

Chapitre premier

Nommer la médiarchie

Nous avons de la peine à voir les media pour la bonne raison qu'ils sont faits pour ne pas être vus. «Nos media appellent une critique ou une analyse systématique dans la mesure où ils ne fonctionnent efficacement qu'en se faisant oublier¹.» Devant une page de livre ou un écran d'ordinateur, nous ne regardons ni la page ni l'écran eux-mêmes, mais les mots ou les images qui s'y représentent. En mode de communication normale, nous ne faisons pas attention aux petits défauts du papier ou aux petites saletés qui se seront collées sur la surface de l'écran : nous lisons un texte ou regardons une vidéo – en dirigeant notre attention vers le sens à en tirer plutôt que vers l'observation du medium.

À cette habitude fermement acquise de ne pas voir le medium se surajoute toutefois, dans la culture française contemporaine, une certaine confusion due à un usage à la fois flou et restrictif de la référence aux «médias». Outre les effets de transparence inhérents à nos usages des media, il faut donc commencer par questionner et réajuster le vocabulaire dont nous nous servons pour désigner ce qui se joue à travers eux. Un détour comparatif par quelques cultures et langues voisines aidera à prendre le recul nécessaire à ce réajustement terminologique.

1. Daniel Bounoux, «Si j'étais médiologue», in *Les Cahiers de médiologie. Une anthologie*, Paris, CNRS Éditions, 2009, p. 26.

La critique des médias

Dans nos consciences communes, les premières associations évoquées par la référence aux « médias » évoquent le journal télévisé, la grande presse quotidienne, le travail des journalistes, la fabrication des célébrités – bref les canaux à travers lesquels nos sociétés projettent une représentation publique d’elles-mêmes plus ou moins partagée par la majorité de leur population. Or un certain discrédit, largement justifié, pèse sur les discours habituellement tenus sur les « médias ». Comme l’illustre un graffiti célèbre de Banksy, les postes de télévision semblent faits pour être jetés par la fenêtre, dans l’opinion qu’aiment à en donner les intellectuels. Les opinions des intellectuels sur la télévision paraissent toutefois ne pas valoir beaucoup mieux.

Dans un premier cas de figure, on confond indistinctement tous les média dans une critique, partiellement justifiée elle aussi, mais sans nuance et sans prise effective sur la réalité. On souligne par exemple les diverses collusions entre la « presse » et le monde financier (qui la rachète et la maintient à flot), entre la télévision et la publicité (qui lui fournit une bonne part de ses revenus) ou entre les journalistes et les politiciens (qui couchent fréquemment dans le même lit). Mais tout ce qu’on en tire alors, c’est le vague sentiment d’une *MANIPULATION* générale, à laquelle nous serions tous assujettis de la part d’intérêts particuliers abusant de leur pouvoir pour nous empêcher de voir la réalité telle qu’elle est. Cette suspicion a certainement un fond de vérité, que mettent pertinemment en lumière des associations à fonction critique comme ACRIMED en France ou FAIR aux États-Unis¹. La dénonciation générale des manipulations ou des biais médiatiques reste toutefois largement vaine tant qu’on ne prend pas la peine, comme le font justement ces associations militantes, d’analyser plus précisément et plus concrètement en quoi, comment, à quel degré et sous l’effet de quelles pressions, tel organe de presse,

1. Pour suivre le travail essentiel fourni par de tels collectifs, voir leurs sites : pour ACRIMED (Action Critique Médias – Observatoire des médias) < <http://www.acrimed.org/> > et pour FAIR (Fairness & Accuracy in Reporting) < <http://fair.org/> >.

tel genre de programme ou tel format de medium produit quel type de distorsion par rapport à ce que nous pourrions considérer comme une représentation plus adéquate de tel aspect de nos réalités. Dans l'énorme masse des discours tenus sur les « médias », les cas où les opinions exprimées sont fondées sur un tel effort d'analyse sont toutefois assez minoritaires.

L'effet paradoxal de cette dénonciation indiscriminée des « médias » est de contribuer simultanément à un discrédit assez général, fréquemment documenté par divers sondages d'opinion, mais aussi, par le même geste, à une autocélebration de la part des personnes ou des institutions qui paraissent prêtes à affronter sans détour la suspicion dont elles font l'objet. La *CRITIQUE MÉDIATIQUE DES « MÉDIAS »* est en effet le meilleur moyen d'affermir leur emprise : elle donne à ceux qui la pratiquent une matière infinie pour faire sentir à la fois la bonne volonté de ceux qui y travaillent, les contraintes extérieures qu'ils parviennent parfois à identifier lucidement, mais surtout la remarquable stabilité d'un système dont chacun sait qu'il verra les mêmes personnes poursuivre demain leur même travail à la même place, quelles que soient les difficultés ou les distorsions dont ils reconnaissent l'existence aujourd'hui.

