qui se recoupent partiellement : l'ensemble des espaces non domestiques, les lieux physiques<sup>129</sup> ou se rassemble un public, les espaces médiatiques ou se déploie le débat politique, les instances démocratiques soumises au principe de publicité, etc.* ».<sup>130</sup> Pour Dominique Wolton, « *l'espace public est le lieu symbolique où se gèrent les contradictions de ' la société individualiste de masse ' », il rajoute : « l'espace public selon Habermas, est la sphère intermédiaire qui s'est constitué historiquement, au moment des lumières, entre la société civile et l'Etat. C'est le lieu accessible à*

---

<sup>127</sup> -Ibid.

<sup>128</sup> - Ibid., p 45

<sup>129</sup> - Le lieu physique demeure central dans tout projet de contestation. Par exemple lors de révolution arabe : MAIDANE TAHRIR, Taksim en Türkiye, etc.

<sup>130</sup> - DACHEUX, Éric. *Présentation générale : L'espace public : un concept clef de la démocratie* In : *L'espace public* [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2008 (généré le 25 octobre 2022). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/editions-cnrs/13746>>. ISBN : 9782271121738. DOI : <https://doi.org/10.4000/13746>.

*tous les citoyens, où un public s'assemble pour formuler une opinion publique »<sup>131</sup>.*

Alain LETOURNEAU le résume comme suit<sup>132</sup> : « *l'espace public est un ensemble de personnes privés rassemblés pour discuter des questions d'intérêt commun. Cette idée prend naissance dans l'Europe moderne, dans la constitution des espaces publics bourgeois qui interviennent comme contrepoids des pouvoirs absolutistes. Ces espaces ont pour but de médiatiser la société et l'Etat, en tenant l'Etat responsable devant la société par la publicité... »<sup>133</sup>,*

D'après ces définitions, l'espace public est un espace symbolique de médiation, d'échange et de débats critiques sur des questions d'intérêts publiques, entre les différents acteurs politiques, sociaux, culturels, intellectuels composant la société.

Il convient de rajouter que Habermas, a centré son concept sur la raison ou l'argumentation. Aussi le concept de l'espace public est opposé à celui de la sphère privé. Bernard Miège précise à son tour les caractéristiques de l'espace public, en tant que espace élargi et fragmenté pour décrire la diversité des points de vue et de sujets débattus concernant la vie politique<sup>134</sup>.

Actuellement, plusieurs recherches académiques évoquent l'élargissement de l'espace public (physique/ numérique) suite à l'émergence et à la diffusion des nouveaux médias et au développement des usages sociaux.

---

<sup>131</sup> - WOLTON Dominique, *Penser la communication*, éd FLAMMAION : France, 1997, p. 379.

<sup>132</sup> - L'auteur rappelle la **filiation kantienne** (la tradition des lumières) de Habermas.

<sup>133</sup> - LITS Marc, « L'espace public : concept fondateur de la communication », *Hermès, La Revue*, 2014/3 (n° 70), p. 77-81. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-77.htm>

<sup>134</sup> - KANE Oumar et ZOUARI Khaled, « Le concept d'espace public à l'épreuve des terrains arabophones et subsahariens », *Communication* [En ligne], vol. 37/2 | 2020, mis en ligne le 07 septembre 2020, consulté le 25 octobre 2022. URL: <http://journals.openedition.org/communication/13076>. Consulté le 22/10/2022.

Comme l'explique Danah BOYD<sup>135</sup>, les RSN ne représentent pas un espace privé, il s'agit des espaces « semi-public ». Cependant, d'autres chercheurs estiment que le nouveaux espace médiatiques interactifs représentent « un espace commun » et non pas « un espace public », car les expressions politiques publiées sur ces plateformes sont subjectives et manquent de rationalité, et elles ne reflètent pas un débat structuré (dans des espaces médiatiques singuliers et paradoxaux)<sup>136</sup>.

<b>Cours n°13:</b>
<b>Les traditions de recherche sur la réception : consommation et réception des œuvres culturelles</b>

### **1- Introduction :**

La sociologie de la réception des œuvres culturelles (contenus médiatiques, pièce de théâtre, fréquentations de musée, textes littéraires, etc.), est marqué par de nombreux travaux ayant tenté d'analyser la relation entre moyens de communication culture et pouvoir. La domination culturelle des classes populaires par les médias de masse est au centre de la problématique de la sociologie de consommations et de réception des biens culturels.

Dans ce contexte, nous évoquons les travaux de Pierre Bourdieu avec Jean Claude Passerons (des années 60 et 70). A partir d'une sociologie critique de l'éducation, ils décrivent un système de reproduction social favorisé par l'école, par exemple la familiarité des enfants avec l'écrit et ceux qui ont accès aux bibliothèques de leur parent réussissent mieux que les autres<sup>137</sup>.

---

<sup>135</sup> - Chercheuse américaine s'intéresse aux médias sociaux.

<sup>136</sup> - DACHEUX Eric, les réseaux sociaux numériques ne sont pas des espace publics, Hermès, 2020, disponible sur : [https://hermes.hypotheses.org/4460#\\_ftn1](https://hermes.hypotheses.org/4460#_ftn1). Consulté le 20/10/2022.

<sup>137</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, op.cit., p 122.

Bourdieu constate que la culture est un imaginaire structuré de symboles communs, et inégalement distribuée. Entre une minorité (la bourgeoisie) au détriment de la majorité (à travers de l'analyse des pratiques culturelles des individus comme la fréquentation des musées ou des bibliothèques ou l'usage de la photographie dans le cadre de la sociologie quantitative).

BOURDIEU dans « la distinction » 1979, parle de l'Habitus qui désigne les pratiques et les dispositions sociales héritées (les habitus). Il distingue trois sortes de goûts (cultivés, moyens, populaires). Cette sociologie dénonce la violence de l'ordre symbolique de la bourgeoisie intellectuelle et évoque l'idée d'une contre-culture qui est la culture prolétarienne (populaire et paysanne) à la mode dans les années 60.

Cette sociologie démontre une forte corrélation entre les pratiques culturelles et les catégories sociales, par exemple : il y a de très fortes corrélations entre le niveau de lecture et le diplôme élevé et le milieu social supérieur).

Dans ce sens, il convient de souligner que la notion de la réception est le carrefour de toutes les interrogations sur les publics depuis l'école de Constance avec les travaux de HANS Robert Jauss et Wolfgang Iser sur « l'esthétique de la réception » en réaction de la théorie critique durant les années 1970<sup>138</sup>. Jauss évoque la jouissance dans les modes de lecture d'une œuvre, et l'idée d'une rencontre entre « l'horizon d'attente » du texte (ses exigences stylistiques propres) et l'horizon personnel du lecteur (son univers social et individuel).

---

<sup>138</sup> - MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, op.cit., p 133.

## 2- Michel de Certeau et la question de la réception :

Dans son ouvrage « l'invention du quotidien : art de faire » publié, en 1980. De Certeau revient sur la formulation des actes interprétatifs mis en œuvre lors de la lecture, de l'écoute ou de suivi d'un spectacle visuel, (la question entre producteurs et consommateurs de sens est inégalitaire)<sup>139</sup>.

Les propriétaires (auteurs, producteurs de l'information) véhiculent leur idéologie et les braconniers (consommateurs) mènent des tactiques d'appropriation singulières (dans le cadre de la théorie de l'appropriation) chacun compose et reproduit pour partie sa propre culture sociale,

*Par exemple la programmation de la publicité juste avant le JT du soir, il y a un grand nombre de téléspectateurs qui regardent la télévision, ils n'ont pas accès aux stratégies de production, mais ils peuvent développer des tactiques temporelles de détournement (zapper, discuter).*

Cette réflexion de CERTEAU sur les pratiques populaires est formée en opposition aux théories critiques, souligne les capacités de résistances des individus à l'égard des pouvoirs codés par les médias : pratiques actives de production de sens par les usagers<sup>140</sup>. Elle est dépendante d'une vision marxiste et structuraliste de la domination.

