

**LA COMMUNICATION MEDIATIQUE :
INTERACTIONS HUMAINES ET SOCIALES MEDIATISEES**

**Mémoire
pour l'obtention de l'Habilitation à Diriger des Recherches
en Sciences de l'Information et de la Communication**

présenté par Marie-Pierre Fourquet-Courbet

RESUME

Ce mémoire propose d'abord une mise en perspective théorique et épistémologique de dix années de recherches que j'ai menées sur la communication médiatique. Il explicite également ma posture dans le champ des SIC et mes choix théoriques, épistémologiques et méthodologiques.

La communication médiatique est considérée comme une forme d'interactions humaines et sociales médiatisées. Suivant une perspective théorique générale interactionnelle, mes recherches, empiriques et interdisciplinaires, s'intéressent à trois types d'interactions complémentaires.

Le premier type d'interactions, médiates, est celui des « esprits » des sujets sociaux producteurs et récepteurs se réalisant *via* le dispositif médiatique. Les sujets sociaux dotés d'intentionnalité génèrent ou activent, explicitement ou implicitement, des représentations liées aux autres acteurs impliqués. En fonction du contexte, des enjeux et de ce qu'ils savent des raisons qui sous-tendent l'existence du phénomène de communication, les uns et les autres infèrent des intentions communicationnelles.

Le deuxième type d'interactions se réalise entre les sujets sociaux en production et le dispositif médiatique. En tenant compte des conditions sociales de production collective, les dispositifs médiatiques sont issus de la mise en œuvre de savoir-faire qui répondent à des intentions, c'est-à-dire à un but ou à une volonté de produire un effet en réception. J'étudie les interactions entre les producteurs et différents dispositifs médiatiques : conception de dispositifs de communication pour lutter contre les incendies de forêt (communication environnementale), création d'e-publicités, utilisation d'Internet pour influencer les contextes juridiques et politiques (*via* notamment le discours et les « stratégies rhétoriques »).

Le troisième type d'interactions a lieu entre le sujet social en réception et le dispositif médiatique. Au moment ou après le contact avec le dispositif, le récepteur co-construit du sens en fonction du contexte, des éléments figurant dans le dispositif et des intentions perçues du producteur. Mes travaux portent sur les interactions entre les récepteurs et plusieurs catégories de dispositifs médiatiques : diffusion d'événements socio-médiatiques « hors du commun » (mort de Michael Jackson, attentats du 11 septembre 2001 à New York), publicités sur Internet, communication politique télévisée.

En donnant le primat aux sujets sociaux, j'étudie leurs processus socio-cognitifs et socio-affectifs, plus ou moins contrôlés, par lesquels ils interagissent entre eux et avec des dispositifs médiatiques. Une partie de mes travaux consiste donc à développer des méthodes pour « pister » et étudier ces processus. Ces méthodes sont essentiellement fondées sur le langage, considéré comme porteur des traces de l'intentionnalité du sujet

social et comme observable des traitements contrôlés en mémoire explicite. Je présente également une méthode permettant d'accéder aux traitements automatiques « non conscients » en mémoire implicite, avec des marqueurs non langagiers : les temps de réponse. Ainsi, ayant travaillé sur les traitements contrôlés et automatiques du sujet social, en production et en réception, avec des démarches herméneutiques mais aussi expérimentales, je me positionne en faveur d'une pluralité théorique et épistémologique en SIC.

Outre cette mise en perspective de mes travaux, je trace dans ce mémoire les contours d'un programme de recherches empiriques sur la communication médiatique en tant qu'interactions humaines et sociales médiatisées. Plusieurs pistes de recherche, de collaborations et d'encadrements de jeunes chercheurs se dessinent autour (1) des différents objets de recherche que peut intégrer ce programme (toute communication médiatique d'organisations publiques ou privées ayant des visées d'influence explicite ou implicite) et (2) des différents angles et échelles d'observation des interactions entre les sujets sociaux et le dispositif médiatique.