



MÉDIOLOGIE ET COMPRÉHENSION DES PHÉNOMÈNES DE COMMUNICATION AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ BURKINABÈ

Doumi Mohamed ZAN-KARAMBIRI

Laboratoire de recherche Médias et Communications Organisationnelles

Université Joseph KI-ZERBO

zankarambiri@gmail.com

&

Kadohofanan Fatoumata DAGNOGO

Université Alassane OUATTARA

dagnogop@yahoo.com

Résumé : Cet article a pour objectif d'analyser l'apport de la médiologie à la compréhension des phénomènes de communication au sein de la société. En termes de méthodologie, notre approche est de type descriptif et analytique. La médiologie rend compte du lien fort qui existe entre les supports techniques et les institutions sociales. En outre, la médiologie s'intéresse au processus de diffusion des innovations dans le corps social. En effet, le médium qui renvoie à la fois au matériau ou à un outil technique favorise le lien social qui est l'une des gratifications des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC). Ainsi, la médiologie en tant que paradigme appréhende le message comme un moyen d'action, un moyen de pression. Le message a donc une fonction conative. Enfin, les différences de supports peuvent changer les conditions de la réception. Cela demeure l'une des préoccupations dans le champ disciplinaire des SIC et notamment pour les stratégies de communication publique.

Mots-clés : Médiologie, phénomènes de communication, Société

MEDIOLOGY AND UNDERSTANDING OF COMMUNICATION PHENOMENA WITHIN BURKINABE SOCIETY

Abstract : The aim of this article is to analyze the contribution of mediology to the understanding of communication phenomena in society. In terms of methodology, our approach is descriptive and analytical. Mediology takes account of the strong link between technical media and social institutions. Mediology is also concerned with the process by which innovations spread throughout society. Indeed, the medium, which refers to both a material and a technical tool, fosters the social bond that is one of the gratifications of the Information and Communication Sciences (ICS). As a paradigm, mediology sees the message as a means of action, a means of pressure. The message thus has a conative function. Finally, differences in media can change the conditions of reception. This remains one of the main concerns of the ICS discipline, particularly in terms of public communication strategies.

Keywords: Communication phenomena, Mediology, Society

Introduction

La Médiologie est un néologisme apparu en 1979 dans *Le Pouvoir intellectuel en France*. Sous ce label, au fil des ans, s'est constitué un carrefour de recherches originales où se croisent philosophes, historiens des techniques, chartistes, esthéticiens et chercheurs en « *infocom* ». Beaucoup de malentendus, plus ou moins navrants, entourent encore ce champ d'investigation (DEBRAY, 1981).

Elle est un paradigme ou un modèle de pensée qui amarre la communication à une réflexion historique. Fondée sur les quatre M, c'est-à-dire le Medium, le Message, le Milieu et la Médiation, ce paradigme communicationnel s'efforce de rendre compte des processus de transmission culturelle aux générations par les intermédiaires techniques et sociaux. Il porte une analyse sur la transmission des idées, des pensées, des traditions aux générations futures. Dans la théorie de Régis DEBRAY, le concept de Matière Organisée renvoie aux dispositifs techniques (Outils de diffusion des idées ou de la pensée), tandis que l'Organisation Matérialisée renvoie aux dispositifs organiques (vecteurs linguistiques, institutions sociales et politiques, etc.).

La médiologie renvoie aux théories des transmissions techniques et institutionnelles. Elle s'intéresse aux processus de transmission culturelle dans lesquels les intermédiaires techniques et sociaux jouent un rôle majeur. A en croire DEBRAY, elle se penche sur les phénomènes de la transmission. Transmission de quoi ? De la seule chose qu'il importe de transmettre aux générations futures, les savoirs et les traditions, la culture pour dire vite. Par opposition au temps court et immédiat de la communication qui, paradoxalement, favorise l'oubli dans l'actualité passagère, la transmission est fondée par le temps long et médiat des traces et de la mémoire.