## 3- Les études culturelles (*Culturals Studies*) :

Elles représentent le mouvement britannique et américain des Culturals Studies des années 70/90 sur la culture de masse. Ils ont un regard critique sur la culture de masse et les formes de la domination culturelle. A partir de la

---

<sup>139</sup> - Ibid.

<sup>140</sup> - FOREST Fabrice. Des sociologies de la réception à la conception assistée par l'usage des techniques d'information et communication : héritages et enjeux. Konex, 2003, 1 (1). ffsic\_00000330f. Disponible sur [https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000330/document](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000330/document)

démarche qualitative, Ils étudient le lien entre pouvoir et culture. Ils relient tradition littéraire, ethnographie et sociologie de l'observation participante<sup>141</sup>.

Ce courant a contribué à réhabiliter une culture populaire observée en tant que pratiques culturelles significatives. Nous citons les travaux de Richard HOGGART<sup>142</sup>, qui a développé une description des composantes de la culture ouvrière, instrument de dépassement des conditions difficiles de travail<sup>143</sup>. Selon l'auteur de « la culture du pauvre » l'opposition « eux-nous » structure les rapports sociaux.<sup>144</sup>

Pour sa part, Stuart Hall effectue la révolution théorique au sein du marxisme britannique. Il explique que la domination capitaliste passe à la fois par le travail et par la culture et l'idéologie des dominants. Elle est transmise par l'éducation et les médias.

Dans son article « *encoding/ decoding* », rédigé en 1973, HALL envisage le processus de communication télévisuel selon quatre moments : production, circulation, distribution/ consommation- reproduction.

Il définit trois types de décodages : **dominant, oppositionnel, négocié**.

- Le décodage dominant correspond au point de vue hégémonique<sup>145</sup>.
- Le décodage oppositionnel interprète le message à partir d'un autre cadre de référence d'une vision du monde contraire.
- Le décodage négocié est un mélange d'éléments d'opposition et d'adaptation un mixte de logiques contradictoires qui souscrit en partie aux significations et aux valeurs dominantes.

---

<sup>141</sup> - MATTELART Michèle et Armand, Histoire des théories de la communication, Paris : la découverte, 2002.

<sup>142</sup> - Hoggart Professeur de littérature à l'université de Birmingham et auteur de « la culture du pauvre », publié en 1957 (ouvrage à la mi-chemin de l'autobiographie et de l'essai ethnographique)

<sup>143</sup> - En 1964 Hoggart fonde « le centre for contemporary cultural studies à Birmingham ». Centre d'études doctorales sur les « formes, les pratiques et les institutions culturelles et leur rapports avec la société et le changement social »

<sup>144</sup> - Ibid.

<sup>145</sup> - RIEFFEL Rémi, Sociologie des médias, op.cit., p 102.

<b>Cours n°14:</b>
<b>Le structuralisme</b>

## 1- Le structuralisme :

Le structuralisme fut un courant dominant des sciences humaines et sociales dans les années 60. Une démarche est structuraliste dès lors que l'observateur s'intéresse aux structures cachées et donne la primauté à la synchronie. Par exemple : l'ethnologue cherche le sens des règles matrimoniales dans le système de la parenté<sup>146</sup>. Il y a le structuralisme linguistique, structuralisme et philosophie, structuralisme et anthropologie,...etc.<sup>147</sup>.

Le structuralisme est lié aux travaux de Ferdinand De Saussure, Claude Lévi Strauss, Michel Foucault, Emile Benviste, Noam Chomsky, Roman Jakobson, Roland Barthe, Jacques Derrida, Jacques Lacan, Michel Serres. Ce courant a connu une large diffusion aux Etats unis à travers le post structuralisme. Il s'inscrit dans le courant critique des études sur la communication. Il a plusieurs définitions en fonction du domaine d'application.

Le dictionnaire Larousse décrit ainsi le structuralisme: « *Courant de pensée des années 1960, visant à privilégier d'une part la totalité par rapport à l'individu, d'autre part la synchronicité des faits plutôt que leur évolution, et enfin les relations qui unissent ces faits plutôt que les faits eux-mêmes dans leur caractère hétérogène et anecdotique* ».

---

<sup>146</sup> - DELLAS J-P, MILLY .B, Histoire des pensées sociologiques, 4 éd, Armand COLIN, 2015, p. 325.

<sup>147</sup> - il s'agit d'un terme associé à la linguistique la psychologie, la sociologie, l'anthropologie sociale et l'anthropologie culturelle, l'économie, les sciences politiques.

Ainsi, la structure est définie comme un ensemble d'éléments qui forment un système. Elle est également un tout organisé qui s'impose à ses éléments et qui est capable d'adaptation et d'autorégulation<sup>148</sup>.

L'analyse structurale est fréquente en sociologie. Elle remonte au linguiste suisse Ferdinand De Saussure (1857-1913), dans son Cours de linguistique générale à l'université de Genève entre 1906/ 1911, il montre qu'une « *langue n'est pas un simple ensemble d'éléments juxtaposés (sons, mots, ...), mais un système abstrait de signes, de relations entre ses éléments* »<sup>149</sup>. Il définit la langue comme institution sociale, un système organisé de signes exprimant des idées. Elle représente l'aspect codifié du langage. Tandis que la parole est un acte individuel.

## **2- La linguistique structurale et le rêve d'une science globale de la communication :**

Roman JAKOBSON<sup>150</sup> (1963) fournit un modèle de communication dérivé du modèle mathématique d'échange fonctionnel du message. Il développe six fonctions :

- 1- La fonction référentielle : dénotative ou cognitive, renvoie au contexte.
- 2- La fonction émotive : elle est centrée sur l'émetteur, le « je ».
- 3- La fonction conative : elle est centrée sur le récepteur, « tu » ou « vous ».
- 4- La fonction phatique : elle renvoie au lien entre les acteurs, il s'agit de rendre la communication effective (allô).
- 5- La fonction métalinguistique : elle est associée au code du langage, où le code constitue l'objet du message (utilisation du même lexique et de la même grammaire).
- 6- La fonction poétique : elle est représentée par la ponctuation, les silences, les effets du rythme.