Dans un second cas de figure, d'autres discours sur les « médias », de type universitaire cette fois, prennent la peine de faire le travail d'analyse empirique évoqué ci-dessus. Ils s'appuient sur des collectes statistiques et des protocoles d'enquête astreignants, qui permettent parfois de documenter la façon dont les « médias » affectent nos vies et nos pensées. Voilà plusieurs décennies que les *SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION* accumulent ainsi des données et des analyses donnant une vue bien plus nuancée et différenciée de l'influence, importante mais limitée, qu'ont divers types de « médias » sur divers types d'audiences. Ce qui fait la vertu de telles recherches – leur humilité empirique, leur caractère « appliqué » et leurs conclusions « mesurées » – les rend toutefois souvent quelque peu frustrantes pour qui souhaite comprendre plus globalement ce que sont et ce que font les « médias », en tant que modalités spécifiques de l'interagir humain.

D'un côté, donc, des discours dénonciateurs versent dans une condamnation abstraite des « médias », en invoquant les potentiels

de manipulation auxquels nous soumet leur indéniable pouvoir d'influence. De l'autre, une somme d'enquêtes particulières documente certains mécanismes précis, dont on se contente souvent de mesurer prudemment les effets observables, même si ces effets ne sont guère surprenants par eux-mêmes et même si les mesures obtenues ne font finalement que confirmer ce à quoi on pouvait s'attendre avant de lancer l'enquête. Dans les deux cas, qu'on en reste aux généralités ou qu'on se plonge dans les particularités, on peine à décoller le nez des évidences et à se donner des outils de compréhension permettant de dépasser nos impressions communes sur les « médias ». Malgré leurs différences, ces deux types de discours donnent parfois l'impression de tourner en rond au sein de vérités difficilement contestables, mais finalement peu instructives.

Il serait bien entendu terriblement arrogant et parfaitement absurde de disqualifier en bloc tout ce qui peut se dire dans ces champs de débats et d'études. La critique des industries culturelles est nécessaire, souvent mobilisante et parfois inspirée. Leur analyse par des recherches universitaires en sciences sociales est absolument indispensable, souvent éclairante et parfois passionnante. Cet ouvrage consacré à la médiarchie ne prétendra nullement faire *mieux* que les discours évoqués à l'instant. Il tentera toutefois de faire *autre chose* – en puisant son inspiration et ses citations *ailleurs* que dans les discours tenus en France sur les « médias ».

Le calque de l'étrangeté

Car, depuis près d'un demi-siècle, un autre type de discours s'est développé dans les mondes anglo-saxons et germaniques à propos de nos appareils et de nos pratiques de communication. Sous l'appellation de *Media Studies* ou *Medienstudien*, ces travaux – qui n'excluent nullement ni une dimension critique ni des efforts d'enquêtes quantifiées – ont placé au cœur de leur dynamique un effort de *THÉORISATION*. La notion de théorie n'y est pas à comprendre simplement comme un ensemble d'hypothèses soumises à vérifications empiriques. Conformément à l'étymologie grecque (où la *θεωρία* désigne la contemplation), la théorie consiste en *une tentative d'élaborer une*

vision contre-intuitive aidant à percevoir (ainsi qu'à concevoir) une dimension inhabituelle de nos réalités. Depuis l'irruption de l'un des pères fondateurs de ce champ de recherches, Marshall McLuhan, ce travail de théorisation s'est ingénié à décontenancer nos habitudes, en lançant des affirmations paradoxales ou des formules énigmatiques qui, dans le meilleur des cas, ne commencent à faire sens qu'au prix d'un dérèglement systématique de nos repères coutumiers. Ce travail ne consiste pas à décrire, de façon précisément et objectivement quantifiée, la réalité telle qu'elle peut s'observer autour de nous. Il ne consiste pas non plus à fournir des cases dans lesquelles on puisse en analyser et en classer les différents éléments composants. Son ambition est bien plutôt, comme l'a très bien explicité Christophe Hanna dans un domaine assez différent, de proposer des *calques* qui en fassent émerger des formes insoupçonnées ainsi que des vertus surprenantes¹. L'enjeu de telles théorisations n'est pas d'anatomiser le réel, mais d'en faire apparaître les multiples dimensions superposées. Plutôt que des catégorisations, des classements ou des mesures, cette activité génère des *visions* – avec tout ce que ces visions peuvent avoir de troublant pour nos conventions de rationalité dominantes.

