

COLLECTION « QUESTIONS DE SOCIÉTÉ »  
dirigée par Olivier MEIER

# LES MÉDIAS ET LEURS FONCTIONS

## Du Paléolithique au numérique

Philippe TASSI



136 boulevard du Maréchal Leclerc  
14000 Caen

# SOMMAIRE

<b>Préface.....</b>	<b>11</b>
<i>Pierre-Louis Dubois</i>	
<b>Introduction.....</b>	<b>15</b>
<b>Chapitre 1. Les prolégomènes.....</b>	<b>19</b>
1. Origines du mot média .....	19
2. Définitions des médias .....	21
2.1. <i>Qu'est-ce qu'un média ?</i> .....	21
2.2. <i>Chaîne de valeur</i> .....	24
3. Sens et médias .....	25
4. Les médias selon Marshall McLuhan .....	26
5. Les temps des médias .....	29
6. Les fonctions des médias .....	30
6.1. <i>Fonctions directes</i> .....	30
6.2. <i>Fonctions indirectes</i> .....	34
<b>Chapitre 2. La cohabitation de la vue et de l'ouïe. De l'art pariétal à l'aube du XV<sup>e</sup> siècle .....</b>	<b>37</b>
Introduction .....	37
1. Les médias de la Préhistoire .....	40
1.1. <i>Les âges de la Préhistoire</i> .....	40

## LES MÉDIAS ET LEURS FONCTIONS

1.2. Les arts de la Préhistoire .....	40
1.3. Hypothèses sur le sens des arts préhistoriques .....	42
2. L'écriture.....	43
2.1. Du V <sup>e</sup> au I <sup>er</sup> millénaire avant notre ère .....	43
2.2. La problématique de l'écriture et des langues .....	45
3. Les messages écrits : le courrier .....	46
4. Le feu et la fumée .....	49
5. Autres types de signaux .....	52
6. Les écrits avant le livre imprimé.....	52
6.1. Le rouleau ou volumen .....	52
6.2. Le codex.....	53
6.3. Les objets des « livres » : des pierres au papier.....	57
7. La lecture, le lien entre la vue et l'ouïe .....	58
7.1. Le développement de la lecture.....	59
7.2. Les universités .....	61
7.3. Chronologie des universités .....	62
8. Formes de l'écriture .....	62
9. De la lecture au chant .....	64
9.1. Musique et chant.....	65
9.2. Chant et théâtre .....	65
9.3. Poésie.....	67
10. La peinture.....	67

### **Chapitre 3. La prédominance de la vue : l'imprimerie, la presse, l'affichage.....**

1. L'imprimerie .....	70
2. Le livre.....	72
2.1. Le livre, une histoire déjà longue .....	73
2.2. Clin d'œil vers une forme particulière du média livre : la bande dessinée .....	76
3. La presse .....	78
3.1. La presse : le « média historique » d'information.....	78
3.2. Les contenus, « Les paroles s'envolent, les écrits restent » .....	81
3.3. Divertissement : le feuilleton dans la presse.....	82
3.4. Le magazine .....	83
3.5. Les pulp magazines aux États-Unis.....	84

3.6. <i>Concurrence sectorielle : la presse sportive</i> .....	84
3.7. <i>Une économie difficile et réactive</i> .....	88
4. L'affichage .....	90
4.1. <i>Les origines</i> .....	90
4.2. <i>Le seul « média » totalement publicitaire</i> .....	91
4.3. <i>Un média innovant : lieux d'exposition et technologie</i> .....	92
4.4. <i>Le prospectus et ses équivalents</i> .....	93
5. La signalétique visuelle : du drapeau aux enseignes .....	94
6. Liberté d'expression et censure .....	95
<b>Chapitre 4. La transition : 1780-1895</b> .....	<b>99</b>
1. 1782, les tubes acoustiques de dom Gauthey .....	99
2. 1790, le télégraphe optique de Chappe.....	101
3. La sécurité des messages, chiffrement et cryptage .....	105
4. La photographie .....	108
5. Le télégraphe de Morse .....	111
6. Le téléphone .....	113
7. Le disque.....	116
8. Le cinéma .....	118
8.1. <i>Le septième art</i> .....	118
8.2. <i>Cinéma et publicité</i> .....	123
<b>Chapitre 5. La physique de l'invisible Volet 1 :</b> <b>de la TSF à la radio</b> .....	<b>125</b>
1. James Maxwell, la théorie générale des ondes et ses applications..	126
2. Les débuts : du média TSF au média radio.....	134
2.1. <i>Les premiers usages du média TSF</i> .....	134
2.2. <i>L'apport de Gustave Ferrié</i> .....	135
2.3. <i>Les prémices expérimentales de la radio</i> .....	136
3. Les premiers pas de la radio en France : la décennie 1920-1929 ..	138
3.1. <i>Les deux émetteurs historiques : la tour Eiffel et Sainte-Assise</i> .....	139
3.2. <i>Les premières stations d'État</i> .....	141
3.3. <i>Quatre exemples d'initiatives privées : Radiola, Poste Parisien, Radio Cité, Radio Vitus</i> .....	142
3.4. <i>Le rôle de l'État : des rapports difficiles entre le privé et le public</i> ..	147

