

PRÉFACE

Pierre-Louis Dubois
Professeur émérite, Université de Montpellier

Écrire une histoire des médias est un véritable défi : le monde médiatique est aujourd'hui d'une telle richesse mais aussi d'une telle complexité ; il est le résultat de tant de découvertes, d'innovations et d'aléas, il a été et demeure l'objet de tant d'enjeux dans les dimensions économique, politique, sociale et culturelle, qu'on ne peut aborder une œuvre à la portée aussi universelle, exigeant tant de compétences, qu'avec modestie et abnégation.

L'ouvrage proposé par Philippe Tassi, *Les médias et leurs fonctions*, est le résultat d'une vie professionnelle très dense tout au long de laquelle l'auteur, en s'appuyant sur sa formation d'ingénieur statisticien-économiste de l'ENSAE et de docteur en mathématiques, outre ses activités de chercheur et d'enseignant, a notamment dirigé l'École nationale de la statistique et de l'administration des entreprises (filière ENSAE-CGSA) puis la société de mesure d'audience Médiamétrie, en tant que directeur scientifique et technique puis Directeur général adjoint, poste qu'il a tenu vingt-sept ans, et où il a pu observer et analyser les mutations récentes du paysage médiatique.

À ces compétences reconnues par le milieu professionnel des médias, Philippe Tassi a ajouté « une seconde vie » de Professeur associé à l'Université Paris Panthéon-Assas, où ses talents de pédagogue, qui transparaissent éminemment dans ce livre, ont fait merveille auprès des étudiants des Masters « Marketing et Communication des Entreprises » et

« Recherche en Sciences de Gestion » dont il a été l'un des promoteurs essentiels ! Sa double culture, à la fois mathématique et littéraire, son expérience approfondie de la gestion d'entreprise et la stratégie, son intérêt pour la recherche scientifique, et son sens de la transmission, lui ont aussi valu d'être deux fois membre du jury du concours d'agrégation de l'enseignement supérieur en sciences de gestion. Mais au-delà de ces titres, l'érudition de l'auteur n'a d'égal que sa profonde modestie, son ouverture d'esprit et sa curiosité que le lecteur appréciera au fur et à mesure de cette incursion dans l'histoire des médias.

Les définitions des médias sont nombreuses mais, avec l'auteur, nous conviendrons simplement que *« les définitions récentes montrent clairement qu'un média est un moyen technique de transmission et diffusion de contenus, et non les contenus eux-mêmes. Un média, selon ces définitions, sera par exemple la parole, l'imprimerie ou les ondes hertziennes. Les mots-clés, transversaux, sont expression et communication. Pour résumer avec des mots simples, un média est l'ensemble des moyens qui permettent à un consommateur potentiel d'accéder à un contenu.*

D'autre part, parler des fonctions des médias ne saurait se limiter aux seuls supports physiques ou technologiques. Ainsi, la fonction de divertissement ou d'information ne saurait être une propriété du papier ou de l'imprimerie (presse), des ondes hertziennes (radio, télévision) ou des paquets internet (monde numérique), mais l'une des propriétés des contenus que ces supports transportent vers le public.

Nous considérerons donc qu'un média, au sens non étymologique mais le plus largement usuel du terme, est constitué par le couple "supports et contenus" ».

Cette apparente simplicité du sujet ouvre cependant la voie à bien des conceptions théoriques (théories de la communication, de l'information, de la décision, des réseaux, etc.) et à bien des modes opératoires pratiques, en renouvellement constant, sous l'impact de plus en plus rapide des innovations technologiques.

Depuis les premiers médias, ceux de la Préhistoire par exemple, qui servent de surprenant point de départ à une fresque historique nourrie et passionnante, jusqu'aux plus récents médias supports de la convergence numérique, ce sont les relations et les rapports entre les hommes qui sont invariablement en jeu, avec une puissance de plus en plus forte capable de modifier la pensée d'autrui et ses comportements. Au-delà de leurs nombreuses fonctions (l'information, l'échange, la transmission, l'éducation, l'expression artistique, le

divertissement, etc.), les médias sont toujours l'expression d'une influence qui s'exerce sur leur cible, de façon plus ou moins massive et interactive.

Comprendre les médias, leur histoire et leurs effets, sinon leurs influences, sur les hommes, c'est aussi comprendre l'évolution de la société. Les médias, dans leurs constants progrès et leurs incessants renouvellements, permettent une connaissance plus fine de l'autre, parfois même de tous les autres, individuellement ou en masse (jusqu'à l'avènement du « *Big Data* »). Ils favorisent aussi bien une meilleure communication, de meilleures « offres », comme l'a très tôt et si bien compris le marketing, qu'ils peuvent devenir l'instrument d'une prise de pouvoir sur les personnes ou les groupes, avec les dangers implicites d'une telle emprise quand elle sert des intentions despotiques ou nuisibles, ou encore quand leur puissance est aux mains d'« apprentis sorciers ». Les médias ne sont pas neutres : qui possède la technologie peut aussi dominer les contenus... Les dirigeants des mondes industriels et politiques l'ont bien vite compris !

