

Référence pour citation

Peraya, D. (2010). Des médias éducatifs aux environnements numériques de travail : médiatisation et médiation. In V. Liquète (Ed). *Médiations* (Chapitre 1 ; pp. 35-48). (Collection Les Essentiels). Paris : CNRS.

Daniel Peraya

TECFA - Faculté de Psychologie et des Sciences de l'Éducation,

Université de Genève (Suisse)

daniel.peraya@unige.ch

(titre de l'article) Médiatisation et médiation : des médias éducatifs aux environnements numériques de travail.

1. Introduction

Les concepts de médiatisation et de médiation sont essentiels pour tout chercheur¹ qui s'intéresse à la communication médiatisée, à la médiation des savoirs² ou plus généralement à l'instrumentation de la communication et de l'action humaines quel qu'en soit le domaine (éducation, formation et apprentissage, vulgarisation scientifique, presse, etc.). L'évolution technologique - des médias de masse aux environnements numériques de travail ou les campus virtuels – ainsi que celle des cadres théoriques ne sont pas étrangers à l'évolution de ces concepts. Aussi la clarification conceptuelle que nous présentons ici s'appuiera-t-elle en partie sur une vision historique. Enfin, seule une approche interdisciplinaire permet d'appréhender, dans leur complexité, les processus de communication et de formation fondés sur les usages des technologies de l'information et de la communication (TIC). Ces deux concepts se trouvent à l'articulation de plusieurs cadres de référence théoriques et de disciplines, notamment la sémiotique et les sciences de la communication, la psychologie cognitive, la technologie éducative, la théorie de l'action. C'est aussi l'une des raisons de la multiplication de termes et de concepts concurrents rencontrés dans la littérature, prolifération terminologique qui rend l'effort de clarification d'autant plus indispensable.

2. Au centre de la communication médiatisée : le média

Le concept de communication médiatisée a succédé à celui de communication audiovisuelle

¹ Dans ce texte, l'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et ne relève d'aucune intention discriminatoire.

² Terme classique dans le champ des sciences de la communication et de la vulgarisation scientifique.

largement utilisé au début des années 70. Historiquement, son apparition est contemporaine des premières analyses communicationnelles des médias éducatifs qui connaissent un important essor à l'articulation des années 70-80. Ces travaux portent sur la presse écrite, le cinéma, la télévision et la publicité utilisés à des fins de formation et d'apprentissage quel qu'en soit le niveau, primaire, secondaire et tertiaire (Meunier et Peraya, 2004). La préoccupation des enseignants et de chercheurs résidait alors dans l'analyse et la production des messages à vocation éducative, voire des contenus strictement didactiques communiqués par des médias de masse. Dans ce contexte éducatif, il était souvent question de « communication éducative médiatisée ». Le développement de l'informatique de communication associé à la traduction française « communication médiatisée par l'ordinateur » du terme anglophone *Computer mediated communication* a sûrement joué un rôle dans la généralisation du terme « communication médiatisée » dans sa double acception actuelle. D'abord, le terme désigne un sous-domaine des sciences de la communication ayant comme objet les formes de communication utilisant un média quel qu'il soit. Citons les très nombreuses recherches actuelles sur l'analyse des interactions dans les forums, dans un contexte pédagogique ou non, qui relèvent de ce champ. En second lieu, il désigne toute forme ou tout processus de communication qui se développe sur la base de l'utilisation d'un média. Au sens strict, on ne peut donc isoler le média du processus de communication dont il constitue l'élément d'ancrage. Une émission de télévision visionnée par des téléspectateurs, une conversation entre plusieurs personnes dans une messagerie instantanée ou dans un chat constituent des formes particulières de communication médiatisée, des « dispositifs médiatiques » spécifiques.

Le concept de communication médiatisée, auquel renvoient ceux de médiatisation et de médiation, se comprend mieux dès que l'on rappelle la référence explicite aux *médias*, entendus à l'origine au sens ordinaire de moyens de communication de masse. Aujourd'hui, l'évolution des technologies, a rendu la terminologie hésitante et l'on trouve en concurrence de nombreux termes³. La référence aux médias demeure, cependant, une constante y compris dans la littérature anglophone où ce terme est couramment utilisé pour désigner aussi bien les technologies numériques – un chat, un forum, par exemple - que les médias de masse classiques.