Tout individu, tout moyen logistique, tout institution permettant aux idées d'agir dans le temps et sur les Hommes se comporte en médiologue. Ce paradigme repose sur les quatre M et sur les concepts de Matière Organisée et d'Organisation Matérialisée.

Quel est l'apport de la médiologie dans la compréhension des phénomènes de communication au sein de la société burkinabè ?

Ce présent article se propose d'analyser son apport dans la compréhension des phénomènes de communication au sein de la société burkinabè.

Dans le cadre de cette réflexion théorique, nous postulons que la médiologie, en tant que processus des transmissions des savoirs et de la culture aux générations futures explique des phénomènes de communication au sein de la société burkinabè.

Notre fondement théorique repose sur les quatre M et sur les concepts d'objet matériel de médiation (ici le livre), la matière organisée (MO) comme la définit la médiologie, se transforme en institution, en organisation matérialisée (OM).



1. Matériel et méthodes

Pour F. DEMAIZIERE & J.-P. NARCY-COMBES (2010, p. 5), « *Ce n'est point dans l'objet que réside le sens des choses, mais dans la démarche* ». Notre démarche méthodologique est de type descriptif et analytique. Ainsi, nous avons analysé la corrélation qui existe entre la médiologie et les faits communicationnels au sein de la société burkinabè. Nous avons également opté pour la recherche documentaire qui nous a permis de problématiser notre objet d'étude.

Notre corpus a porté essentiellement sur des éléments culturels des communautés moaga (Plateau mossi), bobo et san (Ouest du Burkina) ainsi que des différentes confessions religieuses.

2. De la corrélation entre outils de communication et les institutions sociales

La médiologie rend compte du lien fort qui existe entre les supports techniques et les institutions sociales et politiques qui disposent de ces outils. La médiologie définit la médiation comme l'articulation de deux (02) faces : une face technique est la « *Matière Organisée* » et une face organisationnelle ou politique qui est l'« *Organisation matérialisée* ».

Pour illustration, nous avons la forte corrélation entre les institutions sociales et politiques qui représentent l'Organisation Matérialisée et le Medium qui renvoie aux supports techniques. Pour illustration, nous avons La Radio Parlementaire pour le Parlement, le Musée Sogossira SANOU à Bobo-Dioulasso pour la communauté bobo, les masques à feuille pour les bwamus, les pierres tombales au sein de la communauté Moaga sont des outils ou moyens de communications pour ces différentes communautés suscitées.

La médiation qui constitue l'objet de pensée des médiologues concernent tout un processus par lequel une idée, un signe, un message aboutit à façonner les croyances, les mentalités d'une population concernant la diffusion d'une innovation dans le corps social. A ce titre, nous pouvons affirmer que la médiologie s'intéresse au processus de diffusion des innovations dans le corps social, théorisé par Everett ROGERS (J.-P. MEUNIER, D. PERAYA, p.10). En effet, le processus de diffusion d'une innovation suit une séquence en cinq étapes : (1) la connaissance de l'innovation, (2) la persuasion de l'individu, (3) la décision d'adopter ou de rejeter l'innovation en question, (4) l'implémentation de l'innovation, (5) la confirmation de la décision d'adoption ou de rejet de l'innovation.

3. Médiologie et société

Le medium qui renvoie à la fois au matériau ou à un outil technique favorise le lien social, qui reste d'ailleurs l'une des gratifications des Sciences de l'Information et de la Communication, malgré sa relative jeunesse, à en croire Jean LOHISSE.

En effet, pour Harold Dwight LASSWELL, « les trois (03) fonctions principales des médias sont respectivement la surveillance de l'environnement contre les menaces, la mise en relation des composantes de la société pour répondre aux menaces et la transmission de l'héritage social » (Cf. J. LOHISSE, 2010).