Lorsque McLuhan comptait par exemple une ampoule électrique au rang des media, les esprits sérieux ont souligné, à juste titre, qu'un tel geste de classement risquait de faire exploser la catégorie de medium jusqu'à pouvoir inclure tout et n'importe quoi, ce qui vidait cette notion de tout contenu propre. En faisant de la référence aux media un calque, la question n'est toutefois pas de décider si, oui ou non, l'ampoule *est* un medium : elle invite plutôt à se demander à quoi ressemblerait une ampoule si on la considérait *comme* un medium, ou à quoi ressemblerait un medium si on le considérait *comme* une ampoule. La plupart des théoriciens convoqués dans les pages de cet ouvrage – quoique pas tous – auront tendance à jouer avec de tels calques pour nous aider à regarder autrement ce qui (se) passe entre nous lorsque nous communiquons à travers le temps et l'espace. Ils

1. Voir par exemple Christophe Hanna, « La fiction comme institutionnalisation », qui sert de préface à Dominique Jenvrey, *Le Cas Betty Hill. Une introduction à la psychologie prédictive*, Paris, Questions théoriques, 2015, p. 1-x.

nous parleront depuis une langue étrangère, non seulement parce que leurs textes seront traduits de l'allemand, de l'anglais ou de l'italien, mais surtout parce qu'une partie de leur effort aura consisté à décaler notre regard : à nous faire regarder nos réalités familières à travers un calque qui fasse apparaître en elles des formes étrangères à nos habitudes de catégorisation et d'explication.

C'est ce détour par l'étranger qui marquera aussi la différence entre le projet d'exploration de la médiarchie esquissé par ce livre et le projet d'enquêtes sur les médiasphères mené en France, depuis plus de vingt ans, par l'*ÉCOLE DE MÉDIOLOGIE* réunie autour de Daniel Bounoux, Régis Debray et Louise Merzeau¹. Ces deux projets sont à l'évidence très proches, et en sympathie profonde. Outre une génération d'écart, ce qui les distingue surtout tient à un certain insularisme hexagonal, qui a conduit les médiologues français à se parler principalement entre eux, là où l'on cherchera davantage dans les chapitres qui suivent – par surcompensation – à faire découvrir ici ce qui s'écrit et se pense ailleurs. Si les citations renvoyant explicitement aux travaux des médiologues et des penseurs français seront assez rares, alors qu'elles auraient facilement pu remplir de longues notes en bas de page, c'est que priorité sera donnée à l'importation de voix allogènes, moins audibles sous nos contrées².

1. Le travail de l'école de médiologie se poursuit à travers la publication régulière de la revue *Médium*.

2. Il est bien entendu très discutable de revendiquer une « étrangeté » à propos d'une culture anglo-saxonne puissamment majoritaire et hégémonique à l'échelle planétaire. Il serait tout aussi juste de considérer l'importation en France des *Media Studies* états-unienues (new-yorkaises en particulier) comme un vecteur de colonisation culturelle. Il serait encore plus réaliste d'envisager l'ensemble des théories évoquées ici comme exprimant des visions du monde profondément eurocentriques, face auxquelles une véritable étrangeté serait à chercher dans les pratiques de médiations observables très loin de l'Europe moderne, dans l'espace ou dans le temps. Pour élargir l'empan culturel de nos théories des media, voir par exemple Eric Michaels, *Bad Aboriginal Art. Tradition, Media and Technological Horizons*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1994, ou les différents numéros de la revue *Variatology*, éditée par Siegfried Zielinski, consacré à la culture chinoise (vol. 3, 2008) ou au monde arabo-musulman (vol. 4, 2011).

Trois registres de médialité

Le premier calque convoqué pour faciliter notre exploration de la médiarchie sera d'ordre graphique. Une première forme d'« estrangement » aura peut-être déjà dérouté quelque peu la lecture des paragraphes précédents, du fait de l'instabilité des différentes façons d'orthographier la référence aux appareils et aux processus de communication. Cette instabilité apparente résulte d'un effort de différenciation proposé récemment par Thierry Bardini afin de mieux faire apparaître la superposition de trois domaines de réalités que confondent les discours habituels sur les « médias »¹.