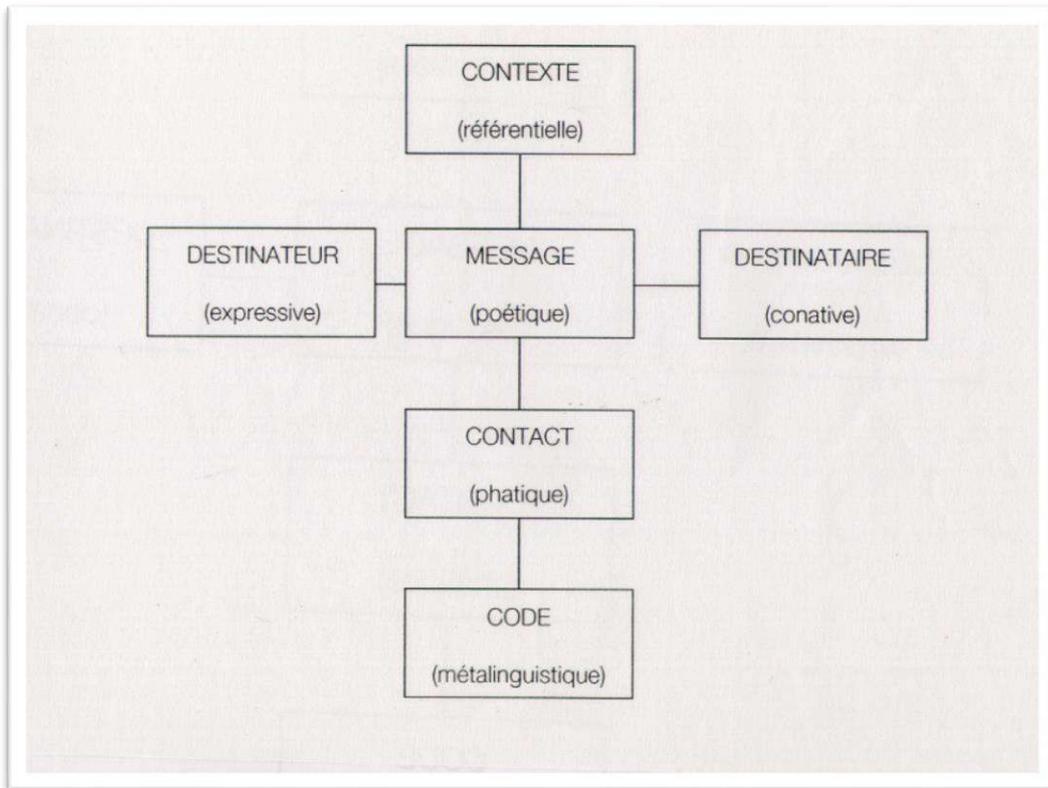
---

<sup>148</sup> - DELLAS J-P, MILLY .B, Histoire des pensées sociologiques, op.cit.

<sup>149</sup> - MORSLY Dalila, *Notions élémentaires de sémiologie*, in Introduction à la sémiologie (texte- image), Alger : édition Office des publications universitaires, SD.

<sup>150</sup> - Dans le cadre de l'école formaliste de russe puis du cercle linguistique de Prague.

### Schéma n°9 : Le schéma de la communication de Jakobson / 1963



Source : <https://tecfa.unige.ch/themes/comu/def/comu-def-tr2.html>

### 3- La sémiologie :

La sémiologie est l'une des disciplines développée par le linguiste suisse Ferdinand De Saussure (1857-1913), dans ses cours de linguistique générale. Définit comme la science des signes<sup>151</sup>. Il écrit dans ses cours, qu'il est possible de concevoir « *une science qui étudie la vie des signes au sein de la vie sociale : la sémiologie* ».

Sémiologie ou sémiotique sont formulés à partir du mot grec « séméion » qui veut dire « signe ». La sémiologie est « *le processus de production de sens* ». C'est ainsi que l'on trouve, dès l'antiquité, une discipline médicale qui

---

<sup>151</sup> - IBID.

s'appelle « sémiologie » qui consiste à étudier l'interprétation des signes ou encore des symptômes des différentes maladies<sup>152</sup>.

Les pères fondateurs de la sémiologie est Ferdinand De Saussure en Europe et Charles Sanders Peirce (1839-1914) en Amérique.

Le signe linguistique est décrit par Saussure comme une entité psychique à deux faces indissociables reliant un signifiant à un signifié (le monème : le concept).

Pour le philosophe scientifique américain C.S. Peirce la sémiotique est la philosophie des langages. Elle s'intéresse à l'analyse de tout type de signes : linguistique, iconographique,...etc. Le signe est considéré comme un objet construit, repose sur une combinaison binaire appelée par Saussure « le signifiant » (les sons ou phonème) et « le signifié » le monème : le concept), ou « le plan de l'expression » et « le plan du contenu » selon Hjelmslev.

Le signe chez Peirce est une relation entre trois pôles :

- La face perceptible du signe « representamen » ou le signifiant, ce qu'il représente : « objet » ou référent, et ce qu'il signifie : « interprétant » ou signifié. Par exemple une photographie (signifiant) représentant un joyeux groupe de personnes (référent) peut signifier selon le contexte « une photo de famille » (signifié).
- Le signe dans la sémiotique de Peirce est trois types : l'indice (la trace sensible d'un phénomène comme la fumée pour le feu), l'icône (la représentation analogique des objets ou des phénomènes comme l'image) et le symbole<sup>153</sup>.

Ce domaine de recherche a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs comme : Roman JAKOBSON, Roland BARTHES, Umberto ECO, Greimas, etc.

---

<sup>152</sup> - JOLY Martine, Introduction à l'analyse de l'image, 2 éd, Paris : ARMOND COLIN, janvier 2014, p24.

<sup>153</sup> - JOLY Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, op.cit.

Dans son article « éléments de Sémiologie » publié en 1964 dans la revue *Communication*, Barthes<sup>154</sup> définit la sémiologie comme « *la science de tous les systèmes de signes* »<sup>155</sup>. Quant à Bernard DARRAS, considère la sémiotique comme: « *...un vaste empire....c'est la marque d'un instrument de réflexion ouvert à l'altérité et à la transversalité* »<sup>156</sup>. Autrement dit, il s'agit d'une science dont les frontières se confondent avec celles des autres disciplines comme la philosophie, la sociologie, la linguistique, les Sciences de l'Information et de la communication.

La sémiologie évolue parallèlement au développement des techniques de communication et du multimédia. Elle offre les moyens théoriques et pratiques permettant d'analyser les discours véhiculés par les mass médias et les TIC.

#### **4- L'analyse sémiologique de l'image fixe : Photographie de presse**

Nous tenons à rappeler que la sémiologie de l'image, comme le précise Martine JOLY : « ... est apparue vers le milieu du 20<sup>em</sup> siècle, attachée essentiellement à l'étude des messages visuels »<sup>157</sup>. L'image est devenue synonyme de « représentation visuelle ».

Roland Barthes a posé une question inaugurale comment le sens vient –il aux images ? Les messages visuels utilisent- ils un langage spécifique? « Si, oui quel est-il ? De quelles unités se constituent- ils, en quoi est-il différent du langage verbal ? »<sup>158</sup>.

Donc, l'image est une représentation complexe et hétérogène. En ce qui concerne la photographie Barthes explique que le message photographique

---

<sup>154</sup> - Barthes est l'un des pères fondateurs de la sémiologie structurale durant les années 60, il s'est intéressé à la sémiologie de la publicité, la mode, le texte,...etc.

<sup>155</sup> - BARTHES Roland (1964), *Éléments de sémiologie*. In: *Communications*, 4. Recherches sémiologiques. Pp. 91-135.DOI : <https://doi.org/10.3406/comm.1964.1029> en ligne sur: [www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1964\\_num\\_4\\_1\\_1029](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1029). Site consulté le 10/3/20.

<sup>156</sup> - DARRAS Bernard (s.dir) 2008, *Images et sémiologie : sémiotique structurale et herméneutique*, France : Publications de la Sorbonne. P.7.

<sup>157</sup> - JOLY Martine, op. cit. P.34.

<sup>158</sup> - BARTHES Roland (1964), *Éléments de sémiologie*. In: *Communications*, op.cit.

comporte une dénotation (le sens premier) et une connotation (le second sens de la photographie qui oblige un véritable déchiffrement),

« *La connotation c'est-à-dire l'imposition d'un sens second au message photographique proprement dit, s'élabore aux différents niveaux de production de la photographie (choix, traitement technique, codage, mise en page) »*<sup>159</sup>.

L'image fixe a plusieurs fonctions :

- Faire vendre.
- Informer.
- Illustration et documentation.
- Argumenter.

