

# Éditorial

## Françoise ALBERTINI,

Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Corse Pasquale Paoli, UMR CNRS LISA 6240.  
albertini.f@wanadoo.fr

## Alexandre EYRIES,

Enseignant-chercheur Habilité à Diriger les Recherches en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Bourgogne Franche-Comté, Laboratoire CIMEOS EA 4177.  
alex.eyries@yahoo.fr

*Nous tenons à dédier ce numéro de Médiation et Information à la mémoire du regretté Yves Jeanneret (1951–2020), penseur de la trivialité et figure importante des Sciences de l'Information et de la Communication.*

Les travaux menés depuis environ une trentaine d'années en Sciences de l'Information et de la Communication oscillent tous entre deux grands tropismes, d'une part le tropisme interpersonnel (communication verbale et non-verbale en face-à-face, en présentiel ou bien en distanciel), d'autre part le tropisme de la médiation technologique qui est constitutif des phénomènes de communication d'aujourd'hui, comme l'écrit Josiane Jouët : « *les pratiques de communication s'élaborent en effet 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. Il se produit une rencontre entre les évolutions techniques et le changement social, et les pratiques de communication constituent un terrain d'observation privilégié pour cerner le tissage de cette convergence<sup>1</sup>* ». C'est à travers le constat de cette rencontre fondatrice entre les évolutions techniques et les changements sociétaux qu'Yves Jeanneret pense ce qu'il appelle la trivialité. Il s'intéresse à « *la nature des processus de communication qui permettent aux savoirs et aux valeurs de la culture de gagner divers espaces sociaux : un complexe que je nomme la vie*

---

<sup>1</sup> Josiane Jouët, « Pratiques de communication et figures de la médiation. Des médias de masse aux technologies de l'information et de la communication » dans *Sociologie de la communication*, volume 1, n° 1, 1997, p 291.

triviale des êtres culturels<sup>2</sup> ». La communication joue un rôle crucial pour Yves Jeanneret dans le caractère transformateur et créatif des êtres culturels à travers divers espaces sociaux. Pour lui, un être culturel représente « l'ensemble d'idées et de valeurs qui incarne un objet de la culture dans une société tout en se transformant constamment à partir de la circulation des textes, des objets et des signes<sup>3</sup> ». La médiation est centrale dans la réflexion d'Yves Jeanneret sur la trivialité, qu'elle soit d'ordre symbolique ou qu'elle concerne les évolutions technologiques. Dans tous les cas, la médiation quelle qu'elle soit n'évacue pas pour autant la question de l'humain dans le processus de communication qui y voit une manifestation de « l'évidence de la "co-influence" de la technique et du social qui se manifeste alors<sup>4</sup> ». Si, à notre époque, la perception technologique de la communication est prédominante, il existe des voix fortes dans notre discipline<sup>5</sup> qui réaffirment la primauté de l'humain dans les phénomènes communicationnels. La communication, telle que nous la concevons dans ce numéro de revue, « sera ici prise dans une vision plus large, englobant les multiples circuits d'échange et de circulation des biens, des personnes et des messages. Cette définition couvre tout à la fois les voies de communication, les réseaux de transmission à longue distance et les moyens de l'échange symbolique<sup>6</sup> » comme le remarquait déjà fort justement en 2011 Armand Mattelart. Il y a vingt-quatre ans exactement paraissait l'ouvrage de Jean Caune *Esthétique de la communication* de (PUF, 1996) qui envisageait la communication sous un angle sensible à partir du prisme de l'expérience esthétique : « L'objet d'art, bien qu'il ne soit pas produit dans une volonté explicite de communiquer quelque chose – une pensée, un état d'esprit, une émotion –, n'en demeure pas moins, du fait même de sa nature esthétique, un objet qui relève d'un processus de communication<sup>7</sup> ». L'œuvre d'art, la fiction littéraire, la musique, ont vu à partir du milieu des années 1930 leur diffusion révolutionnée par l'essor des techniques modernes comme Walter Benjamin l'a souligné dans son célèbre essai *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (1935). Elles ont vu au tournant des années 1980 leur zone d'influence s'étendre considérablement avec

2 Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Editions Non Standard, 2014, p 20.