³ Notamment, nouveaux médias ou médias numériques (en opposition aux médias analogiques), multimédia (pour désigner de manière quasiment exclusive des dispositifs informatiques), dispositifs médiatiques, etc.

3. Du média au médium

La référence aux médias en suggère immédiatement une autre : celle de *médium*, cet intermédiaire obligé qui rend possible la communication entre les interlocuteurs. Cette position particulière d'intermédiation fait du média un élément médiateur : tout média assure une fonction de médiation entre les contenus – le sens et la signification au sens large -, un émetteur et les récepteurs. Notons que dans un processus de communication médiatisée, l'émetteur se trouve dans une posture particulière puisque, contrairement à ce qui se passe, par exemple lors d'une conversation en face à face - forme de communication verbale non médiatisée -, il se trouve souvent absent physiquement du processus et représenté notamment par des marques énonciatives.

Prenons un l'exemple du livre. Ce n'est que dans le cadre d'une activité finalisée de lecture, d'appropriation et de construction du sens par un lecteur que nous pourrions considérer, du point de vue communicationnel, le livre comme un véritable média. En dehors de ce processus de communication, le livre, à l'instar de tout autre média, devrait être considéré comme un simple support de stockage. Objet central du processus de communication médiatisée, le média doit être rapproché de l'instrument, tel que l'analyse Rabardel (1995) en termes de médiation instrumentale, dans le cadre plus général de l'activité humaine : un sujet entre en relation avec un objet (un objet matériel, un savoir, d'autres sujets) par le biais d'un instrument, lui-même composé d'un artefact et d'un schème d'utilisation socialement partagé.

Parmi les chercheurs, il faut distinguer ceux qui considèrent le média en tant qu'il est un objet ou un produit matériel et symbolique porteur de sens d'une part et, d'autre part, en tant qu'il est un des trois pôles du processus de communication médiatisée, sorte d'interface entre les deux pôles de l'émetteur-producteur et des destinataires. Seule la seconde conception, fondée sur une pragmatique de la communication permet, pensons-nous, de rendre compte de la communication médiatisée dans sa complexité⁴.

4. La médiatisation : « mise en média », ingénierie et professionnalisation

La médiatisation désigne le processus de conception, de production et de mise en œuvre de dispositifs de communication médiatisée, processus dans lequel le choix des médias les plus adaptés ainsi que la scénarisation occupent une place importante. Plus précisément, la

⁴ Pour une modélisation de ce processus voir Meunier et Peraya, 2004, *op. cit.*

médiatisation désigne les opérations conceptuelles ainsi que les processus créatifs et techniques qui aboutissent à une « mise en média » des contenus, des connaissances, des informations qui font l'objet de la communication. C'est d'ailleurs dans ce sens que l'on a pu parler, comme l'a fait Perriault en 1996 en évoquant l'évolution des formes de médiatisation du savoir à distance, « *de stocks importants de formation médiatisée* » (1996 : 81).

Or tout média doit être considéré dans sa double dimension, et sémiotique et matérielle. Un livre, par exemple, est doublement constitué : premièrement, d'un objet matériel résultant d'un processus technologique de production industrielle (composition, mise en page, impression, brochage, etc.) ; deuxièmement, d'un texte écrit parfois accompagné de pages visuelles (schémas, graphiques, dessins, photographies), autrement dit d'un ou de plusieurs systèmes sémiotiques de représentation, de différents « langages ». Aussi la médiatisation comprend-elle deux aspects complémentaires.

