

TRANSFORMATIONS ÉPISTEMOLOGIQUES DU PHÉNOMÈNE
COMMUNICATIONNEL : UNE ÉTUDE DÉCONSTRUCTIVE DE LA STRUCTURE DE
LA RECHERCHE DANS LE PHÉNOMÈNE COMMUNICATIONNEL

Takieddine YAHIA

Université MOHAMED BOUDIAF M'sila, Algérie
takieddine.yahia@univ-msila.dz

Taqiyeddine BELABES

Université MOHAMED BOUDIAF M'sila, Algérie
taqiyeddine.belabes@univ-msila.dz

&

Fayçal BEN MABROUK

Université MOHAMED BOUDIAF M'sila, Algérie
faycal.benmabrouk@univ-msila.dz

Résumé : La pensée théorique et épistémologique de la communication et de ses médias de masse exprime les opinions, les idées, les concepts, les définitions et les perceptions produites par les chercheurs qui ont étudié et analysé le phénomène de communication. Les théories des sciences sociales qui étudient le phénomène communicatif résultent d'une connaissance consciente de l'observation scientifique, de l'expérimentation scientifique et des présupposés explorés sur le terrain par le chercheur, qui produit des concepts qui deviennent une base théorique pour la communication. La théorisation communicative de la théorie sociale découle de la réflexion et de l'analyse des relations des médias de communication de masse à l'individu et à la société depuis l'émergence du phénomène médiatique, c'est-à-dire des médias au XVIIIe siècle dans la société occidentale : de la presse écrite à la radio en passant par le cinéma, la télévision et de l'Internet. Cette étude vise justement à démontrer les préoccupations théoriques à la recherche de la nature des médias de masse (c'est-à-dire les médias en tant qu'institutions sociales et économiques qui produisent des biens qui sont achetés et vendus).

Mots-clés : transformation épistémologique, phénomène communicationnel, technologie numérique, médias de masse, pensée communicative

EPISTEMOLOGICAL TRANSFORMATIONS OF THE COMMUNICATION
PHENOMENON: A DECONSTRUCTIVE STUDY OF THE STRUCTURE OF
RESEARCH IN THE COMMUNICATION PHENOMENON

Abstract: The theoretical and epistemological thought of communication and its mass media expresses the opinions, ideas, concepts, definitions and perceptions produced by researchers who have studied and analyzed the phenomenon of communication. Social science theories that study the communicative phenomenon result from a conscious knowledge of scientific observation, scientific experimentation and presuppositions explored in the field by the researcher, which produces concepts that become a theoretical basis for communication. The communicative theorization of social theory stems from the reflection and analysis of the relationship of the mass communication media to the individual and to society since the emergence of the media phenomenon, that is, the media in the 18th century in the Western society: from the written press to the radio via the cinema. Television and internet. This study aims precisely to demonstrate the theoretical concerns in research of the nature of mass media (i.e. the media as social and economic institutions that produce goods that are bought and sold).

Keywords: epistemological transformation, communication phenomenon, digital technology, mass media, communicative thought

Introduction :

De profondes transformations se sont produites dans le paysage des médias et de la communication, qui ont eu des effets graves et étendus au niveau de l'université spécialisée, à la lumière des questions et des problèmes résultant de cette évolution, au niveau des éléments et des composantes du phénomène. La mondialisation communicative dans son espace philosophique, social et culturel avec ses lois et son extension, et au niveau du rythme limité rapide et incohérent, développe des techniques et des outils appliqués au service des moyens de communication eux-mêmes et des relations entre individus et acteurs. Cette nouvelle "alliance" entre inventions techniques et technologiques, d'une part, conduit à un processus systématique de communication en tant qu'ensemble de phénomènes entrelacés en interaction et l'émergence de mécanismes, ce qui est nouveau dans la fonction média et la mise en relation avec les informations publiées par l'individu dans son environnement. Les évolutions structurelles et intellectuelles des sociétés modernes ont accompagné l'émergence de l'ère des sciences de l'information et des médias, dont l'essor s'est achevé grâce aux transformations successives du champ scientifique et philosophique d'une part, et des inventions technologiques qui y ont contribué. Compléter les médias est l'équation pour les masses, puis les médias virtuels, avec leurs dimensions culturelles et sociales complexes qui s'entremêlent à plus d'un titre. Ces sciences ont continué à se développer à un rythme rapide également grâce aux inventions de la technologie numérique qui ont particulièrement bénéficié de la technologie satellitaire et l'ordinateur a des applications, des normes et des logiciels élevés. On peut poser, à ce niveau-là les questions suivantes : Quelles sont les particularités et les idéologies de ces médias ? Qui est chargé de diffuser l'information ? Quel est le rôle d'un journaliste ou d'un média ? Qui est le gardien de l'organisation des médias, quelles sont les restrictions économiques auxquelles vous êtes confronté ?