La photo, sélectionne, saisi et fixe un instant dans la continuité d'une durée, elle donne l'impression du réel, empreinte analogique ou codage numérique elle rend également compte de l'état d'une réalité qui est celle du preneur d'image, porteuse d'un regard singulier du photographe.

Par exemple les images de: la décennie noire en Algérie « la Madone de BENTALHA » (90- 2000), des harragas (les candidats à l'immigration clandestine, images des dépouilles en mer), l'assassinat de Mohamed EDDORA (l'enfant palestinien assassiné par l'armée israélienne le 30/9/2000), la photo de la famine au soudan (de Kevin KARTER, 1993), les réfugiés syriens, les prisonniers d'Abou Ghrib (Irak, 2004), les révolutions arabes (2011), la chute des deux tours du World Trade Center (USA, le 11/09/2001), ce sont autant de photos ayant marqué notre histoire contemporaine<sup>160</sup>.

---

<sup>159</sup>- BARTHES Roland (1961), *Le message photographique*. In: Communications, 1, 1961. pp. 127-138; disponible sur: [https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1961\\_num\\_1\\_1\\_921](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1961_num_1_1_921). Site consulté le 01/02/20.

<sup>160</sup>- TAIEBI Fatima Zohra, La sémiologie de la photographie de presse, Approche conceptuelle et analytique, in ouvrage collectif: Les applications méthodologiques et

Les TIC bouleversent les modes de production, de circulation et de réception des images. La photographie est sujette à de multiples transformations, elle peut être retouchée, détournée ou manipulée. Ce qui soulève d'autres interrogations sur l'authenticité de ces images, et sur les significations qu'elles recouvrent ?

##### **5- Grille d'analyse de la photographie de presse :**

La grille d'analyse proposée est inspirée des travaux de Roland Barthes sur le signe photographique et sa composition binaire (signifiant, signifié) dont le déchiffrement et le décryptage contient le premier sens (la dénotation) et le second sens (la connotation).

Il y a également Laurent Gervereau<sup>161</sup> qui propose une grille d'analyse plus détaillée en trois étapes, cette grille s'inspire des travaux précédents (Barthes) peut évoluer en fonction du corpus (en fonction de chaque cas de figure) plutôt que de s'imposer un modèle général, standard :

1- La description : selon son auteur décrire c'est déjà comprendre, cette étape consiste à présenter les éléments techniques, stylistiques et thématiques. En ce qui concerne les éléments techniques de la photographie de presse, il faut rechercher l'auteur de la photo, le titre du journal ou du magazine, l'imprimeur, la localisation, indiquer la date de la prise de photo, indiquer le mode d'impression, préciser le format de la photo et son emplacement dans le journal. La description stylistique contient le nombre de couleurs, estimation des surfaces, les caractéristiques plastiques : cadre, cadrage, angles de prise de vue, profondeur de champ, mise en page, etc.

Concernant la description thématique du corpus consiste à répondre aux quatre questions : quel titre et quel rapport texte-image ? Quel inventaire des éléments représentés ? Quels symboles ? Quelles thématiques d'ensemble (le signifiant/quel sens premier)?

---

didactiques en Sciences de l'information et de la communication \_2021, Ed : Editions universitaires européennes.

<sup>161</sup>- GERVEREAU Laurent, Voir, comprendre, analyser les images, Paris : La découverte, 2004.

2- L'évocation du contexte : il s'agit d'une étape indispensable qui se décline en deux étapes :

- le contexte en amont présente ce qui a amené le processus de production.
- Le contexte en aval présente l'étape d'après diffusion car chaque image entame une nouvelle vie après sa création (qui a réellement vu l'image ? quantifier le nombre à partir de l'estimation de ventes d'un journal, ou le nombre de clics sur le site électronique du journal), son impact et son appréciation par le public (réactions, commentaires, etc.).

3- L'interprétation : (le second sens/ le signifié)

Elle consiste à produire des significations du corpus suite à un travail d'analyse et de décryptage<sup>162</sup>.

---

<sup>162</sup> - Op.cit.

**6- Exemples sur les images fixes dans la presse :**

**1- Photographie de presse :**

**Figure n°1 : La fillette et le vautour**



Source : <https://www.nouvelobs.com/photo/20150716.OBS2681/la-fillette-et-le-vautour-le-photographe-sur-le-banc-des-accuses.html>

Photo célèbre de Kevin KARTER, prise en 1993, « la fillette et le vautour » représente la famine dans le sud de Soudan.

## 2- Publicité anti tabagisme :

Figure n° 2 : Campagne publicitaire anti-tabagisme



Source : <http://www.adeevee.com/2005/03/pro-smokefree-anti-smoking-message-cigarette-lung-print/>

3- Caricature : Publiée par le dessinateur le Hic dans journal El Watan

Figure n° 3 : Caricature d'El Watan



Source : <https://gagdz.com/dessin-caricature/hic-el-watan/>

<b>Cours n°15:</b>
<b>Internet studies : vers une nouvelle sociologie d'un média hétérogène</b>

## **1- Sociologie d'internet/ Internet studies :**

Internet est le média de tous les médias, a envahi tous les aspects sociaux et sociétaux. Il a aboli toutes les frontières spatiotemporelles. Il offre des contenus variés qui combinent (son, image, et le texte : rich media). Il annonce les prémices d'une nouvelle société basée sur l'information.

Internet et les TIC ont engendré une révolution en termes de production, de circulation et de réception des contenus. Ils concurrencent désormais les médias classiques (presse écrite, radio, télévision) en termes de production informationnelles. Ils ont instauré de nouvelles pratiques ayant bouleversé le monde des pratiques, des comportements et des habitudes communicationnelles des utilisateurs (s'informer, communiquer, travailler, acheter, se divertir, ...etc.). Donc, Internet s'est imposé comme « *une technologie multiforme de communication interpersonnelle* »<sup>163</sup>.

L'Internet studies, représente un domaine interdisciplinaire, il est associé à la sociologie des médias « media studies », « sociologie du web », « sociologie du numérique » ou « la sociologie numérique »<sup>164</sup>.

---

<sup>163</sup> - MERKLE Pierre, Sociologie des réseaux sociaux, 2d La Découverte ; Paris, 2011, p.79.

<sup>164</sup> - BAYA-LAFFITE Nicolas, « Sociologie d'internet. Jean-Samuel BEUSCART, Éric DAGIRAL, Sylvain PARASIE, Paris, Armand Colin, 2016, 224 p. », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 2018/1 (Vol. 12, N°1), p. 95-101. DOI : 10.3917/rac.038.0095. URL : <https://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2018-1-page-95.htm>

## 2- Les principales problématiques liées à la diffusion de l'internet :

### 1- La problématique d'usage et d'appropriation technologique:

Elle a pour objet l'analyse des pratiques et des représentations liées à l'usage et la diffusion des innovations dans la société. Dans ce contexte, nous citons les premières analyses qualitatives des usages menées par des chercheurs comme Boullier, Charlier 1997<sup>165</sup>, l'usage de la messagerie électronique (Jouet, 1997), du chat (Beaudoin, 2002), ces usages reproduisent en partie les clivages sociaux. Nous citons également des recherches d'André Vitalis (1994) et Patrice Flichy (1995).

Serge Proulx explique cette tendance de recherche comme suit : « *il s'agit de trouver les moyens méthodologiques et épistémologiques pour comprendre l'action bien réelle de la technique dans la société sans avoir une pensée trop fortement teintée par le déterminisme [technologique ou sociologique]* », donc l'objectif est de développer une approche scientifique qui permet de cerner les multiples interactions issues de la relation homme- dispositif sociotechnique, comme le précise Proulx, « *une voie s'ouvre aux chercheurs pour sortir de la pensée déterministe...pratiquer une ethnographie des usages. C'est à dire d'observer et de décrire le plus finement possible les usages effectifs que les acteurs humains font de ces technologies dans leur vie quotidienne* »<sup>166</sup>.