Premièrement, il résulte du processus de mise en média la nécessité d'adapter le message aux attributs spécifiques des médias, à leurs formes et leurs caractéristiques communicationnelles. Nous dirions au potentiel de communication, qu'offre chaque média en fonction des ses caractéristiques techniques (animation ou non, noir et blanc vs couleurs, 2D vs 3D, etc.). Deuxièmement, la médiatisation implique, une « conversion » entre différents registres sémiotique (Duval, 1995), c'est-à-dire différents systèmes symboliques ou encore différents langages : notamment, du langage verbal vs langage graphique ou cinématographique, du langage graphique des représentations mathématiques vs leur expression abstraite en langage formulaire ou simplement en langage ordinaire, etc. Il faut choisir de communiquer, d'exprimer et de transmettre dans un schéma, dans une séquence vidéo ou dans une animation, etc., par exemple, le mécanisme de la respiration ou de la division cellulaire, le cycle de l'eau, etc. La médiatisation aboutit donc à un « produit » (film, émission de télévision, page web, CD-Rom interactif, monde virtuel 3D, etc.) qui s'insèrera dans un processus de communication médiatisée tel que nous l'avons défini ci-dessus. Ce processus peut être régi par des règles sociales implicites et partagées comme le sont les règles conversationnelles de la communication courante (Grice, 1979) ou alors, dans certains cas, scénarisées et médiatisées au même titre que les contenus.

Telle que nous l'avons définie la médiatisation s'apparente intrinsèquement au domaine de l'ingénierie de la formation, du design pédagogique. La mise en média, expression que nous avons utilisée pour définir la médiatisation, renvoie par analogie aux opérations de mise en

page, de mise en onde ou encore de mise en images, ainsi qu'aux métiers de l'audiovisuel correspondants. Il existe indubitablement aujourd'hui un métier, une identité collective et des référentiels de compétences qui correspondent aux tâches, spécifiques du processus de médiatisation. Dans les métiers de l'audiovisuel et l'ingénierie, cette profession est celle du concepteur médiatique (plus de 84.000 références dans les pages d'Internet) ou de médiatiseur⁵.

5. La médiation dans les sciences humaines

Quant à la médiation, nous l'avons évoqué, elle se rapporte à la position d'intermédiation qu'occupe le média dans le processus communicationnel. Au sens le plus général du terme, dans les sciences humaines, elle est entendue au sens de relation, d'interface, entre deux termes, deux acteurs. Il existe des médiateurs sociaux ou institutionnels (conflits sociaux, ombudsman par exemple), des médiateurs interpersonnels (conflits intergénérationnels ou conflits de couple, etc.). La médiation est assurée par un acteur humain, une personne qui intervient entre deux ou plusieurs partenaires et tente de modifier leurs représentation d'une situation, de transformer leurs relations et leurs comportements. Les didacticiens, qui explicitent la relation pédagogique en référence au triangle d'Houssaye, assignent à l'enseignant le rôle d'un médiateur : celui-ci s'interpose comme un facilitateur entre l'apprenant et les contenus qui font l'objet de l'apprentissage.

Nous retiendrons de ces quelques exemples les deux caractéristiques suivantes. Premièrement, il s'agit toujours de médiation humaine. Deuxièmement, qu'il s'agisse d'un processus de résolution de conflits entre des partenaires ou de facilitation cognitive, la médiation a pour fonction et pour résultat de transformer la relation entre les sujets (les acteurs) ou entre les sujets et des objets (des savoirs, des connaissances). Autrement dit, le terme médiateur de la relation joue un rôle actif envers les partenaires de la relation dans laquelle il s'inscrit tout en transformant cette dernière.

6. La médiation dans le domaine de la communication médiatisée

En ce qui concerne les médias, la première caractéristique de la médiation est totalement différente puisque nous avons affaire à une médiation dont la nature est technique - ou technosociale selon l'expression de Flichy - et non plus strictement humaine. Le concept de

⁵ Médiatiseur, terme largement moins représenté mais qui existe cependant notamment dans l'expression « l'enseignant médiatiseur ».

médiation est donc indissociable de l'ensemble des courants de pensée et de recherche qui ont analysé depuis près de 50 ans l'instrumentation de l'activité humaine : rares sont en effet les activités de l'homme qui échappent au processus d'instrumentation à travers la médiation d'artefacts techniques. Le paléontologue Leroy Gourhan fait figure de pionnier : il a défendu cette thèse dès 1964 à propos du rôle des outils dans le développement des Anthropiens.