I. Pensée communicative théorique :

La pensée théorique de la communication et de ses médias de masse expriment les opinions, les idées, les concepts, les définitions et les perceptions produites par les chercheurs qui ont étudié et analysé le phénomène de communication / phénomène médiatique, en termes de particularités - influences - contextes - métiers - produits - public récepteur, et leurs relations avec leurs sociétés en incubation. « Au fil du temps, elle est devenue une base théorique pour la communication de masse » (Jean Lohisse, 2006). Les théories des sciences sociales qui étudient le phénomène communicatif, qui est essentiellement un phénomène social, résultent d'une connaissance consciente de l'observation scientifique, de l'expérimentation scientifique et des présupposés explorés sur le terrain par le chercheur, qui produit des concepts qui deviennent une base théorique pour la communication. La théorisation communicative de la théorie sociale communicative découle de la réflexion et de l'analyse des relations des médias de communication de masse à l'individu et à la société depuis l'émergence du phénomène médiatique, c'est-à-dire des médias au XVIIIe siècle dans la société occidentale : de la presse écrite à la radio en passant par le cinéma, la télévision et de l'internet (Bateson Jurgen, 2008). Cette théorie communicative a accompagné et intégré à chaque évolution connue de chaque moyen seul avec sa spécificité formelle et de contenu et ses effets matériels et moraux au niveau : personnel de l'information et de la communication ; les moyens, ses techniques et évolutions technologiques ; le public qui reçoit le contenu du

média ; le contenu produit par le médium à chaque fois ; les contextes sociaux politiques culturels communicatifs valeurs relationnels qui composent le système général de la société (Lamizet, 1992). À cet égard, il y a une note fondamentale indiquant : la pensée théorisante communicative a connu plusieurs courants intellectuels émanant de la profondeur de la pensée philosophique des écoles et des courants philosophiques sociologiques qui concernaient l'acte de communication sociale de l'individu et ses relations avec les moyens de communication de masse.

2. Niveaux d'endoscopie en théorie communicative :

Les courants intellectuels communicatifs sont différents selon les différentes références, points de départ et écoles de pensée, ainsi que l'environnement ou l'espace public, social, politique, culturel et médiatique de la communauté d'étude.

2.1. Médias et dénonciateurs

Les préoccupations théoriques à ce niveau vont à la recherche de la nature des médias de masse (c'est-à-dire les médias en tant qu'institutions sociales et économiques qui produisent des biens qui sont achetés et vendus). Quelles sont ses particularités et ses idéologies ? Qui est chargé de diffuser l'information ? Quel est le rôle d'un journaliste ou d'un média ? Qui est le gardien de l'organisation des médias, quelles sont les restrictions économiques auxquelles vous êtes confronté ? (Dayan, 2005). L'étude de ce niveau est assurée par des études de sociologie de l'institution et de sociologie des responsables de la communication et des médias.

2.2. Produits et contenus des médias de masse :

Les préoccupations théorisantes à ce niveau visent à tenter de comprendre la nature des messages produits par les médias, quelles en sont les caractéristiques ? Quel type de culture promeut-il ? Comment, pourquoi et quelles sont les raisons et les objectifs de la culture qu'elle véhicule, diffuse et promeut, et comment affecte-t-elle les émotions, la conscience et la perception de ses destinataires ? 'La tâche d'étudier ce niveau est assurée par les études sociologiques/culturelles dites structurelles, critiques et interprétatives, qui utilisent, par exemple, des techniques d'analyse de contenu » (Charaudeau, 2005).

2.3. Contextes médiatiques de masse :

À ce niveau, l'attention des chercheurs se tourne vers l'analyse des relations sociales produites par les médias, car elle étudie les médias comme un modèle de structure sociale structurée dans un contexte structurel, civilisé et culturel pour toute société à un moment donné. Le modèle de la structure sociale adopté par un théoricien détermine les méthodes (car elles sont pour lui une base de référence de départ) par lesquelles il analyse les médias de masse, par exemple les analyses de la théorie de la société de masse, du point de vue de la classe relations, élites ou conflits (Couldry & Andreas, 2010).

2.4. Études d'audience :

C'est le niveau qui s'intéresse à étudier qui est le destinataire du message médiatique ? Comment contacte-t-il et consomme-t-il les produits médiatiques ? Quelles sont ses particularités démographiques et sociologiques ? Quelles sont ses combinaisons psychologiques ? Ses besoins, ses désirs et ses exigences vis-à-vis de ce que lui apportent les contenus des médias et d'autres questions que les théories

tendent d'étudier le public en tant que destinataires, consommateurs, interacteurs et affectés pour focaliser leur attention scientifique sur eux. Ce sont des niveaux de base pour théoriser et comprendre le phénomène communicatif sous différents angles et visions. En principe, nous ne pouvons pas complètement séparer un niveau d'un autre, bien que nous puissions étudier chaque niveau séparément. Car ce sont des niveaux complémentaires les uns aux autres constituant le système communicatif (Dominique, 2007).