Ce champ de recherche comporte plusieurs thématiques : culture numérique et usages juvéniles, Médias sociaux et profession journalistique, interactions sociotechniques et nouvelles sociabilités : les communautés virtuelles, réseaux sociaux numériques, espace public virtuel, identités numériques, Culture numérique et éducation aux médias, management moderne, internet et communication politique, relations publiques à l'ère numérique, ...etc.

---

<sup>165</sup> - Comme le précise Josiane Jouet dans son travail intitulé : « Des usages de la télématique aux Internet studies », les premiers travaux sur les usages de la télématique (messagerie rose, minitel) réalisés en 1983, il est important de prendre en considération les apports théoriques et empirique des premiers travaux dans le courant de la sociologie des usages afin de pouvoir cerner la question actuelle des usages d'internet. (Faire des observations longitudinales)

<sup>166</sup> - PROULX Serge, Pratiques d'internet et numérisation des sociétés, 2002. Document disponible sur : <https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2010/12/2002-proulx-pratiques-d-in-61.pdf>

## 2- Réseaux sociaux numériques : perspectives de recherche

Les réseaux sociaux numériques<sup>167</sup> ont conquis une place centrale au sein des différents usages d'internet, ont connu au cours de la seconde moitié des années 2000, une croissance spectaculaire<sup>168</sup>. Ils sont définis par Boyd et Ellison, comme : « *des services internet permettant aux utilisateurs : (1) de construire un profil public ou semi public au sein d'un système, (2) de gérer une liste des utilisateurs avec lesquels ils partagent un lien, (3) de voir et naviguer sur leur liste de liens et sur ceux établis par les autres au sein du système* »<sup>169</sup>.

Parmi les caractéristiques de ces sites:

- 1- Créer un espace personnel de présentation de soi (le profil : informations personnelles, comme les données personnelles et les images),
- 2- Accéder aux profils mis en ligne, nouer des relations avec des membres du réseau, échanger des contenus, ...etc.

La recherche académique s'est emparée du sujet. Les réseaux sociaux numériques constituent un champ d'étude dans différents domaines (sciences de l'information et de la communication, sociologie, anthropologie, sciences politiques, psychologie,...etc.)

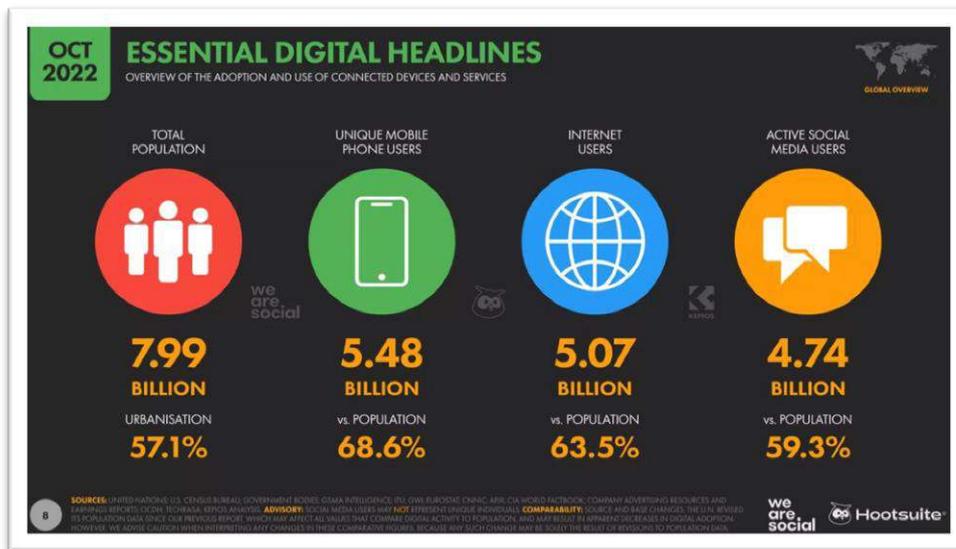
---

<sup>167</sup> - Plusieurs expressions sont utilisées pour désigner les RSN : médias sociaux, nouveaux médias, web social, sites des réseaux sociaux, réseautage social.

<sup>168</sup> - 59% de la population mondiale utilise les réseaux sociaux numériques, l'équivalent de 4.7 milliards. (Source : <https://www.les-infostrateges.com/>)

<sup>169</sup>- Boyd, D and Ellison, N. (2007). « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship ». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1)

**Figure n°4 :** Usage du web et des réseaux sociaux numériques dans le monde/stat octobre 2022



Source : <https://wearesocial.com/fr/blog/2022/01/digital-2022-une-nouvelle-annee-de-croissance-exceptionnelle/>

Analyser le développement de ces plateformes virtuelles interactives issues du web social (web2.0), interpelle plusieurs disciplines et corpus théoriques.

Le web social s'avère un objet de recherche privilégié, il s'appuie sur une quantité grandissante d'études empiriques et de réflexions théoriques. Par exemple :

### 1- L'étude des traces numériques :

L'analyse des traces numériques : commentaires, publications et échanges entre les utilisateurs, permet de comprendre les interactions sociales qui s'instaurent via le web social. Force est de constater qu'il y a un nombre incalculable des études ayant pris pour objet les médias sociaux.

Nous citons par exemple : l'étude de Kumar et al (2006), qui a permis d'établir une analyse structurale et typologique de deux grands réseaux en ligne : Flickr et Yahoo. Il y a également l'étude de Golder et al (2007), qui

s'est intéressée à l'analyse d'une base de donnée anonyme, composée 362 millions de messages échangés par 4 millions d'utilisateurs de facebook,<sup>170</sup>

## **2- Des recherches sur une mise en scène de l'identité par des liens d'amitié :**

Les recherches portent sur l'importance des profils des utilisateurs ainsi que leurs listes d'amis, il s'agit de la mise en scène de l'identité et de développement des stratégies de visibilité, à travers de nombreuses identités numériques. Par exemple : les études de Danah Boyd (2007), Dominique Cardon (2008), etc.

3- Des recherches sur la médiatisation des relations sociales.

4- Des recherches sur la protection de la vie privée (sécurité des données personnelles : caractéristiques sociodémographiques, photos et vidéos, données de navigation, profil public ou privé, etc.)

5- Des recherches concernant les nouveaux enjeux dans le domaine de l'entreprise (connaître les collaborateurs, partager les connaissances, etc.)

Appréhender les phénomènes liés à l'utilisation des RSN, mobilise de multiples outils méthodologiques, qui se déclinent comme suit<sup>171</sup> :

- Les méthodes conventionnelles qualitatives et quantitatives (questionnaire électronique, entretien en ligne,...)
- L'ethnographie virtuelle (développée grâce aux travaux de Christine Hine)
- Les méthodes computationnelles (étude des traces numériques : big data)
- Les méthodes digitales.

---

<sup>170</sup> - FALLERY Bernard et GIRARD Aurélie, Réseaux sociaux numériques: revue de littérature et perspectives de recherche, article en ligne disponible sur : [https://aim.asso.fr/upload/Colloques\\_AIM/AIM%202009/aim2009\\_submission\\_066.pdf](https://aim.asso.fr/upload/Colloques_AIM/AIM%202009/aim2009_submission_066.pdf). Site consulté le 10/9/22.