3 Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Editions Non Standard, 2014, p 11-12.

4 Michel Durampart, « La médiation technologique : entre réalité et immanence des évolutions organisationnelles liées à la diffusion des TIC », *Communication et organisation* [En ligne], 19 | 2001, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 31 août 2018.  
URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2482>

5 Notamment celles d'Anne-Marie Laulan, Jacques Perriault, Dominique Wolton, Pascal Lardellier...

6 Armand Mattelart, « Introduction » dans *L'invention de la communication*, Paris, Editions La Découverte : collection « La Découverte/Poche », octobre 2011, p 8.

7 Jean Caune, *Esthétique de la communication*, Paris, PUF : collection Que sais-je ?, 1997, p 3.

l'essor des industries culturelles et créatives dont Bernard Miège<sup>8</sup> est l'éminent spécialiste. Le langage de l'art, c'est-à-dire la conjonction d'une attitude de l'esprit (une intuition, une opinion, une vision du monde) et d'une technique d'intervention sur un matériau s'est propagé dans le monde social et a commencé à communiquer avec lui. Le partage d'émotions et de sensations, tout autant que la croyance en des principes ou en des idées, fait naître le sentiment d'appartenance à la communauté et créent des processus de communication mettant en œuvre les effets du sensible. L'esthétique de la communication telle que l'envisageait Jean Caune en son temps visait à appréhender « *les processus sociaux qui présentent une expressivité dans la communication (publicité [...]) et, d'autre part, les phénomènes d'expression esthétique qui réalisent une fonction de communication (médias, spectacles, cérémonies sociales)* »<sup>9</sup>.

Souhaitant prolonger et enrichir les analyses sur cette thématique, ce numéro 50 de la revue *Médiation et Information* sera l'occasion d'investir de nouveaux territoires communicationnels sous un angle à la fois *poétique* étudiant les conditions de création d'une œuvre d'art ainsi que les relations qui se nouent entre cette dernière et l'homme pendant le processus de création, *poétique* (se centrant sur l'analyse et la théorisation de la création artistique) et *politique*. Nous entendons ici aussi bien *la* politique (qui constitue l'activité sociale dans laquelle les membres d'une société établissent, modifient les normes de leur collectivité et décident ensemble de leur avenir) que *le* politique (qui se rapporte au pouvoir explicite présent dans une société et se rapporte au fonctionnement et à l'organisation de cette société). Ce numéro 50 de MEI est intitulé : « *Poétique(s) de la communication* » et s'assigne pour tâche de repenser la communication à l'aune de nouvelles formes d'interactions et de nouveaux dispositifs technologiques (numériques notamment), sémiotiques et symboliques qui ont bouleversé les sociétés contemporaines depuis une dizaine d'années. Les chercheurs retenus au sommaire de ce numéro ont analysé, dans leurs contributions respectives, des formes sensibles et esthétiques fortement communicantes et nous invitent à entrer moins dans l'atelier de l'artiste que dans la petite fabrique de la communication, en accordant une importance particulière aux créations de toutes sortes et aux œuvres de l'esprit. L'architecture a été considérée en tant que vecteur d'interactions entre l'être humain et son environnement immédiat pour « *explorer une sémiotique de la communication urbaine, c'est-à-dire une sémiotique du sensible de l'expérience urbaine que chaque individu partage avec autrui, pour un temps, dans son espace vécu* » (Laudati, 2014, p 179). Le design analyse des signifiants qui deviennent « *des canaux de communication qui transmettent un message (commercial, idéologique) entre l'émetteur (la marque) et le récepteur (le consommateur)* » (Vial, 2014, p 176). L'art contemporain représente un espace de communication privilégié entre l'œuvre d'art et le regardeur (au sens de Pierre Soulages), tout