3. Qu'est-ce que les sciences de l'information et de la communication ?

En ce qui concerne les chercheurs qui ont abordé la problématique épistémologique des sciences des médias et de la communication, a évoqué (Hubert Fondin 2001), dans un article sur les sciences des médias, et la rupture épistémologique et la spécificité du sujet pour lesquelles a souligné que les chercheurs en sciences des médias ne comprenaient pas leur domaine de recherche par rapport aux chercheurs des disciplines voisines ou avec les chercheurs dans le domaine des sciences de la communication, et donc comment pensons-nous trouver cette solution et la dimension cognitive du cadre théorique, ou encore trouver des outils de recherche pour l'étude de ce sujet. Ceci afin de vérifier le problème présenté, cette incohérence et ce conflit dans la définition de l'identité et de la vie privée du sujet des médias et de la communication ont amené les chercheurs à intégrer le concept des médias dans le phénomène de la communication, et la relation de la communication avec les médias qui est devenue une relation inclusive, et à travers cette proposition nous avons décidé de nous arrêter à la définition linguistique et idiomatique des deux concepts (Hubert Fondin, 2001)

3.1 Les médias des sciences aux sciences humaines et sciences sociales

Les sciences des médias se sont développées au sein des courants intellectuels, philosophiques et scientifiques qui ont accompagné le développement du concept. La société moderne, que ce soit sous la théorie positiviste, le constructivisme fonctionnel ou l'interactionnisme symbolique a d'autres modèles théoriques qui ont émergé par la suite, et qui étudiaient l'évolution des perceptions, attitudes et pratiques individuelles, collectives et institutionnelles envers des activités sociales, économiques et culturelles, qui consacrent l'immensité et l'étendue du champ du phénomène de la communication globale dans son horizon réaliste (Bougnoux, 1993). Pour ces facteurs et influences, l'intérêt épistémologique découlait de la nature des sciences des médias Sociologique et humaniste, ce qui signifie que l'approche épistémologique de la science (qui est au cœur de l'épistémologie), s'est intéressée au phénomène médiatique, parce que ses composantes présentent ce que le savoir a proposé avant ça : le phénomène est objectif, pas subjectif ; le phénomène global avec des représentations (manifestations) qui ne sont pas abstraites ; le phénomène global est mesurable, hypothétique et vérifiable ; le phénomène est universel et peut être testé ; le phénomène est universel et sujet à critique. L'épistémologie fait référence à la théorie de la science, et c'est un nouveau mot (combiné) qui fait référence à de nombreuses connotations. L'épistémologie est la base de l'étude critique des principes de diverses sciences, de leurs présentations et de leurs résultats Sa valeur est destinée à déterminer son origine logique et à montrer son résultat objectif (BALTZ, 1998). C'est le cas des sciences des médias - malgré leur histoire récente - puisqu'elles sont ouvertes à tous les domaines La vie humaine dans son rythme et son cours quotidien à travers les niveaux de comptage, elle vise à assiéger Le phénomène de la

communication médiatique dans le cadre de son interaction (la tendance empirique), puis la recherche dans ses conséquences, ses répercussions et ses effets (tendance critique). Cette tendance (critique) a fourni des preuves pratiques claires de la survie de la légitimité scientifique de l'analyse purement philosophique du phénomène communicatif global, à travers ses diverses représentations (par les moyens). technologie ou sans), comme Adorno et Horkheimer ont inventé le terme industrie culturelle. Nous avons présenté une étude critique de la production industrielle de biens culturels comme un phénomène global, visant à transformer la production culturelle en marchandises soumises, pour de bon, à la logique du « cycle économique » reconnue dans le domaine de la bio-économie pour toute société soucieuse de modernité et de modernisation (Jouët, 1992). C'est que l'engagement philosophique dans les contributions intellectuelles s'est poursuivi au cours du XXe siècle, à travers des seuils temporels marqués par des déplacements associés aux mouvements migratoires « intellectuels » de l'Europe vers l'Amérique (de l'Allemagne post-1843 notamment), pour raviver ces spéculations d'ingérence avec sa grand-mère originaire d'une vie mentale sur le sol américain caractérisée par le pragmatisme et la fantaisie. Cela a conduit à l'émergence d'écoles de pensée « institutionnalisées » dans les espaces scientifiques sur Internet. Un grand aspect d'innovation dans le discours philosophique, est une aversion pour les débats en circulation.