<sup>171</sup> - PROULX Serge, RUEFF Julien, 2018, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles, en ligne, disponible sur : [https://www.researchgate.net/publication/329116757\\_Actualite\\_des\\_methodes\\_de\\_recherche\\_en\\_sciences\\_sociales\\_sur\\_les\\_pratiques\\_informationnelles](https://www.researchgate.net/publication/329116757_Actualite_des_methodes_de_recherche_en_sciences_sociales_sur_les_pratiques_informationnelles). Consulté le 19/05/2020.

### 3- Internet studies : nouveaux enjeux théoriques et méthodologiques

Pour les chercheurs qui s'intéressent à l'étude de la socialisation de l'Internet et ses services, évoquent l'intérêt des approches classiques (théories, paradigmes, méthodes et outils)<sup>172</sup> dans l'analyse des nouveaux phénomènes, mais ils proposent également de réfléchir sur des approches innovantes (boîte à outils inédite) afin d'appréhender et de cerner la complexité et la difficulté des nouveaux territoires de l'information et de la communication et de journalisme. Donc, produire de nouvelles connaissances parallèlement à l'émergence de nouvelles techniques et pratiques exigent des outils théoriques et méthodologiques appropriés. Actuellement, le recours à la pluridisciplinarité est devenu incontournable afin d'étudier la dynamique des nouveaux médias. Comme le décrit Dominique Boulier, quand il parle des sciences sociales de troisième génération, qui associent les sciences sociales et les sciences informatiques à l'ère de *Big data*<sup>173</sup>.

Force est de constater que l'étude des nouveaux phénomènes via le web posent un certains nombres de problèmes d'ordre épistémologiques et méthodologiques, sont cités comme suit :

- 1- L'immensité des données que fournis le monde numérique (traces numériques : discussions, publications, j'aime, partages, commentaires, etc.).
- 2- Les méthodes de recherche virtuelles posent des problèmes de déontologie : exploitation des données personnelles des utilisateurs sans avoir leur autorisation.

---

<sup>172</sup> - L'étude des nouveaux phénomènes via internet mobilisent un socle théorique et méthodologique classique : théorie des usages et gratifications, two step flow, l'agenda setting, ainsi que des outils de recueil d'informations comme : le questionnaire, l'entretien et l'analyse de contenu.

<sup>173</sup> - BOULLIER Dominique, 2015, Les sciences sociales face aux traces du Big data, Société, opinion ou vibrations ?, Presses de Sciences Po | «revue française de science politique», 2015/5 Vol. 65 | pages 805 à 828. URL : <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2015-5-page-805.htm>, consulté le 17/ 02/2020.

- 3- Problèmes d'échantillonnage (problème de représentativité), de plus le problème de l'anonymat sur le web (difficultés d'exploiter les données déclarées : informations personnelles).
- 4- Les programmes informatiques utilisés tendent à quantifier les données sans les interpréter.

## Références bibliographiques:

1. BALLE. F, Médias et société, 13 éd, Paris : Ed. Monchrestien, 2009.
2. BOUGNOUX Daniel, Introduction aux sciences de la communication, Paris : la découverte, coll. Repères, 2001.
3. BRETON Philippe, PROULX Serge, L'explosion de la communication, Paris : La découverte, 2002.
4. De CERTEAU Michel, Invention du quotidien : Art de faire, éd. Luce Giard : France, 1990.
5. DELLAS J-P, MILLY .B, Histoire des pensées sociologiques, 4 éd, Armand COLIN, 2015.
6. DARRAS Bernard (s.dir) 2008, *Images et sémiologie : sémiotique structurale et herméneutique*, France : Publications de la Sorbonne.
7. DERVILLE Gregory, Le pouvoir des médias, 4éd, Presses universitaire de Grenoble, 2017.
8. GERVEREAU Laurent, Voir, comprendre, analyser les images, Paris : La découverte, 2004.
9. JODELET Denise, Les représentations sociales. Paris : Presses universitaires de France, 1989.
10. JOLY Martine, Introduction à l'analyse de l'image, 2 éd, Paris : ARMOND COLIN, janvier 2014.
11. LE COADIC Y., Usages et usagers de l'information, Paris : ADBS, Nathan université, 1997.
12. MAIGRET Eric, Sociologie de la communication et des médias, 3 éd., Paris : Armand Colin, 2015.
13. MATTELART Michèle et Armand, Histoire des théories de la communication, Paris : la découverte, 2002.
14. MATTELART Armand, La société de l'information ; Paris : Éd. la Découverte, 2001.
15. MATTELART Armand, La mondialisation de la communication, 5e éd, Paris : Presses universitaires de France, 2008.

16. MERKLE Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, 2d La Découverte ; Paris, 2011
17. MUCCHIELLI Alex, *Etude des communications : nouvelles approches*, éd : Armand Colin : Paris, 2006.
18. MORSLY Dalila, *Notions élémentaires de sémiologie*, in *Introduction à la sémiologie (texte- image)*, Alger : édition Office des publications universitaires, SD.
19. NEVEU Eric, *Sociologie du journalisme*, éd La Découverte : Paris, 2013.
20. NEUMANN Elisabeth Noëlle, *L'opinion publique entre apathie et mobilisation : la spirale du silence*, Hermès, l'opinion publique, éd CNRS : Paris, 2009. (Reprise du n°4 de la revue Hermès, le nouvel espace public, 1989).
21. PERRIAULT Jaques, *La logique d'usage : essai sur les machines à communiquer*, Paris : Flammarion, 1989.
22. RIEFFEL Rémi, *Sociologie des médias*, 2 éd, Paris : Ellipses, 2005.
23. ROGERS Everett M, *Diffusion of Innovations*, Fourth edition, New York, Free Press, 1995.
24. TAIEBI Fatima Zohra, *La sémiologie de la photographie de presse, Approche conceptuelle et analytique*, in ouvrage collectif : *Les applications méthodologiques et didactiques en Sciences de l'information et de la communication \_2021*, Ed : Editions universitaires européennes.
25. VITALIS André (dir.), *Médias et nouvelles technologies : pour une socio- politique des usages*, *Médias et nouvelles technologies pour une sociopolitique des usages*, Renne : Apogée, 1994.
26. WOLTON Dominique, *Penser la communication*, éd FLAMMAION : France, 1997.

### **Webographie :**

27. ABRIC Jean-Claude, « 8. L'étude expérimentale des représentations sociales », dans : Denise Jodelet éd., *Les représentations sociales*. Paris cedex

- 14, Presses Universitaires de France, « Sociologie d'aujourd'hui », 2003, p. 203-223. DOI : 10.3917/puf.jodel.2003.01.0203. URL : <https://www.cairn.info/les-representations-sociales--9782130537656-page-203.htm>
28. BARTHES Roland (1964), *Éléments de sémiologie*. In: *Communications*, 4. Recherches sémiologiques. Pp. 91-135. DOI : <https://doi.org/10.3406/comm.1964.1029> en ligne sur: [www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1964\\_num\\_4\\_1\\_1029](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1029). Site consulté le 10/3/20.
29. BARTHES Roland (1961), *Le message photographique*. In: *Communications*, 1, 1961. pp. 127-138; disponible sur: [https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1961\\_num\\_1\\_1\\_921](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1961_num_1_1_921). Site consulté le 01/02/20.
30. BASTIN Gilles, « G », dans : *Petit lexique du journalisme*. Sous la direction de BASTIN Gilles. FONTAINE, Presses universitaires de Grenoble, « Journalisme en + », 2018, p. 75-78. URL : <https://www.cairn.info/petit-lexique-du-journalisme--9782706142338-page-75.htm>
31. BAYA-LAFFITE Nicolas, « Sociologie d'internet. Jean-Samuel BEUSCART, Éric DAGIRAL, Sylvain PARASIE, Paris, Armand Colin, 2016, 224 p. », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 2018/1 (Vol. 12, N°1), p. 95-101. DOI : 10.3917/rac.038.0095. URL : <https://www.cairn.info/revue-anthropologie-des-connaissances-2018-1-page-95.htm>
32. Beaud Paul. Introduction. In: *Sociologie de la communication*, volume 1, n°1, 1997. *Sociologie de la communication*. pp. 13-41. Disponible sur : [www.persee.fr/doc/reso\\_004357302\\_1997\\_mon\\_1\\_1\\_3830](http://www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3830)
- 33.<sup>1</sup> - Deux postures sociologiques proches sont désignées
34. BOULLIER Dominique, 2015, Les sciences sociales face aux traces du Big data, Société, opinion ou vibrations ?, Presses de Sciences Po | «revue française de science politique», 2015/5 Vol. 65 | pages 805 à 828. URL :

<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2015-5-page-805.htm>, consulté le 17/ 02/2020.

