

Fabienne Martin-Juchat : *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*

Laure Bolka



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/1846>

DOI : 10.4000/edc.1846

ISSN : 2101-0366

Éditeur

Université de Lille

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2010

Pagination : 205-206

ISBN : 978-2-917562-03-1

ISSN : 1270-6841

Référence électronique

Laure Bolka, « Fabienne Martin-Juchat : *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux* », *Études de communication* [En ligne], 34 | 2010, mis en ligne le 14 septembre 2010, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/edc/1846> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.1846>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© Tous droits réservés

Fabienne Martin-Juchat : *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*

Laure Bolka

RÉFÉRENCE

Fabienne Martin-Juchat : *Le corps et les médias. La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, De Boeck, 2008.

- 1 L'ouvrage de Fabienne Martin-Juchat présente une approche novatrice en sciences de l'information et de la communication sur la place du corps dans la communication sociale et médiatique. C'est ici le corps en tant que réceptacle affectif qui est étudié dans la réception des messages.
- 2 L'héritage pluridisciplinaire de l'auteure, passée par les sciences du langage et la psychologie avant les SIC, permet une appréciation documentée des différentes théories menées sur le corps affectif. De la linguistique structurale à la psychanalyse, en passant par les sciences cognitives et la psychologie sociale, elle souligne les limites d'une approche centrée sur l'analyse des expressions du corps et la nécessité d'une étude des affects qui devrait prendre en compte une nouvelle épistémologie du corps. Passion et émotion sont alors envisagées comme des modalités de la perception des informations extérieures, dépendants de l'éducation et de la culture.
- 3 La « chaire mise en mouvement par l'émotion » est devenue une cible pour les stratégies de communication: la manière dont le corps est éprouvé par son environnement explique des logiques commerciales et médiatiques de plus en plus basées sur les affects. L'ouvrage, après avoir posé la problématique du rôle du corps affectif dans la communication et dressé un état des lieux des recherches menées dans ce domaine, pose la question des usages du corps dans la communication. Trois terrains d'observation visent alors à cerner ces usages: le corps médiatisé, dont la

représentation est codifiée par les publicitaires ; les interactions sociales, qui montrent la place de l'émotion dans le monde du travail ou encore celle des mises en scène d'un corps devenu produit et support d'idéologies ; enfin, les espaces sociaux, où le culte de l'émotion guide la consommation. La surexploitation commerciale de l'affectivité ne peut toutefois être pointée sans tenir compte de la dimension sociale des affects.

- 4 Le vocabulaire spécialisé propre aux différentes disciplines rend la lecture parfois ardue, mais l'effort de structuration et de concision du propos ainsi que les synthèses intermédiaires permettent au lecteur de suivre l'argumentation et donnent à cet ouvrage d'indéniables qualités didactiques.

AUTEUR

LAURE BOLKA

Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Lille 3,
Laboratoire GERiiCO