
Les médias et leurs fonctions

Du Paléolithique au numérique

de
Philippe TASSI (2021)



Jean-Jacques DROESBEKE¹
Université libre de Bruxelles



Livre (312 pages)

Direction : Philippe TASSI

Édition : Éditions ems MANAGEMENT & SOCIÉTÉ (Collection :
Questions de société) – 2021

ISBN : 978-2-37687-455-3

1. Jean-Jacques.Droesbeke@ulb.be

« *Les médias faussaires (New York Times, NBC News, ABC, CBS, CNN qui échouent) ne sont pas mes ennemis, ils sont les ennemis du peuple américain !* » a twitté Donald Trump en février 2017. « *Les médias reflètent ce que disent les gens, les gens reflètent ce que disent les médias. Ne va-t-on jamais se lasser de cet abrutissant jeu de miroir ?* ». Ces autres phrases attribuées à Amin Maalouf ajoutées à celle de l'ex-président des États-Unis illustrent l'importance prise par un instrument de communication qui occupe une place immense dans notre société. Comment en est-on arrivé là ? Rien de tel, pour le comprendre, que de disposer d'un ouvrage accessible, bien documenté et clairement structuré. Le livre de Philippe Tassi possède ces qualités.

À notre époque, les médias jouent un rôle essentiel dans la transmission des informations, tout particulièrement quand elles sont quantitatives. Tout le monde sait combien la façon de les diffuser influence leur compréhension et leur usage. Les historiens savent aussi que ce problème n'est pas nouveau, même s'il est d'autant plus important que la quantité d'informations transmises est grande comme c'est le cas de notre temps. La lecture de textes, qu'ils soient anciens ou récents, ne peut que s'enrichir de la connaissance de la manière dont ils ont été transmis. Le livre de Philippe Tassi peut nous éclairer à cet effet.

Cet ouvrage est divisé en sept chapitres. Dans le premier, *Les prolégomènes*, l'auteur présente clairement « l'étymologie du mot média, ses définitions, les liens très structurants qu'ils ont avec nos sens, quelques éléments de la théorie des médias » pour aborder ensuite la décomposition des chaînes de valeur des activités médias et leurs fonctions directes ou indirectes. En une petite vingtaine de pages, le décor est planté, les mots sont définis avec précision.

Le chapitre 2 emmène les lectrices et les lecteurs dans une remontée du temps bien utile. La « cohabitation de la vue et de l'ouïe » et « de l'art pariétal à l'aube du XV^e siècle » nous rappellent les outils de communication dont l'être humain s'est doté avec les moyens du bord. Les arts et l'écriture, le feu et la fumée, la lecture, lien entre vue et ouïe, le chant et la peinture sont autant de thèmes qui nous sont rappelés.

L'imprimerie, la presse et l'affichage sont au cœur du chapitre 3. Partant de la pensée d'Antoine de Rivarol, « *L'imprimerie est à l'écriture ce que l'écriture avait été aux hiéroglyphes : elle a fait faire un second pas à la pensée* », l'auteur nous rappelle que du XV^e au milieu du XIX^e siècle, de Gutenberg à Maxwell, la communication a changé de rythme et de structure. Le livre est au cœur de l'action, la presse se diversifie, la publicité envahit les espaces.

La période 1780-1895 est examinée en détail dans le chapitre 4. Situés entre les tubes acoustiques conçus par un moine cistercien et le cinématographe de 1782 — dont le *y* se transforme en *i* l'année suivante —, le télégraphe optique de Chappe, la photographie, le télégraphe de Morse, le téléphone, le disque et le septième art constituent autant de paragraphes agréablement illustrés qui montrent la richesse innovante de cette époque. Les amateurs de nombres *y* trouvent aussi leur plaisir par l'intermédiaire du cryptage.

La physique de l'invisible occupe ensuite plus de 40% de l'ouvrage. Elle est répartie sur deux chapitres. Celui qui porte le numéro 5 traite de la TSF à la radio. Les premiers usages du média TSF concerne l'industrie navale et l'assurance maritime. La TSF militaire du début du XX^e siècle est aussi évoquée par l'auteur. L'évolution de la radio en France, des émetteurs de la Tour Eiffel et de Sainte Assise, aux virages technologiques que sont l'autoradio et le transistor nous font revivre les profondes modifications que connaît ce média. La télévision constitue le fil conducteur du chapitre 6. Près de soixante pages nous font d'abord revivre la période 1925-1935, animée par John Baird en Grande-Bretagne et René Barthélémy en France, et les années 1935-1949 qui couvrent la seconde guerre mondiale. Nous sommes ensuite conviés à parcourir la période allant de 1950 à la fin de l'ORTF, puis à la fin du monopole de l'État français qui débouche sur le pluralisme que nous connaissons actuellement, nous permettant de comprendre les fonctions

de la télévision et leur évolution.

La convergence numérique est le titre du dernier chapitre. Les étapes de la construction d'Internet et du Web, les éléments scientifiques et techniques de cette convergence, les mutations dues au numérique nous conduisent à considérer avec l'auteur les médias dans ce contexte. Ce chapitre examine enfin le marketing publicitaire et le monde numérique au centre duquel les données massives posent autant de problèmes qu'elles en résolvent.

Cet ouvrage de 311 pages est dû à Philippe Tassi, ancien directeur général adjoint de Médiamétrie de 1994 à 2019, après y être entré en 1990. Ingénieur statisticien-économiste de l'Ensaë, il a assumé la fonction de Professeur-chercheur dans cette institution de 1975 à 1978, puis celle de directeur de formation de 1982 à 1989. L'auteur de cet ouvrage allie donc une formation académique de grande qualité à une solide expérience dans le domaine des mesures d'audience de la radio, de la télévision et d'Internet. Ses activités de professeur associé à l'Université Paris Panthéon-Assas dans les masters « Marketing et Communication des Entreprises » et « Recherches en science de gestion » complètent cette brève présentation. Il a aussi participé aux travaux de l'International Statistical Institute (ISI), de l'Association française de marketing (AFM), de la Société Française de Statistique (SFdS) et d'Esomar. Auteur et co-auteur de très nombreux ouvrages et publications dans des revues françaises et internationales, il peut être considéré comme un des meilleurs spécialistes du sujet traité ici.

Il n'est donc pas étonnant que ce livre soit aussi bien charpenté. Jamais pédant ni abscond, écrit dans un langage direct, il est passionnant du début à la fin. Doté d'illustrations nombreuses et d'une bibliographie bien utile, ce livre est à recommander à celles et ceux qui veulent plonger dans le monde des médias sans se heurter à une trop grande technicité.