Le premier domaine, désigné par les graphies un *MEDIUM*, des *MEDIA* (sans accent ni -s final) et par l'adjectif *MÉDIAL*, concerne *tout ce qui sert à enregistrer, à transmettre et/ou à traiter de l'information, des discours, des images, des sons*. Le charbon et l'hématite dont se servaient nos premiers ancêtres pour tracer des figures sur les parois de grottes, les manuscrits sur vélin des moines médiévaux, les prêches, les pigeons-voyageurs, les livres imprimés, les tableaux de la Renaissance, les périodiques du XVIII^e siècle, le télégraphe, le téléphone, la radio, la vidéo et Twitter, mais aussi la voix de l'acteur ou les gestes de la langue des signes, voilà autant de media dont les humains se sont servis au fil des siècles. Tous impliquent, à divers titres, à la fois des objets matériels (de la « matière organisée », précisent les médiologues) et des effets de réseaux, des institutions, des codes, des conventions (de l'« organisation matérielle »).

Ces deux versants sont bien décrits dans la définition canonique donnée des media par Lisa Gitelman, qui y voit « des structures de communication socialement réalisées, dans lesquelles les structures incluent à la fois des formes technologiques et les protocoles qui leur

1. Thierry Bardini, « Entre archéologie et écologie. Une perspective sur la théorie médiatique », *Multitudes*, n° 62, 2016, p. 159-170. Le panorama le plus synthétique des concepts centraux de l'approche des media présentée ici est à trouver dans William J. Mitchell et Mark B. N. Hansen, *Critical Terms for Media Studies*, Chicago, University of Chicago Press, 2010.

sont associés, et dans lesquelles la communication est une pratique culturelle, la collocation ritualisée de différentes personnes sur une même carte mentale, partageant ou engagées dans des ontologies populaires de représentation» – ce qui fait des media «des sujets historiques uniques et compliqués»¹. Certains de ces media ne servent qu'à l'enregistrement, c'est-à-dire à un travail de mémoire qui est une sorte de communication dans le temps, comme un calepin où je note mes rendez-vous. D'autres ont vocation à voyager dans l'espace, pour transmettre des messages au-delà de la portée de la voix et de la vue humaines, comme un SMS que j'envoie à ma compagne ou un tweet que je fais circuler parmi mes *followers*. Tous participent de certains rituels et impliquent un formatage qui induit un certain traitement de ce qui circule à travers eux : en limitant le nombre de caractères diffusables, un tweet impose un style de concision ; les premiers portraits photographiques imposaient au modèle de s'immobiliser.

Parmi l'ensemble de ces media, d'une variété énorme, seuls certains ont pour fonction de permettre une diffusion dirigée vers une multiplicité ouverte de destinataires disséminés dans l'espace. Un deuxième domaine, plus restreint que le premier et désigné par les graphies un *MÉDIA*, des *MÉDIAS* (avec accent et -s final) ainsi que par l'adjectif *MÉDIATIQUE*, concerne dès lors *tout ce qui permet de diffuser de l'information, des discours, des images ou des sons à un public*. C'est le sociologue Gabriel Tarde qui, à l'aube du xx^e siècle, a opéré une distinction entre une « foule », composée d'individus rassemblés en un même moment au sein d'un même espace, ce qui leur permet de percevoir leurs réactions mutuelles, et un « public », composé d'individus recevant des informations dans une relative synchronie, mais séparés les uns des autres, avec pour effet que chacun ignore la réaction du voisin tout en imaginant cependant qu'il réagit probablement aux mêmes signaux. Alors qu'il y a toujours eu des media et des foules, il n'y a de médias de masse que depuis que des signaux peuvent être reproduits et transmis assez vite pour générer des publics. Les quelques milliers d'humanistes de la Renaissance recevant en

1. Lisa Gitelman, *Always already New: Media, History and the Data of Culture*, Cambridge, MIT Press, 2006, p. 7. Ici comme dans la suite de cet ouvrage, lorsque les titres des publications sont donnés en anglais, c'est moi qui traduis les citations.

quelques mois les livres multipliées par la presse à imprimer constituaient un public embryonnaire, que sont venus renforcer les périodiques développés au cours du XVIII^e siècle, puis les quotidiens dont la diffusion fut multipliée par les progrès de l’alphabétisation au cours du XIX^e siècle, suivis de la radio et de la télévision au siècle dernier, qui marque l’apogée du règne des publics et des médias de masse.