4. Il faut revenir à l'étude du phénomène de la communication

Le débat n'est ni récent, ni simple, ni clos. Il s'appuie sur la philosophie des sciences et la théorie de la connaissance, dont les frontières sont difficiles à visualiser et qui renvoient à l'épistémologie des sciences. L'épistémologie est une « réflexion de second ordre sur la science, une méta-science ». Ainsi, le terme épistémologie n'est pas utilisé comme synonyme de théorie, puisqu'il renvoie à la compréhension profonde du déroulement de la nature de la recherche scientifique, de ses fondements épistémiques. Élève l'épistémologie au rang de discipline qui « vise à interpréter la science comme résultat de l'activité mentale humaine ou, de même, à expliquer comment les pensées réelles des hommes peuvent produire la science comme un système cohérent de la connaissance objective ». Par conséquent, dans le cas de la recherche en communication, du point de vue épistémologique, la communication est étudiée en tant qu'objet de connaissance, tant au niveau théorique qu'au niveau des processus épistémiques et méthodiques à partir desquels la connaissance est générée et qui indiquent les éléments de sa cohérence et de sa validation. Cela a été entrepris par des chercheurs au niveau international, tels que Calhoun, Fuentes Navarro, Galindo Cáceres, Moragas et Martín Serrano, et aussi au Brésil, mais à plus petite échelle, puisque la tendance prédominante est dirigée vers la compréhension de l'institutionnalisation du champ (Lopes, 2010 : 29). Il y a « négligence des questions épistémologiques dans la recherche empirique de la communication, résultat de la formation déficiente à la recherche et de l'héritage instrumentalisé de la science, peut-être le même qui identifie la communication comme sciences sociales "appliquées" dans la classification institutionnelle » (Cecilia et Peruzzo, 2018).

5. La vision des écoles positivistes et empiriques du phénomène communicationnel :

Pour revenir au point scientifique, il existe différentes voies pour générer des connaissances scientifiques à partir de positions épistémologiques et de cadres

conceptuels. Nous aborderons brièvement l'empirisme en opposition à des visions qui remettent en cause certaines de ses hypothèses, comme celles de considérer ses paramètres de recherche comme les seuls capables de conduire à la science. Elle trouve appui dans le positivisme, courant épistémologique qui défend la suprématie de l'objet par rapport au sujet dans le processus de recherche. Cela correspond à une conception de la science héritée de la Physique, une science exacte qui traduirait les postulats scientifiques valables pour chaque domaine. Augusto Comte, important systématicien du positivisme, a même qualifié la sociologie de « physique sociale », en tant que discipline consacrée à l'étude des faits sociaux. À ce niveau, il y a la défense que les connaissances scientifiques seraient générées à partir des processus méthodologiques objectifs de recherche, supposés neutres (examiner la réalité de manière désintéressée), capables de privilégier l'objet sur le sujet, c'est-à-dire de capter sensoriellement les connaissances qui existe dans l'objet sans la « contamination » du sujet, le chercheur (Ferrara, 2003).

5.1. La vision cosmique du phénomène communicatif

Ce courant considère, comme déjà mentionné, que seuls les paramètres développés dans la sphère épistémologique liée à l'empirisme seraient valables et capables de générer des connaissances scientifiques et, par conséquent, ils devraient être suivis par tous les domaines de la connaissance. Elle prône que l'observation doit être subordonnée à l'observation des faits comme seul objet de la science, dès lors que la réalité contient la « vérité » et que le travail du chercheur est de la saisir. Il s'agit d'une position prédominante dans l'histoire des sciences, bien qu'en même temps interrogée dans sa perspective universaliste. » (Cicilia et Peruzzo, 2018). Paul Feyerabend (1977), au siècle dernier, a été l'un des représentants critiques du rationalisme et du rejet des règles méthodologiques universelles⁵. Parmi d'autres épistémologues, Jean Piaget et Rolando Garcia se distinguent comme critiques de l'empirisme, compris comme une conception de la science. En fin de compte, il existe différents courants de pensée, qui sont répartis dans les conceptions épistémologiques du travail scientifique, différents entre eux parce qu'ils partent d'hypothèses divergentes sur la vision du monde et la science, telles que le positivisme, la phénoménologie, le structuralisme, la focalisation systémique, le matérialisme historique dialectique, le constructivisme et épistémologie génétique.

5.2. Le problème de la convergence et de l'approche

La question de l'imbrication entre les sciences des médias et les autres disciplines sociales est une question purement épistémologique, c'est venu fondamentalement et involontairement. C'est plutôt l'un des fondements et des règles de la science des médias, le brouillage intellectuel que connaissent les sciences du monde est dû au grand nombre de recherches et de courants théoriques. La relation, d'une manière ou d'une autre avec le phénomène non universel lui-même, et les intersections causées par la tendance écrasante au courant empirique "grossier", avec l'apologie des pionniers de la cybernétique sociale (Calero et autres, 2006). Les composantes du processus communicatif doivent être soumises aux conditions de la recherche procédurale.