4. Médiologie et réception des messages

Il ressort que la médiologie en tant que paradigme appréhende le message comme un moyen d'action, un moyen de pression. Le message a donc une fonction conative. Cette fonction, à en croire JAKOBSON met l'accent sur le destinataire du message. Elle vise à attirer l'attention du destinataire ou à susciter une réaction de sa part (R. JAKOBSON, 1960) ; toute chose qui est d'ailleurs recherchée dans les stratégies de communication publique visant à promouvoir une cause sociétale ou dans les campagnes de mobilisation sociale. La fonction conative, selon Roman JAKOBSON est celle où le langage est utilisé pour amener le destinataire à adopter un certain comportement souhaité. C'est le langage du pouvoir, de l'ordre.

Enfin, nous soutenons que les différences de supports peuvent changer les conditions de la réception dans un processus de communication. Cela demeure également une préoccupation dans le champ disciplinaire des Sciences de l'Information et de la Communication et notamment pour les stratégies de communication publique visant à changer les Connaissances, Attitudes et Pratiques (CAP) d'une catégorie de public-cible donnée.

Tableau illustratif de l'apport de la médiologie à la compréhension des phénomènes de communication au sein de notre société

Matière Organisée	Organisation Matérialisée
La Radio Parlementaire du Burkina Faso	Parlementaires et l'institution parlementaire
La chaîne de télévision Al-Houda	Communauté musulmane
La chaîne de télévision Canal Viim Koèga	La mission évangélique
La chaîne de Télévision TV Maria	La mission ecclésiastique
Le Cheval enchaîné en pays Moaga (plateau-central du Burkina)	La royauté en pays Moaga
Le Musée communal Sogossira SANOU (Ouest du Burkina Faso)	Un médium de la culture bobo
La meule en milieu rural	Une Tribune d'expression des femmes



La sortie des Masques en pays san (Nord-Ouest du Burkina)	Célébration du Sou visant le raffermissement de la paix et de la cohésion sociale au San piè (Pays san)
Le cheval déchaîné sur la place du marché en pays Moaga	La mort du « <i>Naaba</i> » ou le guide spirituel d'un royaume

Source : Notre étude

La Radio Parlementaire constitue une tribune pour les parlementaires du Burkina Faso. Elle permet aux représentants du peuple de rendre compte de leurs missions régaliennes au sein de l'hémicycle ;

La chaîne de télévision Al-Houda constitue un outil de communication ô combien important pour la Communauté Musulmane du Burkina Faso ;

La chaîne de télévision Canal Viim Koèga (CVK) est un moyen de communication pour la Fédération des Eglises et Missions Evangéliques (FEME) du Burkina Faso ;

La chaîne de télévision TV Maria, quant à elle est une tribune de la communauté catholique burkinabè ;

Le cheval enchaîné est le symbole de la royauté en pays Moaga ;

La sortie des masques en pays san est révélatrice de rituels communautaires ;

La meule en milieu rural est une tribune d'expression de la libre-pensée des femmes rurales ;

Enfin, le rituel des masques en pays san, au Nord-Ouest du Burkina Faso constitue un symbole important de restauration de la paix et la cohésion sociale, gage du vivre-ensemble entre les différents cantons, entre les populations autochtones et allochtones.

5. Les 4 M et la communication publique

Les quatre M (Medium, Message, Milieu, Médiation) de Régis DEBRAY ont été utilisés pour théoriser le processus de communication politique qui rassemble l'ensemble des opérations de communication pratiquées par les responsables politiques (les communiqués, les déclarations, les conférences de presse, les sites internet, etc.) ou par les formations auxquelles ils appartiennent. Il s'agit d'explicitier une mesure, de défendre des projets de société ou de valoriser une action publique.

L'applicabilité des quatre M de Régis DEBRAY à une stratégie de communication publique sur la sécurité routière

Medium	Message	Milieu	Médiation
Supports techniques, Symboles, Signes, mass-médias	Messages-clés développés dans une stratégie de communication publique	Contexte socio-culturel et langagier, l'environnement dans lequel se déroule les actes communicationnels	Processus de transmission des messages aux différentes catégories de public-cibles

Source : Notre étude

L'applicabilité des quatre (04) M de Régis DEBRAY renvoie aux différents éléments suivants :

Le Medium renvoie aux différents outils de communication utilisés dans la campagne de communication sur la sécurité routière à l'échelle nationale ;

Le Message, dans le paradigme de Régis DEBRAY, fait référence aux différents messages-clés émis dans le cadre de la campagne de communication sur la sécurité routière. Ces messages-clés émis sont entre autres, « *La limitation de la vitesse vous protège. Roulons responsables !* », « *La route tue, respectons les panneaux de signalisation !* », « *Porter un casque, c'est préserver ma vie !* ».

