

LA COMMUNICATION MÉDIÉE

Katarína Chovancová

Université Matej Bel de Banská Bystrica

Abstrakt: Na otázku kto s kým komunikuje často odpovedáme vymedzením dvoch protipólov: expedienta a príjemcu informácie. Vzhľadom na realitu komunikačných aktov sa však táto dvojčlenná schéma zdá byť príliš zjednodušujúca. Podľa počtu účastníkov sú komunikačné situácie rôznorodejšie. Často vznikajú „komunikačné trojčlenky“, pri ktorých informačnú výmenu medzi hovoriacimi sprostredkúva tretia osoba. Takáto interakcia si zaslúži pozornosť nielen preto, aby sme vymedzili jej rôzne formy, ale aj preto, aby bolo možné analyzovať vplyv sprostredkujúcej osoby na obsah a priebeh komunikácie.

Kľúčové slová: lingvistika, pragmatika, komunikácia, počítač

Nous parlons de la communication « médiée », mais aussi de la communication « médiatisée » et de la communication « médiatique ». Quelles nuances de sens y a-t-il ? Pour pouvoir réfléchir sur cette terminologie, il nous semble nécessaire d'envisager la nature variée des actes d'énonciation et de prendre pour le point de départ la répartition des rôles énonciatrices, parmi lesquelles deux sont fondamentales, celle de l'émetteur et celle du récepteur.

Parmi les trois termes mentionnés, « médiée » est probablement le moins ancré dans le lexique du français standard ; il n'est pas attesté dans les dictionnaires de référence. Il apparaît presque uniquement dans l'expression « communication médiée par ordinateur » et désigne la communication dans des espaces virtuels, par ex. dans le chat ou sur les blogs (Panckhurst, 1997, 2007).

Les deux autres unités lexicales sont attestées dans les dictionnaires du français contemporain. Selon le *Trésor de la langue française*, le verbe « médiatiser » signifie « rendre médiat¹ par l'introduction d'un intermédiaire »², éventuellement « servir d'intermédiaire, de moyen à quelque chose pour le faire connaître ou apparaître ». Le *Dictionnaire de l'Académie française* (IX^e édition) mentionne les mêmes acceptions

¹ « [...] qui n'est pas en rapport direct avec autre chose, qui n'agit pas sur autre chose, qui ne s'effectue que par un intermédiaire ».

² Le terme s'emploie en politique sociale notamment en parlant de la démocratie médiatisée (la démocratie où les représentants ne sont pas directement élus par le peuple), en philosophie (en parlant de la perception du monde) ou en histoire (en parlant des princes / villes / fiefs médiatisés, donc ceux qui ne dépendent plus directement de l'empereur).

anciennes³ (datant du XIX^e), mais il fait également état d'une acception plus moderne du verbe, celle que ce mot n'a acquise qu'au XX^e siècle. « Médiatiser »⁴ signifie aujourd'hui, en langage familier « répandre / diffuser par les médias, faire connaître par le moyen des médias ». On parle, par exemple, des « événements (largement) médiatisés ». Le terme « médiatisé » qualifie donc les procès qui, pour se réaliser, ont besoin d'un intermédiaire ou d'un média. « Médiatique » ou « mass-médiatique » est encore, selon le *Trésor de la langue française*, « relatif aux mass(-) media, des mass(-)media » (TLFi).⁵

Les recherches dictionnaires nous amènent toujours au même résultat, c'est-à-dire vers la relation entre les communications médiatisées et les communications médiatiques avec le média, encore que le premier terme semble avoir un sens plus générique et le deuxième un sens plus étroit, selon le sens qu'on donne au mot « médium ».

D'après les dictionnaires consultés, le *Trésor de la langue française*, « médium »⁶ est

1. a) ce qui occupe une position moyenne (que ce soit, au sens littéral, « un milieu », ou bien selon le domaine spécifique, « moyen terme d'un syllogisme » en philosophie, « une moyenne arithmétique » en mathématiques, « le son moyen d'un instrument ou d'une voix en musique », « le doigt du milieu » en anatomie, ou « la substance conservante mélangée aux peintures et aux encres » en arts plastiques) ;

b) ce qui sert de support, d'intermédiaire, de moyen de transmission, de véhicule à un élément de connaissance en produisant une médiation entre émetteur et récepteur (dans les domaines techniques par ex. substance chimique / minéralogique, milieu biologique / minéralogique).

2. En parapsychologie, le médium est une personne considérée comme douée de facultés psychiques lui permettant de percevoir des éléments de connaissance par des moyens supranormaux ; personne dotée de la capacité d'entrer en communication avec des esprits.