Sur le plan théorique, on constate que les composantes des sciences des médias se sont développées parmi les théories techniques, les théories linguistiques et les théories psychosociologiques qui traitaient de la question de "l'influence" qui est devenue un paradigme, une fondation dans la science globale plus tard, c'était le

début avec la théorie de l'influence directe (forte et immédiate), puis les théories de l'influence sélective (indirecte et limitée), puis avec la prédominance des supports des médias électroniques et de ses technologies. L'effet est devenu naturel. Il était nécessaire pour les théoriciens (dans le domaine des études des médias) de clarifier et d'expliquer deux questions en fragmentation (l'intersection du domaine des médias avec d'autres domaines de la connaissance tels que la sociologie et la psychologie, d'une part, et les approches (l'intersection des curricula et des approches d'études médiatiques avec le reste des approches) et la méthodologie utilisée dans le reste des sciences humaines, sociales et autres) d'autre part, sur la base de la preuve permanente que la science des médias et de la communication ne continuera pas en tant que science indépendante à moins qu'elle ne soit acquise. C'est un paradoxe, car la pluralité en elle est indépendante (Bougnoux, 1993).

6. L'influence comme modèle d'intersectionnalité dans les sciences des médias

L'effet est multidimensionnel, mais il s'agit à l'origine d'un phénomène psychologique lié à des états psychologiques. Car l'individu est dans le processus global de communication, et cela est très complexe en raison de la difficulté de prédire le comportement des personnes et leurs états psychologiques face aux contenus communicatifs. Et pourtant, le développement de la recherche sociale qui a traité du processus d'influence, et les résultats auxquels elle est parvenue, n'ont pas pu lever les craintes de certains spécialistes, mais au moins cela a prouvé que l'effet des médias est lié à certaines variables liées au destinataire du message et aux conditions de celui-ci et à la réception et le contenu du message aussi. En d'autres termes, l'effet est le produit de plusieurs conditions. Il existe de nombreux niveaux qui se chevauchent afin d'avoir un effet, et à ces nombreux niveaux, il faut tenir compte qu'il peut influencer à partir de différentes dimensions : psychologique en tant qu'état psychologique que l'individu a lorsqu'il le reçoit. Le premier est social, considérant que l'influence est le produit des relations de messages médiatiques, et le second est les cercles sociaux dans la formation de l'effet résultant de l'exposition de cet individu, peu importe à qui appartient l'individu et qui joue un rôle déterminé : tels que le niveau éducatif et culturel, l'appartenance civilisationnelle, le niveau de vie... Sur ce qui nécessite la superposition de plusieurs approches à comprendre, l'effet reste une question très complexe. Les études qui ont traité ce sujet, chacune selon son orientation, ont tenté de relier le processus qui est l'une des dimensions précédentes. Et considérant qu'il s'agit d'un ensemble d'opérations, celles-ci ont échoué pour parvenir à sa détermination en se limitant à un niveau spécifique de ceux niveaux. L'inquiétude soulevée par la question de l'influence des médias relève de quatre dimensions : la position que les médias de communication de masse ont occupée en raison de leur large diffusion ; et l'affirmation de certains que l'individu moyen ne peut pas faire grand chose devant son contenu, ce n'est pas une capacité pour lui de le contrôler ; la peur de l'exploitation que certains peuvent pratiquer à travers les médias. Il présente une situation dirigée par ceux qui possèdent ou monopolisent les médias. Beaucoup voient que les médias ont annulé les rôles sociaux qui ont été acquis grâce à de nombreuses personnes et de groupes, de l'organisation du travail et de l'intégration sociale et culturelle entre les générations et les groupes sociaux qui constituent les valeurs, c'est-à-dire les médias travaillent à exposer des consommables qui correspondent souvent au caractère culturel à la surface. Ce qui est remarqué sur ces dimensions, c'est l'utilisation d'outils anthropologiques et sociologiques et psychologiques, dans l'interprétation et

l'analyse de la question de l'influence à la lumière des répercussions qu'elle met devant le processus communication dans son ensemble (Akoun André, 1997).