8 2000, 2017

9 Jean Caune, *Esthétique de la communication*, op.cit., p 7.

comme la musique et le chant, modes de communication privilégiés touchant l'âme et le cœur sans saisie préalable de nature cognitive (Hennion, 2007 ; Heinich). L'œuvre littéraire est ainsi perçue sous l'angle d'« *une interaction entre auteur, texte et lecteur* » (Vultur, 2014, p 140) et le « *poème [comme] un vecteur de [communication] entre le corps du langage, le corps du monde et le corps de l'homme* » (Eyries, 2015, p 201).

Le sommaire que vous allez découvrir dans les pages suivantes témoigne de la richesse et de la plasticité de la poétique de la communication. Les différents contributeurs y font écho avec des approches et des éclairages différents.

Le présent volume de *Médiation et Information* s'ouvre sur un entretien qui fera date dans notre discipline avec Daniel Bougnoux qui a accepté d'en être le grand témoin et qui analyse la question de la communication – dont la quintessence constitue la conversation – sous un angle poétique, pragmatique et socio-anthropologique à la faveur des phénomènes de réverbération, de boucle récursive, de miroir et de mimétisme.

Deux *poètes* offrent par ailleurs des contrepoints, des respirations et des perspectives inédites sur les rapports entre poésie et communication.

La première contribution, signée de l'auteure Claude Ber, pensée comme une sottise, constitue une méditation sur les rapports complexes et féconds qui se nouent entre la poésie et la communication. Cette conversation prend la forme d'un dialogue vif, ironique et inspiré, d'un vrai-faux débat télévisé entre Méga-Com et Big Poésie.

Dans le deuxième article, Alexandra Saemmer s'attache à proposer une nouvelle poétique de la communication qui se positionne en réaction aux outils du capitalisme linguistique et qui analyse (grâce aux apports théoriques de la sémiotique des écrits d'écran) la littérature numérique contemporaine sous l'angle du dispositif spécifique de la communication qui le sous-tend et le spatialise.

Patrizia Laudati, dans sa contribution, s'intéresse à la présence des artefacts architecturaux dans l'espace virtuel numérique qui engendrent de nouveaux territoires de communication dans lesquels se concrétisent les relations entre concepteur-image-récepteur. Cette approche esthétique et sensible vise à mieux saisir l'expérience sensible du récepteur dans l'espace numérique, en postulant que le processus de réception coïncide avec le parcours expérimentiel accompli par le récepteur en relation avec la représentation visuelle de l'œuvre architecturale.

Pascal Bué, quant à lui, considère un dispositif de réalité augmentée nommé Urbasee qui est dédié à la représentation architecturale ou urbaine. Il rend visible, à travers la modélisation des espaces urbains et des grands ensembles immobiliers, le rôle du design dans l'adhésion des usagers à des projets architecturaux innovants transformant le faire lire et le « *donner à voir* » éluardien en un faire croire.

Ainsi Frédéric Junger et Mona Junger Aghababaie se proposent dans leur article d'interroger la dimension communicationnelle des interactions entre les différents acteurs en présence lors d'une séance d'art-thérapie. Cet article est

le fruit d'une synthèse entre représentations théoriques de la communication d'une part et réflexion en situation professionnelle sur la pratique de l'art-thérapie avec des patients dans un cabinet.

Il est question de fronde poétique dans la contribution de Camille Zéhenne qui postule que le sensible est une manière, dans la rencontre avec l'autre, de fronder, de renverser l'univoque comme valeur de production d'un monde capitaliste exsangue. Camille Zéhenne assigne à l'art la fonction de réinventer poétiquement (et d'un point de vue sensoriel et symbolique) la relation, l'interaction et la communication interpersonnelle.