Dans le domaine de la sociologie de la communication, c'est le sens de « moyen de transmission d'un message » qui est le plus souvent adopté (McLuhan, 1965).

Les ouvrages de référence spécialisés relevant du domaine de la sociologie de communication ou de médiologie donnent au « médium » les sens suivants :

- environnement physique permettant à la communication de se réaliser ;
- support matériel ;
- code utilisé pour l'enregistrement de l'information ;
- ensemble du milieu, de la technologie et du sujet communicant ;
- institution sociale avec un ensemble de normes, pratiques et valeurs.

La médiologie, discipline qui s'est profilée en annexe à la théorie de la communication, associe l'étude de la communication avec celle des médias de masse. Elle traite de la communication médiatique et elle pense inévitablement le médium comme un

³ « Médiatiser » est dérivé de « médiat ».

⁴ « Médiatiser » est ici dérivé de « média ».

⁵ Les ouvrages de référence slovaques, parmi lesquels notamment *Krátky slovník slovenského jazyka*, contient « mediálny », dérivé de « médium », ayant le sens de ce qui est lié au médias de masse. L'expression « mediovaný », équivalent formel de « médié » n'est pas attesté. Les ouvrages de spécialité confirment le lien entre « mediálny » et « médium ».

⁶ Le pluriel est toujours « média ».

ensemble à trois pôles : le milieu, la technologie et le sujet communicant. Les produits de la communication médiatique sont des messages destinés à des publics larges, hétérogènes ou non identifiés. Le médium, moyen de transmission de l'information, voire même producteur de textes publiquement accessibles, standardisés et fabriqués suivant des schémas précis, est une technologie et une organisation, il a donc un côté matériel important. L'épithète « médiatique », permet ainsi de délimiter toute une série de situations de communication avec des traits communs de matérialité (dispositif technologique) du médium et une large mesure de complexité présumée du groupe cible (public).

Mais comment désigner et aborder les actes de communication où le « médium » n'est pas un dispositif technique, mais une personne vivante ? Comment saisir l'existence des intermédiaires humains dont le comportement communicationnel n'est pas nécessairement lié à l'emploi d'une technologie ? Comment traiter les situations dans lesquelles il y a un médiateur qui agit, de façon consciente, sur la nature et sur le contenu de l'information dans l'espace intermédiaire entre l'émetteur et le récepteur qui peuvent être individuels ? Bref, comment désigner les situations de communication où il y a médiation sans aspects latéraux typiques pour la communication de masse ?

Pour illustrer, prenons les constellations communicatives mentionnées par C. Kerbrat-Orecchioni (2002, p. 25) dans sa critique des modèles de communications linéaires. L'auteur rappelle la présence fréquente d'une troisième instance énonciatrice entre l'émetteur et le récepteur : un messenger, un courrier, un télégraphiste, un traducteur, un interprète, un enseignant, un glossateur, un rédacteur, un reporter, un lecteur / réviseur, un présentateur à la télévision, mais aussi un défenseur, un procureur, un rédacteur de procès-verbal, un entremetteur, un négociateur, un rapporteur, etc. Dans le processus de transmission du message, nous avons affaire dans ces cas à des actes d'énonciation enchaînés. Le troisième sujet communicant est à chaque fois une personne vivante et, en tant que telle, il peut assurer la médiation du message envers le récepteur individuel, de groupe, et même le public de masse, et cela même sans avoir à utiliser des moyens techniques spécifiques. La communication est influencée de façon plus ou moins importante par cette tierce personne, du point de vue de la forme, du contenu ou encore du point de vue de l'interculturalité. Une expérience interactionnelle et communicative, tout comme l'expérience culturelle, se base sur la rencontre des identités personnelles et « véritablement individuelles » (Bálintová, 2010, p. 10) de tous les participants. Parmi les énonciateurs mentionnés ci-dessus, l'aspect interculturel est très présent, par exemple, chez l'interprète qui a besoin d'une compétence complexe et multistratège (Lupták, 2008, p. 128) pour réussir sa tâche.

Nous proposons de garder, pour les situations de communication mentionnées ci-dessus, faute de mieux, l'appellation générique « médiatisées ». Le lien au « média » ne disparaît pas ; le média est tout de même pris dans son acception large de « ce qui sert d'intermédiaire » (Patráš, 2009, p. 19) et non dans son acception étroite de « médium de masse ».