7. La qualité de la recherche en communication :

Il ne fait aucun doute que la recherche en communication peut être abordée sous différents angles. Chacun d'eux peut amener à susciter des réflexions et des conclusions, mais il y a une plénitude qui interpelle l'investigation. Après tout, le terrain demande des réflexions articulées en plusieurs plans et niveaux d'analyse : un plan ontologique, sur la nature de la communication. Un autre niveau est celui épistémologique, qui interroge la communication comme objet de savoir, et évidemment, à certains communicants, sujets de ce savoir ; et, bien sûr, un niveau méthodologique, qui porte sur les manières dont ces objets de connaissance et de définition sont formulés comme objets d'enquête. Mais avant le niveau méthodologique, je crois qu'il faut réfléchir sur un plan praxéologique (...), puisque la communication est, dans son essence générale, une pratique sociale ou, comme il faut le dire plus exactement, une pratique socioculturelle, contextualisé, historisé, traversé par le pouvoir (Lemieux, 2000). Dans cette perspective, on peut voir la fertilité de l'objet du champ qui, avec ses singularités et, en même temps, ses liens épistémologiques, transite dans une incessante fugacité. D'une part, c'est une science récente en plein développement, mais en même temps, elle subit au quotidien les transformations technologiques et sociales des sociétés. C'est un domaine difficile car il est très vaste et dynamique, avec et sans frontières avec d'autres domaines de la connaissance, c'est-à-dire que les configurations de l'univers praxéologique de la communication ont changé rapidement au cours des dernières décennies – des canaux aux médias et aux messages, des processus de communication interpersonnels aux processus organisationnels, massifs, communautaires, numériques et en ligne, des processus médiatiques et des environnements de communication en direct au virtuel et ainsi de suite, ce qui oblige à une recherche continue de la révision des concepts et des théories, leur réélaboration et la formulation de nouveaux concepts et théories pour analyser les transformations. D'autre part, le domaine rassemble une interdisciplinarité intéressante car il imprègne et est imprégné par d'autres sciences (Cicilia et Peruzzo, 2018).

7.1 Les étapes épistémologiques de l'étude du phénomène communicationnel

La dimension théorique-conceptuelle, qui a pour racine le cadre épistémique ou un système de pensées, guide et façonne la base théorique, c'est-à-dire la théorisation qui sert de base à l'investigation ou dont elle part. Et, dans les études plus poussées, elle guide la nouvelle théorie élaborée. Cependant, même si le cadre épistémique conduit et conditionne le cadre conceptuel, il ne détermine pas le contenu de la théorisation qui sera propre à chaque investigation « dans un cadre épistémique, il existe d'innombrables jalons conceptuels » au sein d'une discipline. La dimension méthodique (ou cadre méthodologique) fait référence aux principes et préceptes qui sous-tendent la méthodologie (mot qui comprend méthode et technique) qui correspond et conduit aux pratiques de recherche développées. C'est-à-dire que la méthode rassemble les antécédents (concepts du monde et de la science), la base méthodologique théorique qui soutient la stratégie de recherche et les techniques qui facilitent la pratique de la recherche pour la génération de données, la collecte d'informations et les observables. En d'autres termes, d'une part, la dimension méthodique présuppose la base théorique à partir des concepts qui

guident la conception méthodique. D'autre part, la dimension méthodique intègre les instruments de collecte de données et d'informations tels que le questionnaire, l'entretien, le groupe de discussion, l'observation directe, etc. Lemieux (2000). La conception méthodique de la recherche-action, par exemple, comporte un ensemble de principes et de délimitations conceptuelles qui indiquent le type et la direction de l'insertion du chercheur dans la situation d'investigation, c'est-à-dire qu'ils signalent la stratégie macro-méthodologique de ce type de recherche, qui présentera à son tour la pratique de la recherche et l'utilisation des techniques (Calero et al. 2006).

Dans cette perspective, le cadre méthodique (méthodologie) comporte deux composantes : la stratégie méthodique (méthode) et la (les) technique(s). Encore une fois, la méthode n'est pas synonyme de technique, elle précède la technique et indiquera même quelle technique est la plus pertinente pour le développement d'une recherche particulière. En définitive, méthode et technique se complètent, elles vont généralement de pair et même se croisent, mais dans des sphères un peu différentes. Les techniques sont les instruments utilisés pour collecter des informations et des données, enregistrer des observations et identifier des éléments observables. (Dominique, 2007). Il convient également de faire la distinction entre les données et les observables. Il est courant, en particulier dans la pratique de la recherche empiriste, d'appeler « données » ou « preuves » les « configurations d'informations obtenues à partir d'objets observables. Ainsi, observable présuppose les données plus leur interprétation (Charaudeau, 2005). En général, on s'intéresse davantage aux techniques qu'aux méthodes et aux questions épistémologiques dans les thèses et les mémoires des cours postuniversitaires en communication. Cependant, comme nous l'avons déjà dit, même les procédures méthodologiques ne sont pas toujours bien décrites afin d'aider le lecteur à comprendre le processus par lequel certains résultats ont été atteints et peuvent ainsi conférer une validité interne et attester ou non de la crédibilité de la recherche (Cicilia et Peruzzo, 2018). La recherche sera crédible pour tout ce qu'elle démontrera en termes de sérieux du processus de recherche, de couverture et de pertinence des méthodes et employés, et de qualité des résultats, combinés à sa pertinence thématique et sa capacité de théorisation. La pertinence sera également notée pour la capacité à répondre aux besoins de connaissances de la zone, du pays et du continent sur lequel elle est basée. Cela n'a pas de sens de faire de la recherche avec l'unique intention de générer des articles pour des congrès et/ou des articles acceptables pour être publiés par des revues étrangères - qui ont même tendance à induire des thèmes d'intérêt et des modes d'expression - juste pour augmenter les scores individuels dans les classements académiques. La recherche scientifique prend tout son sens lorsqu'elle est faite pour générer des connaissances capables de contribuer avec des subventions à la société pour l'équation de ses enjeux cruciaux, des problèmes à la compréhension de l'historique-politique, communicationnel, économique, culturel et finalement tous les domaines qui constituent cette société.