Que l'on parle d'outils techniques, de médias ou encore d'instruments, il s'agit toujours de mettre en évidence, à travers la médiation d'un objet technique et des schèmes culturels d'utilisation qui lui sont attachés, les transformations qu'opère cet objet sur les comportements humains dans ses différentes dimensions. Tel est le fondement de la médiation : elle relève de la sphère des usages et des effets qu'induit le média par sa présence dans le cadre d'une activité (communication, information, production, apprentissage, etc.). Si la médiatisation appartient à la sphère de conception et de production du média ainsi que du processus communicationnel auquel il participe, la médiation ressortit de l'observation, de l'analyse et de la compréhension des effets dans son usage social et personnel. La médiatisation est l'objet de l'ingénierie, la médiation celui de la recherche. En conséquence, les approches, les méthodes et les processus de médiation se distinguent fondamentalement de ceux qui constituent la médiatisation.

7. L'évolution des formes de médiatisation

7.1. Médiatisation des contenus ou médiation sémiocognitive

Dès les années 80, des chercheurs, et particulièrement des sémioticiens, se sont intéressés aux effets de médias dans une perspective cognitive. Leurs travaux s'appuient notamment sur une relecture des travaux et de la pensée de Vygotsky ainsi que des différents courants de recherche ont mis en évidence et analysé l'importance des processus de médiation au sein de l'activité humaine. Leur conception des médias s'apparente à celle que les psychologues ont développée sous la dénomination d'« organe fonctionnel » par Léontiev ou d'« outil cognitif » (notamment Jonassen, 1992) dans le cadre de l'analyse de l'activité et de la cognition humaines⁶. Aussi un outil cognitif doit-il être considéré comme un artefact, une sorte d'extension du corps et de facultés humaines : il les prolonge, les démultiplie enfin, il permet au sujet humain de réaliser des tâches ou des actions qui seraient impossibles

⁶ Pour illustration, la canne blanche de l'aveugle constitue un exemple classique dans la mesure où elle fait subjectivement partie des organes de l'aveugle ; elle prolonge ses organes sensoriels et fait partie intégrante de son système cognitif.

autrement. Dans la réalité, ces artefacts peuvent être de deux types : il en existe de nature symbolique, comme le langage considéré comme le premier outil cognitif, et d'autres, de nature matérielle, comme le marteau ou la souris de notre ordinateur. Or la double nature des médias –matérielle et technologique d'une part, représentationnelle, sémiotique et cognitive, d'autre part – permet de les considérer comme de véritables outils cognitifs. Nous parlerons dans ce cas de médiation sémiocognitive dans la mesure où les représentations mentales doivent être considérées, au même titre que les représentations matérielles comme systèmes sémiotiques (notamment Duval, *op.cit.*). La médiation sémiocognitive a constitué la base d'un paradigme de recherche aujourd'hui classique centré autour de la question suivante : quel média est-il le plus adéquat pour communiquer telle information, pour apprendre tel processus, avec tel type de public-cible, dans le cadre de telle discipline particulière, pour atteindre des objectifs d'apprentissage clairement définis ?

7.2. Médiatisation de la relation

Même si cette perspective a été longtemps privilégiée, communiquer ne consiste pas seulement à transmettre un message, un contenu. Communiquer constitue tout aussi fondamentalement un acte social : "issue de la relation sociale, la communication forme, maintient ou transforme la relation" (Meunier et Peraya, 1993, p. 201). Tout acte de communication s'inscrit en effet dans une interaction sociale, qui elle-même prend place dans un système plus vaste de rapports sociaux. Nous définirons ce système comme un lieu d'interaction sociale soit «une zone de coopération» dans laquelle se déroule l'activité humaine spécifique à laquelle s'articule l'activité de communication. Tout acte de communication doit donc se décomposer en deux dimensions distinctes: l'une relative au contenu et l'autre à la relation entre les interlocuteurs. Pour le dire autrement, le média est, dans cette perspective, considéré comme un acte d'énonciation au sens pragmatique du terme : il met en œuvre la posture énonciative des destinataires comme celle de l'émetteur ainsi que leurs relations, à travers des marques spécifiques d'énonciation.