Le Milieu désigne, ici le contexte dans lequel se déroule la campagne de communication, eu égard à la problématique de l'insécurité routière qui prend des proportions inquiétantes à l'échelle nationale. Des données statistiques, il ressort qu'au cours des trois dernières années, de 2019 à 2022, en tout 4460 personnes ont été tuées et 58 140 autres ont été blessées dans 91 253 accidents de la circulation routière, soit une moyenne 1115 personnes tuées chaque année sur nos routes. La région du Sud-ouest a enregistré au cours de l'année 2022, 360 accidents de la circulation routière avec 43 tués et 389 blessés (<https://lefaso.net/spip.php?article121390>, consulté pour la première fois le 12 juillet 2024 à 12h 15mn) ;

La Médiation a trait au processus de transmission des messages émis par l'Office National de Sécurité Routière aux différentes catégories de public-cibles de la stratégie de communication publique.

Au terme de notre analyse, nous pouvons affirmer que notre hypothèse, la médiologie, en tant que processus des transmissions des savoirs et de la culture aux générations



futures explique des phénomènes de communication au sein de la société burkinabè est validée.

Conclusion

En définitive, nous retiendrons que la médiologie est une pensée de l'efficacité des médias et des outils de relation. Une de ses caractéristiques est de s'intéresser tout à la fois aux effets ascendants, symboliques et sociaux, des techniques (bottom/up) et à l'efficacité symbolique, aux messages performants, au discours efficace (top/down). Ce paradigme, au confluent de l'histoire et de la communication constitue un vaste domaine de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication. Il n'y a pas de communication sans transmission. C'est pourquoi, les médias, d'une certaine manière, se sont créés contre la communication et ses marchés pour transporter et donner une dimension symbolique. Les communicants devraient davantage réfléchir au milieu technique et travailler sur les multiples formes de communication. En fait, il faudrait creuser le lien entre technique, culture et anthropologie. Il faut arriver à créer aussi, un peu plus de distance face à l'invasion des événements.

En termes de perspectives, il convient d'enseigner ce paradigme communicationnel dans les Universités et Instituts de formation en Sciences de l'Information et de la Communication. Également, cette théorie pourrait être utilisée dans le processus d'élaboration des stratégies de communication publique et/ou sociale pour informer et sensibiliser doctement les populations sur les questions d'intérêt général.

Références bibliographiques

- DEBRAY, R., 1979, *Le Pouvoir intellectuel en France*, Paris, Editions Ramsay
- DEBRAY, R., 2000, *Introduction à la médiologie*, Paris, Presses Universitaires de France
- JEANNERET, Y., 2014, *Critique de la trivialité : Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Ed. Eyrolles
- LASSWELL, H.D., 1948, *The structure and function of communication in society in collectif, the communications of ideas*, New York, Harper and brothers
- LOHISSE, J., 2001, *La communication : De la transmission à la relation*, Bruxelles, De Boeck Université
- MATTELART, A., MATTELART, M., *Histoire des théories de la communication*, 2010, Collection Repères, Paris, Editions La Découverte
- MEUNIER, J-P, PERAYA, D., 1993, *Introduction aux théories de la communication*, Bruxelles, De Boeck.
- ROGERS, E.M., 2003, *Diffusion of innovations*, 5e édition, New York, Free Press
- VENDRAMIN, P., VALENDUC, G., 2005. « *Technologie et société, destins croisés* ». In La lettre EMERIT. Namur : G. Vendus éditeur.
- VINCK, D., 1995, *Sociologie des sciences*. Paris. Armand Colin.