Pour finir et afin de vérifier tous ces variables, nous devons les identifier dans les manifestations suivantes :

Apparence technique : Il ne fait aucun doute que le développement technologique rapide des moyens de communication a imposé d'énormes transformations dans le processus de communication et ses espaces avec toutes ses composantes. Il a déplacé ce processus vers une participation interactive, immédiate et active à la production de contenu. Cette tendance s'est traduite par l'émergence d'un nouvel environnement

médiatique avec de nouvelles valeurs et de nouvelles pratiques pour l'individu au sein de nouveaux espaces de communication qui ne sont plus isolés non plus de leurs processus et effets culturels, sociaux, économiques et politiques. Au contraire, nous pouvons aller plus loin en disant que l'environnement numérique avec les nouvelles technologies de communication a fourni et permis à l'utilisateur des médias et des plateformes qui lui permettent de satisfaire ses besoins d'actualités et d'informations non dirigées, mais aussi de les produire à travers les nouveaux médias et les réseaux sociaux qui leur a permis de s'exprimer librement, ce qui a instauré une transformation du comportement communicatif de l'utilisateur vis-à-vis des médias sociaux et de ses réseaux.

Apparence organisationnelle: dans les institutions médiatiques : L'ensemble du système médiatique a été affecté par les changements qui s'opèrent dans le paysage médiatique contemporain (notamment sur les pratiques médiatiques) ; Ce qui affecte même le nouvel environnement de communication créé par ces nouvelles technologies. Ce nouvel environnement n'est plus figé dans ses caractéristiques comme il l'était auparavant, mais plutôt en train de changer et à un rythme très accéléré, en raison des constantes adaptations professionnelles et technologiques imposées par les éléments de cet environnement dans le domaine des médias et de la communication, avec le but de permettre aux institutions médiatiques de suivre les tendances et les désirs du nouveau public. Ces nouvelles technologies de communication ont ouvert la porte à la préparation de contenus médiatiques pour tous, sous la forme de réseaux sociaux et de blogs évinçant les médias traditionnels dans la formulation des contenus et la définition de l'agenda médiatique. Au point que les médias traditionnels, voire les bureaux de relations publiques des institutions et des entreprises accélèrent le temps de présence sur les plateformes de ces réseaux sociaux en proposant des contenus médias interactifs privilégiant l'image et l'hypertexte tout en réduisant les contenus linéaires. Ceci, à son tour, a nécessité une adaptation technologique à travers l'acquisition de nouveaux programmes informatiques, et une adaptation professionnelle en réhabilitant les cadres des médias pour devenir ce qui est devenu un journaliste polyvalent ou intégré. Ce dernier doit non seulement construire des textes médiatiques en contrôlant les compétences rédactionnelles des textes comme on l'attendait auparavant de lui, mais aussi en contrôlant une énorme quantité de compétences visuelles, de rédaction d'hypertextes courts, de photographie et de téléchargement de contenu sur Internet.

-Apparence idéologique : Les mutations techniques et les mutations induites du nouvel espace de communication dont nous avons parlé plus haut ont contribué à une autre mutation non moins importante que celle-ci, qui est la transformation idéologique qui est devenue une conséquence des espaces numériques en vertu des déterminants psychologiques, cognitifs et intellectuels imposés par cette technologie. La génération numérique est devenue dominée - majoritairement - par des choix intellectuels aux orientations libérales, car elle croit plus que jamais au principe de la liberté individuelle, de la liberté d'expression, de la liberté de choix et de la pluralité des propositions, et elle ne tolère plus monothéisme et pensée fermée. Ce qui, à son tour, a affecté positivement la nature de l'environnement communicatif dans de nombreux pays qui ont été contraints, avec l'émergence de cette nouvelle réalité, d'adopter des réformes des médias. Dans ce nouveau contexte de communication et de médias généré par les nouvelles technologies de communication, les médias