Comment alors rendre compte de la présence d'un émetteur absent et du lien social propre à l'interaction entre celui-ci et un destinataire, lecteur ou spectateur, co-présent au processus de communication ? Pour répondre à cette question, nous rappellerons la distinction entre deux formes d'interactivité qui intéressent au plus haut niveau notre propos (Barchechat et Pouts-Lajus, 1990). Prenant le point de vue des concepteurs de logiciels, ces auteurs distinguent, à travers le processus de communication homme/machine, l'interactivité qui gère le protocole de communication entre l'utilisateur et la machine — l'interactivité fonctionnelle — et celle

qui gère le protocole de communication entre l'utilisateur et l'auteur absent, mais présent à travers le logiciel — l'interactivité intentionnelle. En d'autres termes, cette première forme d'interactivité concerne la capacité qu'a l'apprenant d'interagir avec la machine et le programme qu'il utilise, de modifier donc l'état du système. La seconde, l'interactivité dite intentionnelle, se caractérise par la reconstruction d'une situation d'interlocution entre un auteur physiquement absent mais néanmoins présent par l'empreinte qu'il laisse à travers le document médiatisé quel qu'il soit. L'empreinte de l'auteur, la façon d'interpeller le destinataire, de s'adresser à lui et de l'impliquer constituent une forme essentielle de médiatisation de la relation. Dans ce cas-ci, le terme d'interaction conviendrait d'ailleurs bien mieux que celui d'interactivité.

7.3 Les dispositifs et les dispositifs techno-sémio-pragmatiques,

Pour rendre compte de l'articulation entre les dimensions matérielles et techniques, sémiocognitives et relationnelles cristallisées dans un média, nous avons proposé, à l'époque, la dénomination de dispositif techno-sémio-pragmatique (DTSP) pour désigner tout dispositif de communication médiatisée (Peraya, 1998). Dans la mesure où nous cherchions à marquer une rupture avec les modèles communicationnels structuraux – fondés essentiellement sur le code et le système de signes –, il s'agissait d'inscrire l'analyse des médias dans le cadre de la sémiopragmatique, puis progressivement dans la perspective d'une sémiotique cognitive émergente.

Le concept de DTSP a été construit en référence au concept de dispositif qui s'est développé dès les années 70 dans le champ des sciences de l'éducation, sans doute sous l'influence croissante de l'ingénierie de la formation. Plus récemment le concept de dispositif a fait l'objet d'un important travail de conceptualisation dont s'est fait écho un numéro spécial de la revue *Hermès*. Nous retiendrons cette définition générale, souvent citée aujourd'hui « un dispositif est une instance, un lieu social d'interaction et de coopération possédant ses intentions, son fonctionnement matériel et symbolique enfin, ses modes d'interactions propres. L'économie d'un dispositif – son fonctionnement – déterminée par les intentions, s'appuie sur l'organisation structurée de moyens matériels, technologiques, symboliques et relationnels qui modélisent, à partir de leurs caractéristiques propres, les comportements et les conduites sociales (affectives et relationnelles), cognitives, communicatives des sujets. » (Peraya, 1999).

Le concept de dispositif présente plusieurs avantages. Tout d'abord, par son degré de généralité, il peut s'appliquer à des objets de granularité et de nature très différentes. Une classe d'école inscrit une approche et une conception pédagogiques dans la matérialité de son

architecture, de son aménagement et de son ameublement tandis que l'expérience et notre culture de la classe nous suggèrent certains comportements caractéristiques : une classe n'est pas un média, elle n'en est pas moins un dispositif. La projection d'un film, une carte marine, un logiciel, une animation multimédia, un environnement numérique de travail constituent autant de dispositifs particuliers de nature et de complexité différentes. Comme le montre ces exemples, le concept de dispositif peut rendre compte de nombreuses activités humaines dont celle de communication médiatisée tandis que les médias constitueraient tous des dispositifs particuliers.