En sept chapitres, d'une grande densité, l'auteur décrit de façon magistrale la succession des inventions qui ont donné aux hommes la possibilité d'étendre dans le temps et dans l'espace leurs moyens de communiquer et d'échanger et de les parfaire pour qu'ils soient des supports de sens de plus en plus riches, des outils au service d'une représentation de la vie où le virtuel s'approche de plus en plus du réel et permet même parfois de le sublimer comme dans l'expression artistique.

À côté de brillants succès, d'avancées historiques, de consécration de bien des inventeurs « de leur vivant », on déplore, aussi, bien des échecs, des incompréhensions, des fausses pistes, des espoirs déçus, des vies tourmentées, des tentatives de plagiat ou d'appropriation infondée, jalonnant cette histoire des médias. Histoire « humaine » qui foisonne d'anecdotes surprenantes et souvent peu connues qui parfois changent sensiblement le cours des choses. Mais au-delà de ce « côté très attrayant de l'histoire », l'ouvrage de Philippe Tassi nous conduit à l'essentiel en éclairant de façon fondamentale l'ensemble de la construction longue et progressive, à la fois scientifique, technologique et sociale (au sens de sociétale), de ce que, en empruntant à Roland Barthes et à André Malraux, on pourrait appeler une « cathédrale des temps modernes », avec ses fulgurances et ses accélérations, l'une des plus importantes, sinon la plus emblématique de notre temps, l'empire des médias, empire de plus en plus puissant et invasif, à la conquête souvent inquiétante de nos vies.

INTRODUCTION

Média est un terme familier, presque devenu commun. Les premiers mots qui viennent à l'esprit pour l'illustrer sont télévision, radio, Internet, presse, affichage, que nous consommons et utilisons tous à divers degrés, souvent en confondant contenant et contenus, médias et supports. Ce livre a pour simple objectif de décrire, au fil des siècles, ce qu'ont été et sont les médias, à quoi ils servent, quels en ont été les créateurs, concepteurs, inventeurs ou acteurs, comment ils évoluent à la fois en termes de fonctions, mais aussi de contenus et de moyens de transmission.

La réelle connaissance d'un domaine d'activité, quel qu'il soit, nécessite de façon évidente sa maîtrise actuelle, éventuellement ses futurs potentiels, mais également celle de son histoire et de ses évolutions successives, bref : de sa propre construction. En quoi et pourquoi des innovations sont-elles apparues et l'ont fait s'enrichir ? Par exemple, la science économique l'a bien compris en créant des enseignements d'histoire des faits ou d'histoire de la pensée économique. Cette démarche d'apprentissage par le temps n'est pas toujours fréquente, alors qu'elle est pourtant si efficace... Ainsi, pour enseigner ou utiliser les mathématiques, il faut, bien sûr, en avoir compris les résultats généraux classiques et savoir les employer à bon escient et sans erreur, mais aussi être informé des travaux plus récents, des recherches en cours, de leur « pourquoi ? ». Il convient également de maîtriser les liens entre les multiples branches de cette science et leurs applications, comme le montre si bien l'ouvrage *Abrégé d'histoire des mathématiques*, publié en 1996 chez Hermann sous la direction du célèbre Jean Dieudonné (1906-1992).

À côté de ces conditions nécessaires, il est souvent utile de connaître les noms et les visages de celles et ceux qui ont contribué à la science et l'ont faite progresser, les rapports amicaux – ou de concurrence – qui existaient entre les contemporains. Dans un autre domaine, la rivalité entre Michel-Ange et Raphaël n'a-t-elle pas été aussi une source de dépassement et de création ?

Il est enfin important de connaître les questions qui se posaient à l'époque où vivaient les novateurs et le contexte dans lequel ils se trouvaient lors de leurs découvertes, et même plus généralement quelles étaient les grandes questions de la société environnante. Rares sont les avancées pures, indépendantes de la réalité du moment. Les pensées et travaux de Pythagore et de ses disciples, leur volonté de comprendre le monde par les mathématiques pour le faire progresser, les recherches de Mersenne sur les nombres premiers ou les lois de l'acoustique, les expériences d'Ampère ou Faraday, le transport optimal de Monge, la théorie de la mesure de Lebesgue, la recherche de la relation entre deux variables et de la validité de cette relation chez Sir Francis Galton, pour ne citer qu'eux, méritent d'être datés, mis en situation et historicisés pour en tirer la substantifique moelle chère à Rabelais. À quelle question ont tenté de répondre telles découvertes ou théories ?