35. BOURE Robert, Paul LAZARFELD (1901- 1976) sociologue des médias, disponible sur : <https://sms.hypotheses.org/19820>. Site consulté le 13/10/2022.

36. CARDON Dominique, « La transformation numérique de l'espace public », dans : *Culture numérique*. Sous la direction de CARDON Dominique. Paris, Presses de Sciences Po, « Hors collection », 2019, p. 147-151. URL : <https://www.cairn.info/culture-numerique--9782724623659-page-147.htm>

37. CHAMBAT Pierre. *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales - vers une nouvelle théorie de l'innovation* (Patrice FLICHY). In: *Réseaux*, volume 13, n°74, 1995. Télévision et apprentissages. pp. 207-210. [www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_1995\\_num\\_13\\_74\\_2790](http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1995_num_13_74_2790)

38. CHARRON, Jean. *Médias et sources : Les limites du modèle de l'agenda-setting* In : *Le journalisme* [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2009 (généré le 21 octobre 2022). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/editions-cnrs/13917>. ISBN : 9782271121752.

39. DACHEUX, Éric. *Présentation générale : Les SIC, approche spécifique d'une recherche en communication mondialisée* In : *Les sciences de l'information et de la communication* [en ligne]. Paris : CNRS Éditions, 2009 (généré le 02 juin 2022). Disponible sur Internet : <http://books.openedition.org/editions-cnrs/14211>

40. GALLOT Sidonie, "Les enjeux d'une cartographie des SIC pour la discipline et les unités de recherche", *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [Online], 5 | 2014, Online since 31 July 2014, URL: <http://journals.openedition.org/rfsic/119>. Consulté le 06 Octobre 2022.

41. GNAKPA Didier, fonctionnalisme, disponible sur : <https://www.academia.edu/27909137/Fonctionnalisme>

42. HOUILLON Jean Pierre, *Systemique, les fondamentaux*, disponible sur : <https://www.systemique.com/la-systemique/ecoles-de-pensee/les-fondamentaux.htm>. Consulté le 15/10/2022.
43. JOUET Josiane, « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication », *Réseaux, Sociologie de la communication*, 1997, pp. 291-312. Disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/reso\\_004357302\\_1997\\_mon\\_1\\_1\\_3843](https://www.persee.fr/doc/reso_004357302_1997_mon_1_1_3843). Consulté le 15/12/2009
44. JOUET Josiane, « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux, Communiquer à l'ère des réseaux*, n° 100, pp. 487- 521. Disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/reso\\_0751-7971\\_2000\\_num\\_18\\_100\\_2235](https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2235). Consulté le 21/09/2010.
45. KANE Oumar, “Marshall McLuhan et la théorie médiatique : genèse, pertinence et limites d'une contribution contestée”, *tic&société* [Online], Vol. 10, N° 1 | 1er semestre 2016, Online since 06 November 2016, connection on 20 October 2022. URL: <http://journals.openedition.org/ticetsociete/2043>
46. KANE Oumar et ZOUARI Khaled, « Le concept d'espace public à l'épreuve des terrains arabophones et subsahariens », *Communication* [En ligne], vol. 37/2 | 2020, mis en ligne le 07 septembre 2020, consulté le 25 octobre 2022. URL: <http://journals.openedition.org/communication/13076>. Consulté le 22/10/2022.
47. LEMARIER- Saulier Catherine, *Cadrer les définitions du cadrage : une recension multidisciplinaire des approche du cadrage médiatique*, *Canadian journal of communication*, février 2016, disponible sur : [https://www.researchgate.net/publication/314719141\\_Cadrer\\_les\\_definitions\\_du\\_cadrage\\_une\\_recension\\_multidisciplinaire\\_des\\_approches\\_du\\_cadrage\\_médiatique](https://www.researchgate.net/publication/314719141_Cadrer_les_definitions_du_cadrage_une_recension_multidisciplinaire_des_approches_du_cadrage_médiatique)

48. LITS Marc, « L'espace public : concept fondateur de la communication », *Hermès, La Revue*, 2014/3 (n° 70), p. 77-81. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-77.htm>
49. METZGER Jean Paul, Les Sciences de l'information et de la communication : savoirs et pouvoirs, *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2004, n° 6, p. 145-146. En ligne sur : <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-06-0145-016>
50. MEYER Vincent, « Robert BOURE, dir. Les origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés. Lille, Presses universitaires du Septentrion, coll. Communication, 2002, 179 p. », *Questions de communication*, 2003/2 (n° 4), p. 0-0. URL: <https://www.cairn.info/revue-questions-de-communication-2003-2-page-0.htm>. Site consulté, le 6/10/2022.
51. MUCCHIELLI Alex, BOURION Christian, « Introduction », *Revue internationale de psychosociologie*, 2006/26 (Vol. XII), p. 5-10. DOI : 10.3917/rips.026.0005. URL : <https://www.cairn.info/revue-internationale-de-psychosociologie-2006-26-page-5.htm>
52. PICARD Dominique, MARC Edmond, « Introduction », dans : Dominique Picard éd., *L'École de Palo Alto*. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 3-6. URL: <https://www.cairn.info/l-ecole-de-palo-alto--9782130606628-page-3.htm>
53. PROULX Serge, RUEFF Julien, 2018, Actualité des méthodes de recherche en sciences sociales sur les pratiques informationnelles, en ligne, disponible sur : [https://www.researchgate.net/publication/329116757\\_Actualite\\_des\\_methodes\\_de\\_recherche\\_en\\_sciences\\_sociales\\_sur\\_les\\_pratiques\\_informationnelles](https://www.researchgate.net/publication/329116757_Actualite_des_methodes_de_recherche_en_sciences_sociales_sur_les_pratiques_informationnelles). Consulté le 19/05/2020.
54. - PROULX Serge, Pratiques d'internet et numérisation des sociétés, 2002. Document disponible sur : <https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2010/12/2002-proulx-pratiques-d-in-61.pdf>

55. ROY Patrick, Le médium est le message dans le village global ; le vrai message de Marshal Mc Luhan, publié dans Aspects sociologiques, vol.7, n°1, juillet 2000, pp 38- 48. Disponible sur : [https://www.aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/sites/aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/files/uploads/pdf/Volume\\_7\\_no\\_1/roy2000.pdf](https://www.aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/sites/aspects-sociologiques.soc.ulaval.ca/files/uploads/pdf/Volume_7_no_1/roy2000.pdf). Consulté le 3/10/2022.
56. TAIEBI Fatima Zohra, Les Tic en Algérie : Représentations et nouvelles appropriations, in la Revue de la communication et du journalisme, 2014. Article disponible sur : <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/10640>
57. TAIEBI Fatima Zohra, La publicité virtuelle en Algérie : Enjeux, usages et effets, Thèse de Doctorat en Sciences Sociales : Etude et analyse des sociétés de Maghreb contemporain : Université de Paris 8, Sous la direction du Pr. Lotfi MAHERZI, soutenue publiquement le 25 Mars 2011.