7.3. Nouvelles médiatisations, nouvelles médiations : les environnements numériques de travail

Les dispositifs technologiques actuels, ceux que nous utilisons dans nos sphères de vies professionnelles et privées, ont introduit un énorme changement dans les processus de médiatisation. Ils ne constituent plus seulement des technologies de communication ; ils rendent possible la médiatisation ou l'instrumentation de nombreuses activités différentes : la publication, la production individuelle ou collective de textes, l'organisation et la mutualisation de nombreuses ressources, l'indexation sociale (folksonomie), le travail collaboratif à distance, la gestion collective d'agenda et de projets, la prise de décisions, etc. Les environnements numériques - virtuel - de travail, les plateformes de formation à distance ou les campus virtuels constituent de bons exemples de cette évolution.

Un campus virtuel par exemple offre la possibilité de médiatiser les différentes fonctions génériques de tout enseignement : a) informer et donner des ressources ; b) interagir socialement (communiquer, collaborer, mutualiser) ; c) accomplir une tâche (produire un texte, etc.) ; d) gérer (les apprenants, les ressources, les dossiers scolaires, etc.) ; e) auto et hétéro-évaluer ; f) soutenir et accompagner ; g) prendre conscience de la présence des autres membres distants et de leurs activités ou « faire circuler les signes de la présence » (*awareness*) ; h) développer la métaréflexion (Peraya et Deschryver, 2001 ; Charlier, Deschryver et Peraya, 2006). C'est pour cette raison que l'on trouve dans la littérature l'expression de « dispositif de formation et de communication médiatisées » ou de « dispositif médiatisé de formation et de communication ».

Cette complexification des environnements provoque la multiplication des fonctions médiatisées, à laquelle correspondent une évolution et une diversification des formes de médiation. Nous avons évoqué l'existence des cinq médiations différentes (voir ci-dessus). Si les médiations sémiocognitive (« épistémique » selon le cadre de Rabardel) d'une part,

relationnelle ou pragmatique d'autre part, relèvent classiquement du champ de la communication médiatisée, les médiations sensorimotrices, praxéologiques et métacognitives émergent de cette évolution. La médiation sensorimotrice est directement liée au développement de l'interactivité, des interfaces haptiques qui mobilisent la perception tactilo-kinesthésique. Parmi ceux-ci, citons à titre d'exemple les périphériques à retour de force notamment dans les jeux. La médiation sensorimotrice connaît un développement important et constituera sûrement un axe de recherche privilégié dans les années à venir. La médiation praxéologie, quant à elle, s'adosse aux théories de l'action et consiste en l'effet du dispositif sur la réalisation de la tâche. Plusieurs recherches ont montré, par exemple, l'impact de l'introduction des wikis sur les pratiques d'écriture ou de forums sur l'argumentation et la construction d'une problématique, notamment chez des élèves peu familiers de l'expression écrite. La médiation réflexive, quant elle, est celle qui grâce à la distanciation qu'impose le dispositif par rapport à soi, aux autres, à la tâche et/ou à l'objet sur lequel porte l'activité, permet à l'acteur de développer un regard et une position « méta » sur son activité. Enfin, comme une forme particulière de médiation pragmatique et relationnelle, apparaît aujourd'hui une médiation identitaire relative la gestion des différentes identités numériques qu'endosse un sujet, au sein des différents environnements qu'il fréquente.

Conclusion

Dans cette contribution, nous avons tenté de clarifier les concepts de médiatisation et de médiation et les principaux concepts qui leur sont associés. La tâche, le lecteur l'aura compris, n'est guère aisée. Nous retiendrons de ce parcours tant historique qu'interdisciplinaire les éléments essentiels suivants.

D'abord, les concepts de médiatisation et de médiation relèvent de domaines et de pratiques différents au sein desquels l'un et l'autre trouve sa pertinence et ses propres critères de validation. Les définitions classiques que donnent certains théoriciens des médias ou didacticiens, selon lesquelles la médiation consisterait en une médiation humaine et la médiatisation en une médiation technologique nous paraissent peu opérationnelles : la fonction de médiation humaine – le tutorat ou l'encadrement cognitif ou relationnel par exemple - se trouve en effet souvent médiatisée. Par ailleurs, la médiation technique nous semble constitutive du média, du dispositif comme de l'instrument.