4. L'organisation du secteur : derrière les stations et les réseaux, des sociétés puissantes.....	149
5. Les années 1930.....	153
5.1. <i>L'État et le privé : poursuite du développement de la radio et des conflits</i> .....	153
5.2. <i>L'immédiat avant-guerre</i> .....	159
6. Vingt-cinq ans après, une première synthèse sur les fonctions..	160
6.1. <i>L'équipement et les prémices de l'audience</i> .....	160
6.2. <i>Le nouveau média radio a fait bouger les lignes</i> .....	163
6.3. <i>La régulation</i> .....	167
7. La guerre 1939-1945 .....	169
7.1. <i>Radio Londres</i> .....	170
7.2. <i>Naissance de Radio Monte-Carlo</i> .....	171
8. France : de l'après-guerre aux années 1970 .....	171
8.1. <i>Le service public</i> .....	173
8.2. <i>Naissance d'Europe n°1, Sud Radio, ORTF</i> .....	174
8.3. <i>1966 : de Radio Luxembourg à RTL</i> .....	176
8.4. <i>FIP</i> .....	177
8.5. <i>1974 : l'éclatement de l'ORTF</i> .....	177
9. Deux virages technologiques : autoradio et transistor .....	178
10. La créativité des « Trente Glorieuses ».....	180
11. De l'histoire à l'actualité : l'époque moderne .....	182
11.1. <i>La fin des années 1970 en France : les radios pirates</i> .....	182
11.2. <i>Les lois de la fin du monopole</i> .....	184
11.3. <i>Des conséquences : nouveaux acteurs du marché radio</i> .....	186
11.4. <i>Fin des années 1990 : vers le marché du début du XXI<sup>e</sup> siècle</i> .....	187

## **Chapitre 6. La physique de l'invisible Volet 2 : la télévision, la force de l'image mobile .....**

1. Le transport à distance d'une image fixe .....	192
2. Ondes et image mobile : premières avancées .....	194
2.1. <i>De la photoélectricité au tube cathodique</i> .....	194
2.2. <i>Histoires de noms</i> .....	196
3. La période 1925-1935 : John Baird en Grande-Bretagne, René Barthélémy en France .....	198
3.1. <i>John Baird (1888-1946)</i> .....	199

3.2. René Barthélémy (1889-1954) .....	202
4. La période 1935-1949.....	206
4.1. L'avant-guerre .....	206
4.2. La guerre.....	208
4.3. L'après-guerre, en France .....	210
5. De 1950 à la fin de l'ORTF, le règne de la télévision publique française.....	212
5.1. Les années RTF : 1950-1964 .....	212
5.2. Les années ORTF : 1964-1974.....	216
6. De la fin de l'ORTF à la fin du monopole de l'État .....	226
7. Le pluralisme : première phase, 1984-2000 .....	229
7.1. 1984-1987 : des premières chaînes privées à la privatisation de TF1 ..	230
7.2. 1987-2000 : déjà des changements et un florilège de créations.....	231
8. Le pluralisme : les vingt dernières années, l'avancée vers l'organisation actuelle .....	233
8.1. Le service public.....	233
8.2. L'évolution des techniques de diffusion.....	233
8.3. Le passage analogique – numérique, et l'avènement de la TNT ...	235
8.4. Les grandes familles d'acteurs économiques du secteur des médias...236	
8.5. Les grands groupes du média télévision.....	236
8.6. La Télévision Numérique Terrestre (TNT).....	238
8.7. L'État intervient toujours .....	241
9. Les fonctions de la télévision : souvenirs, souvenirs... ..	241
9.1. Télévision : le pouvoir de l'image TV et politique.....	242
9.2. La diversité des genres .....	243
9.3. Le genre « feuilleton » se transforme.....	244
9.4. Télévision : apports multi-genres de connaissance, de culture et de ruptures .....	246
9.5. Télévision et sport : l'image s'ajoute au son .....	249
10. La publicité change.....	250
<b>Chapitre 7. La convergence numérique .....</b>	<b>253</b>
1. Introduction sémantique : digital ou numérique, Internet ou Web ?.....	254
1.1. Digital, numérique.....	254
1.2. Web, Toile, Internet.....	255

## LES MÉDIAS ET LEURS FONCTIONS

2. Internet ne s'est pas construit en un jour : le contexte initial ...	256
3. L'Histoire, facteur d'accélération .....	258
4. Les étapes de la construction d'Internet et du Web .....	259
5. Des talents et des noms .....	261
6. Les éléments scientifiques et techniques de la convergence.....	265
6.1. Numériser une variable .....	265
6.2. La compression .....	269
6.3. La convergence numérique .....	270
7. Les mutations dues au numérique .....	271
7.1. Une nouvelle économie .....	272
7.2. Le rapport au travail .....	274
7.3. Le rapport au temps .....	275
7.4. La sociabilité.....	276
7.5. La consommation .....	278
8. Les médias dans le contexte numérique .....	280
9. Le marketing publicitaire .....	282
10. Le monde numérique et les données massives ( <i>Big Data</i> ) .....	285
10.1. Des histoires de données et traitements .....	286
10.2. De l'échantillon aux méga-données : des paradigmes complémentaires .....	288
10.3. Les questions soulevées par les Big Data .....	290
11. Les fonctions d'Internet et du Web .....	295
<b>Bibliographie .....</b>	<b>297</b>
<b>Mots-clés .....</b>	<b>307</b>