Hélène Crombet s'attache à décrire le caractère sensible de la poétique et de l'esthétique communicationnelle développée dans le roman *Danser les ombres* de Laurent Gaudé (2015) et à ses effets sur la lecture. L'article analyse ainsi les enjeux liés à un récit de l'intime qui immerge le lecteur dans la narration du séisme qui a ravagé Haïti en 2010 par le biais d'une multiplicité de témoins fictifs caractérisés par leur vulnérabilité, qui font part de leurs sensations immédiates

Dans son article, Georgeta Prada analyse la littérature migrante franco-québécoise à travers les œuvres de Kim Thúy (Vietnam), Ying Chen (Chine), Dany Laferrière (Haïti), et Wajdi Mouawad (Liban). Témoins du Mal et d'une période sombre de l'histoire mondiale, ces écrivains de l'exil communiquent un puissant désir de se sauver par l'écriture. Leur poétique de la communication sera analysée dans la triple perspective du *pli* de Deleuze, de l'image anamorphique de Jurgis Baltrusaitis et de l'esthétique baroque.

Daniela Chipirliu prend pour objet, dans son article, l'œuvre littéraire de l'écrivaine féministe algérienne Assia Djebar et plus particulièrement dans son roman *Ombre sultane* qui, écrit dans la langue du colonisateur français, parvient à communique les histoires, les douleurs des femmes algériennes derrière le voile. Possédant une forte charge spirituelle, l'écriture d'Assia Djebar met en œuvre une véritable médiation de l'intime discursif à travers les symboles que sont le langage, l'espace et la culture.

Marc Kaiser adopte une perspective communicationnelle dans l'étude qu'il propose d'*Aux armes et caetera*, le premier album reggae de Serge Gainsbourg (avec une triple dimension poétique, poétique et politique). Dispositif esthétique participant d'un processus de communication, cet opus est analysé depuis ses conditions de création (Gainsbourg en peintre musical), esthétiques (de la *dub poetry* « à la française ») et de réception (le premier véritable succès commercial de l'artiste ; l'inscription culturelle de l'œuvre et les tensions engendrées par celle-ci ; l'essor d'un nouveau personnage médiatique). La « mise en récit » d'une nouvelle culture musicale francophone se dessine en contrepoint.

Jeanne Ferrari-Giovanangeli et François Santoni proposent dans leur contribution une analyse stimulante de la communication littéraire à l'aune de l'histoire, du pouvoir et de la politique à travers la figure centrale de César dans son *De Bello Gallico*. Cette œuvre littéraire repose sur une communication indirecte

(le texte s'ajoute dans le circuit des interactions entre le locuteur et l'interlocuteur) dans laquelle César s'attache surtout à se représenter et à se mettre en scène en tant que meneur d'hommes, explorateur, conquérant.

Dans sa contribution Adrian Mihalache s'intéresse à l'utilisation qui a été faite d'un poème de Paul Verlaine durant la Seconde Guerre mondiale pour tromper les services de renseignement allemands et informer la résistance française de l'imminence du débarquement. Il analyse la poésie sous l'angle de ses capacités de communication discrète, secrète, asymétrique et la compare aux logiques de cryptage mathématique de l'informatique moderne.

La dernière contribution de ce numéro 50 de *Médiation et Information* est un texte de la poète Gabrielle Althen intitulé « DÉCISION ? » qui invoque la fonction poétique du langage et la propension du langage poétique à instaurer une relation sensible, fédératrice et symbolique avec l'autre. Dans ce poème, la communication, telle une « *danse de l'esprit* », se tient sur un fil ténu et fragile entre partage et incommunication.

En un mot, chers lecteurs et lectrices, vous allez découvrir un sommaire riche et diversifié, à la démesure de ces poétiques de la communication que nous avons choisi d'explorer dans ce numéro. Nous souhaiterions qu'elles constituent un apport intéressant pour la communauté scientifique de notre discipline et, au-delà, pour les chercheurs en sciences humaines et sociales spécialistes de ces questions.