J. B. Thomson (2004) divise le champ des communications médiatisées / médiées en trois sphères : 1. interaction directe, 2. interaction médiatisée et 3. quasi-interaction

médiatisée. On peut constater avec M. Bočák (2010) et en résumant l'approche thomsonienne que lors de l'interaction directe les interlocuteurs partagent l'espace et le temps. Ils construisent leur dialogue en alternant leurs rôles et mettant en usage les moyens communicatifs relevant des divers codes de communication. Au contraire, l'interaction médiatisée utilise des moyens techniques. C'est grâce à eux que les sujets communicants arrivent à se passer d'un espace-temps commun. Les outils techniques leur permettent de transférer le message; ainsi, le récepteur arrivera à comprendre l'information même à un autre moment et ailleurs que là où l'émetteur l'a expédiée. Pour assurer cette bonne compréhension, il peut cependant s'avérer nécessaire d'avoir accès à la totalité du contexte situationnel ou, du moins, d'avoir les moyens de le reconstituer. La quasi-interaction médiatisée, en troisième lieu, diffère de l'interaction médiatisée par son récepteur. Celui-ci peut être potentiel, de groupe ou de masse, en tout cas il est hétérogène et quelquefois non spécifié (non identifié). Il s'agit en fait d'un flux d'information unilatéral (unidirectionnel), sans une vraie alternance des rôles des sujets communicants. Les communications médiées ou médiatisées (sans égard à la nature de l'instance médiatrice) se situent entre le premier et le deuxième type délimité par Thomson.

La question « qui participe à la communication ? » reçoit souvent la réponse traditionnelle : c'est l'émetteur et le récepteur. Ce schéma bipolaire nous semble pourtant simplifié et simplifiant, et surtout mal adapté à la réalité des actes d'énonciation. Nous avons montré que la typologie des événements communicationnels, lorsqu'on la regarde sous perspective du nombre des sujets communicants, est plus riche. Un des modèles fréquents est celui des « tripôles communicationnels », c'est-à-dire des cas où il y a médiation du message par une personne sans que l'usage de la technologie soit vraiment indispensable. Ce type de situation mériterait d'être analysé avec attention, non seulement pour distinguer ses diverses formes, mais aussi pour faire une analyse de l'impact du « médiateur » sur la nature de l'information transmise, ainsi que sur le succès du processus communicationnel.

Bibliographie

- BÁLINTOVÁ, H. : Korene ruskej kultúrnej identity v diachrónnom aspekte. In : Bálintová, H. – Pálková, J. (eds.) : Korenie kultúry. Banská Bystrica : FHV UMB, 2010, p. 10-14.
- BOČÁK, M. : Vývinové paralely komunikačných a mediálnych štúdií. In : Magál, S. – Mistrík, M. (eds.) : Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM 2006, p. 235-237.
- BOČÁK, M. : Komunikácia, mediálna. In : Rusnák, J. (ed.) : Texty elektronických médií: Stručný výkladový slovník. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, 2010, p. 116.
- CEJPEK, J. : Informace, komunikace a myšlení. Úvod do informační vědy (2^e éd.) Praha : Karolinum, 2008.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. : L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage. Paris : Armand Colin, 2002.

- EUPTÁK, M. : Ako trénovať zručnosti v konzekutívnom tlmočení? K typológii cvičení. In :
Đuricová, Alena (ed.) : Od textu k prekladu III. Praha : JTP, 2008, p. 127-135.
- McLUHAN, H. M. : Understanding Media: The Extensions of Man. New York : McGraw-Hill,
1965 ; Reissud by Ginko Press, 2003.
- PANCKHURST, R. : La communication médiatisée par ordinateur ou la communication médiée
par ordinateur ? In : Terminologies nouvelles, 1997, n°17, p. 56-58.
- PANCKHURST, R. : Discours électronique médié : quelle évolution depuis une décennie ? In :
Gerbault, J. (éd.) : La langue du cyberspace : de la diversité aux normes. Paris : L'Harmattan,
2007, p. 121-136.
- PATRÁŠ, V. : Sociolingvistické aspekty elektronicky podmienenej komunikácie. Karviná : Slez-
ská univerzita, 2009.
- REIFOVÁ, I. (ed.) : Slovník mediální komunikace. Praha : Portál, 2004.
- THOMSON, J. B. : Média a modernita. Sociální teorie médií. Praha : Karolinum, 2004.
- Elektronický slovník slovenského jazyka [en ligne]. Disponible sur : www.slex.sk [consulté le
05/09/2011].

Katarína Chovancová
Département d'Études romanes
Faculté des Sciences humaines
Université Matej Bel de Banská Bystrica
Tajovského 40, 974 01 Banská Bystrica
katarina.chovancova@umb.sk