Ainsi définies, médiation et médiatisation se révèlent liées et parfaitement complémentaires : médiatiser demande une bonne connaissance des effets induits par les médias afin de concevoir, de produire de nouveaux contenus et de nouvelles formes de communication

médiatisées qui soient les plus adaptés aux objectifs comme aux contextes de communication qui sont les leurs.

Ensuite, pour un certain nombre de chercheurs, le média ne peut exister en dehors du processus de communication auquel il participe. Aussi adoptent-ils l'hypothèse selon laquelle il est impossible de communiquer exactement la même chose à travers deux médias différents. Nous avons tous et toutes expérimenté la différence de perception entre la vision d'un film dans une salle obscure et dans notre salon, sur un écran de télévision. On sait, depuis E. Morin et *L'homme imaginaire* (1965), que la privation de mobilité et l'obscurité sont une composante essentielle du processus de communication cinématographique. Plus récemment, S. Tisseron a caractérisé le cinéma par la co-vision du même film, processus de communication collective dans un même espace obscurci, dans une même temporalité. Dans notre conception, nous avons bien affaire à deux processus communicationnels différents – filmique et télévisuel - à deux formes, à deux « dispositifs » (voir ci-dessous), de communication médiatisée distincts produisant des effets différents en termes de médiation.

Enfin, l'évolution des cadres théoriques, dans leur effort de rendre compte des nouveaux dispositifs technologiques fait apparaître la communication médiatisée comme une activité humaine particulière. Corrélativement, les médias doivent être considérés comme des types particuliers de dispositifs.

Références

- Barchechath, E. et Pouts-Lajus, S. (1990), "Postface. Sur l'interactivité". In K. Crossley et L. Green, *Le design des didacticiels*. Paris : Observatoire des Technologies pour l'Éducation en Europe.
- Duval, R. (1995), *Sémiosis et pensée humaine. Registres sémiotiques et apprentissages intellectuels*. Berne : Peter Lang.
- Grice, P.H. (1979). Logique et conversation, *Communications*, 30, 57-72.
- Jonassen, D.H. (1992). What are cognitive tools? In Kommers, Jonassen et Mayes, (Ed.) *Cognitive Tools for Learning* (pp. 1-6). NY: Springer Verlag.
- Leroy-Gourhan, A. (1964). *Le geste et la parole*. Paris : Albin Michel.
- Meunier, J.P. et Peraya, D. (2004). *Introduction aux théories de la communication. Analyse sémiopragmatique de la communication médiatique* (2^{ème} édition revue et augmentée, 1^{ère} édition en 1993). Bruxelles : De Boeck.

Peraya, D. (1998). Théories de la communication et technologies de l'information et de la communication. Un apport réciproque. *Revue européenne des sciences sociales, Mémoire et savoir à l'ère informatique*, XXXVI(111), 171-188.

Peraya, D. (1999). Vers les campus virtuels. Principes et fondements techno-sémiopragmatiques des dispositifs de formation virtuels. In G. Jacquinet et L. Monnoyer (Ed.), *Hermès. Le Dispositif. Entre Usage et concept* (pp. 153-168). Paris : CNRS Éditions.

Rabardel, P. (1995). *Les Hommes et les technologies une approche cognitive des instruments contemporains*. Paris : Université de Paris 8. En ligne à l'adresse : <http://ergoserv.psy.univ-paris8.fr/Site/Groupes/Modele/Articles/Public/ART372105503765426783.PDF>.

Perriault, J. (1996). *La communication du savoir à distance*. Paris : L'Harmattan.

Rabardel, P. (1995). *Les Hommes et les technologies une approche cognitive des instruments contemporains*. Paris : Université de Paris 8. Disponible en ligne à l'adresse : <http://ergoserv.psy.univ-paris8.fr/Site/Groupes/Modele/Articles/Public/ART372105503765426783.PDF>.

Version PREPROUVE