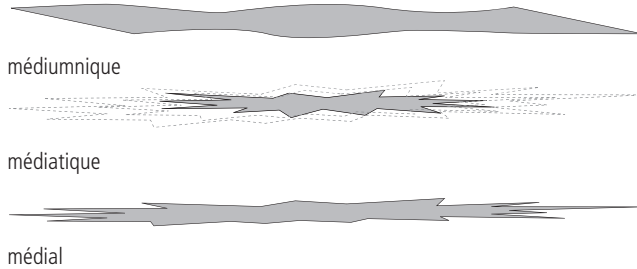


Figure 1.1 : La superposition du médial, du médiatique et du médiumnique

Si l’on tente d’imaginer une représentation visuelle des rapports entre le domaine des media et celui des médias (*figure 1.1*), il faut bien entendu donner à ce dernier terme une extension plus limitée, puisque tous les médias sont des media, mais que tous les media ne sont pas des médias (de masse). De nombreux media ont en effet pour exigence centrale de n’être adressés qu’à un seul destinataire, comme c’est le cas d’un coup de téléphone, d’un courriel ou d’un câble diplomatique – que l’on se trouve très marri de voir surveillés par la NSA ou publiés par Wikileaks. Il serait pourtant insatisfaisant d’en rester à une conception faisant des médias de masse une simple sous-classe incluse dans l’ensemble plus large des media. En effet, ce qui caractérise les sociétés intensément médiatiques qui se sont constituées aux XIX^e et XX^e siècles dans les pays occidentaux, c’est l’inclusion de toutes les conversations privées sous la voûte englobante des résonances médiatiques. Même ce qui se transmet dans nos échanges privés est puissamment conditionné par ce qui résonne

à travers nos médias publics. D'où le besoin de représenter une zone de résonance médiatique (figurée en pointillés) qui surplombe l'intégralité de ce qui s'enregistre, se transmet et se traite à travers la variété des media utilisés à chaque moment donné de l'histoire moderne.

Le troisième domaine que propose de distinguer Thierry Bardini est beaucoup plus surprenant *a priori*. Il repose sur l'hypothèse – qui sera développée dans la troisième partie de cet ouvrage – selon laquelle les enregistrements, transmissions et traitements de signaux qu'opèrent les humains à travers les différents appareils inventés à cet effet au fil des siècles tendent à apparaître auxdits humains comme relevant de forces surnaturelles et surhumaines, qui dépassent leur compréhension et leur contrôle. Autrement dit : la médialité semble engendrer inévitablement de la médiumnité. Au-dessus – ou, plus pertinemment, « au-delà » – des résonances médiatiques dans lesquelles baignent nos perceptions et nos échanges quotidiens en régime de modernité, il convient donc de représenter un domaine supplémentaire, où les media (ainsi que ceux qui les manipulent) apparaissent sous la forme d'un *MÉDIUM* (ou de plusieurs *MÉDIUMS*), désigné(s) par l'adjectif *MÉDIUMNIQUE*, de façon à traduire *l'inquiétude et l'impression de magie perçues par les sujets humains devant les excès de puissance générés par la médialité*. Un vague halo de menace ou, au contraire, une certaine exaltation au contact de la merveille paraissent flotter au-dessus des usages pragmatiques que nous pouvons faire de nos media. Dans nos sociétés si fortement structurées par les résonances des médias de masse, la magie noire du médiumnique prend la forme des impressions de manipulation et des théories de la conspiration que nous sommes tous conduits à envisager à un moment ou à un autre – tandis que la magie blanche donne son aura de présence quasi divine aux stars investies par la puissance de la célébrité. Dans les cultures numériques émergées au cours des deux dernières décennies, les merveilles de l'immatériel et du virtuel caractéristiques des rêves utopistes des années 1990 semblent s'être retournées depuis 2008 en angoisses de surveillance généralisée et d'invasions irrépressibles de nos espaces privés les plus intimes.