Cette réalité, qui concerne de nombreux domaines, s'applique à l'évidence aux médias. Connaître le secteur des médias, dans sa diversité, c'est forcément connaître son actualité, mais aussi son histoire et celle de la communication, qui se mêle avec les évolutions des techniques, et en premier lieu, leur définition. Quels ont été et sont de nos jours les moyens pour vaincre la distance, obstacle majeur de la communication entre personnes ou entre groupes ? Comment l'humanité a-t-elle abordé, formalisé et vaincu cette difficulté sachant qu'elle n'avait à sa disposition que deux sens majeurs : la vue et l'ouïe ? Une évidence est que rien n'est figé, l'histoire des technologies, des organisations et même des États le démontre en permanence. Il y a eu un « avant » sans électricité, sans informatique, sans téléphone portable, et il y aura un « après » suivant le numérique.

Il est donc fondamental et utile de se poser la question « qu'est-ce qu'un média ? ». Ce sera l'un des objets du premier chapitre : en effet, il y a souvent confusion entre le sens initial latin ou indo-européen du mot, qui signifie un moyen technique de communication, comme la voix, le son, la vue, le toucher, l'écriture, et les contenus que ces moyens permettent de transmettre. Les ondes hertziennes ou la presse à imprimer sont des médias, totalement indépendants

des genres d'émissions transportées par ondes ou de l'orientation et du sens des textes imprimés. Nous évoquerons également dans ce chapitre les travaux et réflexions du grand penseur canadien qu'a été Marshall McLuhan, et concluons par les fonctions directes ou indirecte des médias.

Le deuxième chapitre couvre quelque cinquante mille ans, depuis les premiers modes d'expression dont nous avons découvert les traces – dessins ou représentations de l'art pariétal et de l'art rupestre – datant de l'ère paléolithique jusqu'à l'émergence d'autres modes de transmission sonore ou visuelle de signes oraux ou écrits, des écritures et leur reproduction en volumen ou codex. Le chapitre 3 commence avec la révolution de l'imprimerie, au XV^e siècle, et l'apparition du livre imprimé, qui va avoir des conséquences majeures sur la diffusion et la pérennité de la culture et des connaissances, et va donner une prééminence à la vue. L'impression est également à l'origine de deux médias dont l'organisation va devenir assez rapidement « quasi-industrielle » que sont l'affichage, ou communication extérieure, et la presse. Au-delà de ces médias eux-mêmes, vont apparaître peu à peu des questions connexes comme le droit de l'éditeur, le droit d'auteur, la liberté d'expression et sa négation, la censure, ou le sujet des modes de financement.

La période allant du XVII^e siècle à la fin du XIX^e siècle, en grande partie couverte par le quatrième chapitre, est riche et extrêmement diversifiée, avec des inventions comme le téléphone à ficelle de Robert Hooke, datant de 1665, ou les tubes acoustiques de dom Gauthey à partir de 1782, même si celles-ci ne connaîtront pas de suite opérationnelle. La vision et le son sont présents avec le télégraphe de Chappe, la photographie ou le cinéma (muet) pour le premier sens, le téléphone ou le disque pour le deuxième.

Les chapitres 5 et 6 portent respectivement sur la rupture majeure que va apporter la physique des ondes sur les médias, favorisant l'éclosion de la radio et la télévision. Ces deux modes de communication vont naître de la théorie générale des ondes de Maxwell et sa mise en œuvre par Hertz, Marconi et bien d'autres, pour transporter d'un point à un autre – d'un émetteur à un récepteur – du son puis des images. La fin du XIX^e siècle et le début du XX^e voient ainsi l'arrivée des scientifiques, ingénieurs, mathématiciens, physiciens, dans l'espace des médias et ce pour une longue durée, puisque le monde numérique actuel est, quant à lui, quasi-exclusivement scientifique, comme le détaillera le septième chapitre.

Je voudrais conclure par trois remerciements personnels et profonds.

Le premier est pour Médiamétrie en tant que société, qui a occupé et empli ma vie pendant trente ans, et bien sûr tous ses collaborateurs passés et présents avec lesquels(les) tant de choses ont été échangées et partagées, et, j'ose le dire, en général construites avec succès, sans oublier actionnaires, partenaires et clients. Opérationnelles ou stratégiques, leurs réflexions et questions sur l'audience et sa mesure, toujours pertinentes, ainsi que l'ensemble de ces avancées réussies m'ont permis d'approfondir le champ des médias dans sa diversité, de remonter dans leurs histoires et leurs interrelations, de structurer de multiples idées pour des présentations et séminaires internes passionnants.

Le deuxième est pour les professeurs, intervenants professionnels et étudiants des sites – parisien ou luxembourgeois – relevant de la formation initiale ou continue du Master Marketing et Communication ou des diplômes universitaires Droit et Technologies du Numérique et *Data Protection Officer* de l'Université Paris 2 Panthéon-Assas ; que tous et toutes soient remerciés pour leurs innovations pédagogiques et leurs exigences et attentes toujours renouvelées, donnant un véritable sens à la notion de transmission.

Le troisième va vers les personnes, présentes ou absentes, qui m'ont supporté et accompagné.