## Lexique

### **Algorithme :**

Selon Dominique Cardon « *il s'agit d'une séquence d'instruction organisée en vue de produire un résultat* »<sup>174</sup>.

### **Audience :**

L'audience est composée de l'ensemble des personnes touchées par un média. Il peut donc s'agir de téléspectateurs, d'auditeurs, de lecteurs, et de visiteurs de sites web. L'audience est l'indicateur qui permet de fixer la valeur des espaces publicitaires mis en vente, nécessaire aux transactions entre diffuseurs et annonceurs.

### **Communication numérique :**

Elle renvoie à toute forme d'échange communicatif, issue de la convergence de l'électronique, de télécommunications, de l'internet et de l'audiovisuel.

### **Communication politique :**

Selon Dominique Wolton, « *Elle englobe l'étude du rôle de la communication dans la vie politique au sens large en intégrant aussi bien les médias que les sondages, le marketing politique et la publicité avec un intérêt particulier pour les périodes électorales* »<sup>175</sup>.

### **Concept :**

Un concept est « *un objet idéal par la médiation duquel la pensée vise le réel selon des déterminations de caractère général...en tant que médium de la*

---

<sup>174</sup>-Thibault De Meyer, « Dominique Cardon, À quoi rêvent les algorithmes », *Lectures* [Online], Reviews, Online since 05 April 2016, connection on 02 November 2022. URL : <http://journals.openedition.org/lectures/20554> ;

<sup>175</sup> - WOLTON Dominique, *La communication politique : construction d'un modèle*, revue *Hermès*, n°4, 1989, disponible en ligne.

*pensée, le concept est donc porteur d'une intentionnalité qui porte sur le réel »<sup>176</sup>.*

### **Empirisme :**

Selon Madeleine Grawitz, *« l'empirisme affirme que l'origine de la connaissance se trouve dans l'expérience. Il croit en la valeur de l'observation, et en celle de la sensation »<sup>177</sup>.*

### **Feed- back :**

C'est la rétroaction.

### **Foule :**

Une foule est un ensemble d'individus qui se trouvent les uns en présence des autres, composée des meneurs et des suiveurs.

### **Holisme méthodologique:**

Du mot Holon, signifie « le tout » en grec. Les phénomènes sociaux sont considérés comme des « tous » irréductibles aux individus<sup>178</sup>. Cette méthode se rattache à l'école française de sociologie fondée par A. Comte.

### **Idéologie :**

Elle est définie comme un ensemble des systèmes symboliques<sup>179</sup>; un ensemble plus ou moins cohérent des idées, des croyances et des doctrines philosophiques, religieuses, politiques, économiques, sociales, propre à une époque, une société, une classe et qui oriente l'action<sup>180</sup>.

---

<sup>176</sup> - MUCCHIELLI Alex, Etude des communications : nouvelles approches, éd : Armand Colin : Paris, 2006, p. 30.

<sup>177</sup> - GRAWITZ Madeleine, Méthodes des sciences sociales, 11 éd, éd Dalloz : France, 2001, p. 16.

<sup>178</sup> - BORLANDI. M, BOUDON .R, CHERKAOUI .M, VALADE.B, Dictionnaire de la pensée sociologique, éd Puf : France, 2005, p.351.

<sup>179</sup> - Ibid.

<sup>180</sup> - <https://www.cnrtl.fr/definition/id%C3%A9ologie>

**Impact :**

Il exprime les effets des dispositifs médiatiques. Il s'agit de l'effet produit par quelque chose ou l'effet exercé par quelqu'un, par ses idées<sup>181</sup>.

**Internet :**

Internet ou le réseau des réseaux, il s'agit d'un réseau informatique mondial. Il permet d'accéder à tous types de contenus (texte, image, vidéo). Il est à l'origine de nombreuses interactions, objets de nouvelles perspectives de recherche.

**Individualisme méthodologique :**

Les phénomènes sociaux sont censés s'expliquer à partir des actions individuelles qui les composent. La méthode individualiste a été formulée à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, par l'école sociologique allemande représentée par M. Weber et G. Simmel<sup>182</sup>.

**Méthode :**

Selon ANGERS Maurice : « *la méthode est un ensemble organisé d'opérations en vue d'atteindre un objectif* ».

**Paradigme :**

Selon Thomas KHAN (1962), le paradigme est « *un ensemble de concepts, de méthodes, de théories et de résultats admis à un moment donné par les scientifiques d'une discipline* »<sup>183</sup>.

---

<sup>181</sup> - GUICHARD Jack, MARTINAND Jean-Louis, « Chapitre 12 - Le concept d'impact médiatique », dans : *Médiatique des sciences*. Sous la direction de GUICHARD Jack, MARTINAND Jean-Louis. Paris cedex 14, Presses Universitaires de France, « Education et formation », 2000, p. 157-191. URL : <https://www.cairn.info/mediatique-des-sciences--9782130501930-page-157.htm>

<sup>182</sup> - BORLANDI. M, BOUDON .R, CHERKAOUI .M, VALADE.B, Dictionnaire de la pensée sociologique, éd Puf : France, 2005, p. 351.

<sup>183</sup> - MILLY Bruno, DELLAS Jean Pierre, Histoire des pensées sociologiques, 4<sup>éd</sup>, France : Armand COLIN, 2015, p6.

### **Plateformes virtuelles :**

Elles représentent des dispositifs sociotechniques, des interfaces homme machine, permettant aux utilisateurs de communiquer, de publier et d'échanger de contenus, de créer des communautés en ligne (ayant des centres d'intérêts commun), par exemple : Facebook, Twitter, Linked In, You tube, ...etc.

### **Profil :**

Il contient les informations personnelles (photos, vidéos, adresse, préférences, Cv,...etc.) des utilisateurs des RSN.

### **Propagande :**

Le mot a été utilisé pour la première fois au XVII siècle par le pape Grégoire XV, le mot désignait au départ l'action de propager une doctrine religieuse, et englobera ultérieurement au moment de la révolution française, la diffusion des idées politiques. A partir du XX siècle il prendra une acception négative<sup>184</sup>.

### **Public :**

D'après Tarde, « *le public est une forme évoluée de la sociabilité. Le public est composé d'individus sans contact. Le public n'est pas forcément présent au même moment physiquement. Le public partage des idées, des valeurs communes, ce sont des personnes qui ne se connaissent pas forcément. Le public c'est une décimation d'individu physiquement séparés et dont la cohésion est mentale* »<sup>185</sup>.

### **Système :**

C'est un ensemble d'éléments interdépendants.

---

<sup>184</sup> - RIEFFEL Rémi, Sociologie des médias, 2 éd, Paris : Ellipses, 2005, p 54.

<sup>185</sup>- GNAKPA Didier, fonctionnalisme, disponible sur : <https://www.academia.edu/27909137/Fonctionnalisme>

**Théorie :**

Ensembles de termes, de définitions et de propositions, en relation les uns avec les autres, qui propose une vue systématique d'un phénomène, dans le but d'en rendre compte et d'en prédire les manifestations<sup>186</sup>.

<b>Acronymes</b>
------------------

**IC** : Industries culturelles

**RSN** : Réseaux sociaux numériques

**SHS** : Sciences humaines et sociales

**SIC** : Sciences de l'Information et de la communication

**TIC** : Technologies de l'Information et de la Communication

---

<sup>186</sup> - ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, éd Casbah : Alger, 2015.