sociaux sont devenus d'une importance primordiale pour la génération numérique, en tant qu'espace alternatif pour les anciens médias. C'est une plate-forme pour ceux qui n'ont pas de plate-forme d'expression, un club de connaissance pour ceux qui n'ont pas leur place dans les clubs du monde réel, un espace de mise en lumière de diverses formes d'auto-crédation pour ceux qui n'ont pas pu introduire leurs compétences dans le monde réel, une bibliothèque pour ceux qui n'ont pas de livres ou d'encyclopédies à la maison, et une école multidisciplinaire pour ceux qui n'en ont pas. Il a une école et un bureau d'emploi pour ceux qui n'ont pas d'emploi... De plus, les nouveaux médias de réseau ont conquis le cœur de leurs utilisateurs grâce à une autre caractéristique qui s'est distinguée des médias traditionnels, à savoir la satisfaction des diverses conditions des sept valeurs de l'information (immédiateté, proximité, importance, notoriété et influence), diffusion, polémique) et notamment le critère simultané que le média en ligne est devenu supérieur pour sa part aux médias traditionnels, grâce à la rapidité de téléchargement de l'actualité ou de ses images dès que l'événement se produit. De même, les médias de réseau sont devenus les plus proches pour traiter des sujets qui recouvrent les valeurs d'importance, de proximité, de renommée, de circulation, d'influence et de controverse (conflit), étant donné que les réseaux de médias numériques ne sont pas soumis, de par la nature de leur travail, aux mêmes normes professionnelles d'examen suivies par les médias traditionnels, et parce qu'ils sont exempts de toutes les formes d'éthique et de codes d'honneur auxquels adhèrent généralement les organisations médiatiques respectées.

Conclusion

Le modèle philosophique a constitué le point de départ effectif pour développer l'intégralité des composantes et conditions scientifiques. Connaissance du monde humain et social, c'est plutôt lui qui en influence la légitimité et la garantie, et peut-être les divers apports du concept et du terme dans le champ scientifique des études en communication ont été ses connotations théoriques et même méthodologiques qui s'inspiraient par nécessité d'un mécanisme philosophique, l'acte social de l'action communicative est entouré de sociologie fonctionnelle, mais le paradigme et le terme sont essentiellement issues de l'engagement philosophique. Les propositions de Habermas, Hogart et Baudrillard ont longtemps été considérées comme des apports philosophiques très importants dans l'établissement de l'épistémologie des études de communication encore en cours d'expérimentation, d'établissement et de standardisation.

Références bibliographiques

- Akoun, A., (1997), *Sociologie des communications de masse*, Paris, Hachette Supérieur.
- Baltz, C. (1998). Une culture pour la société de l'information. Position théorique, définition, enjeux, *Documentaliste Sciences de l'information*, Paris, ADBS, (35)2
- Bateson, G. & Jurgen, R. (1988) *Communication et société*, Paris, Seuil.
- Bougnoux, D. (1993), *Sciences de l'information et de la communication, Textes essentiels*. Paris : Larousse.
- Calero S. & al. (2006). Mutaciones epistemológicas y posibles formas de pensar el campo de la comunicación, *Diálogos de la comunicación*, 73, 9
- Charaudeau P. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck/Ina.

- Cicilia M. Krohling, P. (2018). Notes on Communication research epistemology and methods, *Comunicação e sociedade*, 33: 41-56
- Couldry, N. & Hepp andreas. (2010). Introduction : Media Events in Globalized Media Cultures, Couldry Nick, Hepp Andreas & Krotz Friedrich (eds.), *Media Events in a Global Age*, Londres & New York, Routledge, 1-20.
- Dayan D. (2005). Pour une critique des médias, *Questions de communication*
- Doury, M. (1997). Le débat immobile. L'argumentation dans le débat médiatique sur les parasciences (Paris : Kimé)
- Ferrara, L. (2003). Epistemologia da comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. M. I. V. Lopes (Ed.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 55-67). São Paulo: Loyola.
- Hubert, F. (2001). La science de l'information : posture épistémologique et spécificité disciplinaire, *documentaliste, science de l'information*, , vol.38,n°2.p 112
- Jean, L. (2006), *La communication : de la transmission à la relation*, deuxième édition revue et augmentée par Annabelle Klein, Bruxelles, De Boeck.
- Jouët, J. (1992). *Pratiques de communication et changement social*, document d'Habilitation à Diriger des Recherches, Université de Grenoble III, 224
- Lamizet, B. (1992). *Les Lieux de la communication*, Liège, Mardaga.
- Lemieux, C. (2000). *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié.
- Maingueneau, D. (2007). *Analyses les textes de communication* (Paris : Colin)