Dans tous les cas, on perdrait beaucoup en intelligibilité si l'on se contentait de disqualifier de tels émerveillements ou de telles



Figure 1.2: Le médium à l'œuvre

angoisses comme de simples irrationalismes. Quelque chose passe entre nous, à l'occasion de nos expériences de médialité – quelque chose comme le fluide magnétique des théories mesmériennes de la fin du XVIII^e siècle, dont le XIX^e nourrira son imaginaire des médiums hypnotiseurs contrôlant les pensées et les actions de leurs patients/victimes (*figure 1.2*). À travers ce folklore aujourd'hui décrédibilisé, le domaine du médiumnique a pour fonction de permettre l'exploration des causes et des effets bien réels que traduisent les hantises ou les exaltations produites au contact des media. Car ceux-ci sont véritablement porteurs de puissances d'agir « sur-naturelles », au sens où la « nature » (non humaine) ne connaît pas l'efficience propre à la médialité. Ces effets nous apparaissent aussi souvent comme « sur-humains », puisque c'est la puissance des collectivités supra-individuelles qui se trouve mobilisée comme telle à travers les media, et que cette puissance ne peut que dépasser notre conception éminemment individualiste de ce que peut un humain.

C'est l'intrication des trois registres identifiés à travers ces trois graphies qui circonscrit le champ d'étude de ce livre – un champ que des théoriciens américains récents désignent par le terme général de

*médiation*¹, et que les débats allemands des années 1990 désignent par celui de *MÉDIALITÉ*. Sybille Krämer en a donné une belle définition en y voyant « le fait que notre rapport au monde, c'est-à-dire toutes les activités et expériences qui nous donnent accès au monde (et non seulement celles qui le construisent), est profondément conditionné par les possibilités de discernement offertes par les media, ainsi que par les limitations qu'ils imposent² ».

L'étrange paysage de médialité servant de vignette de couverture à cet ouvrage est l'œuvre de Carlo Zinelli (1916-1974), qui a passé les trois dernières décennies de sa vie interné dans l'hôpital psychiatrique San Giacomo de Vérone. Ses peintures tressent de façon emblématique les trois registres distingués à l'instant. Elles illustrent les puissances des « media », en nous donnant accès à des mondes très éloignés de notre environnement quotidien, générant des résonances sensibles et affectives proprement bouleversantes. Leur univers est structuré par des effets de sérialité et d'échelles bien propres à diffracter notre imaginaire commun des « médias », organisé en masses de zombies alignées autour de célébrités surdimensionnées. Catégorisé schizo-phrène, il opérait comme un « médium » communiquant avec des forces et des entités que notre ordre social peine à reconnaître et à accepter. Ces différents registres de médialité sont mis en scène par des tableaux en forme de coupes verticales, où différentes strates d'agents superposées coexistent sans se combattre ni s'harmoniser. Ces peintures constituent des *visions de médiarchie* – où la voyance de Carlo Zinelli exprime figurativement ce que les chapitres qui suivent tenteront de formuler conceptuellement.

1. Voir Sarah Kember et Joanna Zylińska, *Life after New Media: Mediation as Vital Process*, Cambridge, MIT Press, 2012, ainsi que Alexander Galloway, Eugene Thacker et Ken McKenzie Wark, *Excommunication: Three Inquiries in Media and Mediation*, Chicago, University of Chicago Press, 2014.

2. Sybille Krämer, « Was haben die Medien, der Computer und die Realität miteinander zu tun? », in *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Francfort-sur-le-Main, Suhrkamp, 1998, p. 15. Voir aussi Georg Christoph Tholen, « Überschneidungen. Konturen einer Theorie der Medialität », in *Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien*, Munich, Fink, 1999, p. 15-35.

Comment (ne pas) définir les media ?

La première partie de cet ouvrage sera consacrée aux media dans leur définition la plus large. La première question est donc de savoir ce qui fait de quelque chose un « medium ». On peut en effet souscrire au principe énoncé, entre autres, par Jean-Pierre Bobillot, selon lequel « il n'est pas de medium *en soi*, par essence ». La bouche n'est pas davantage faite pour parler que le charbon ou l'hématite pour tracer des figures sur des parois de grottes. On peut donc opérer des classements relatifs à ce dont se sont emparé les pratiques humaines pour en faire des media : *physio-medium* lorsqu'il s'agit d'une partie du corps ; *bio-medium* quand c'est un être vivant (un pigeon voyageur) ; *techno-medium* quand c'est un appareil de construction humaine ; *sémio-medium* quand un signe se voit réapproprié vers une fin expressive nouvelle, comme dans le cas de la poésie¹.

On se trouve ici à la limite entre la notion de medium et celle de *SUPPORT*, qui sont intimement liées entre elles. Un même film, originellement tourné et diffusé en salle sur une pellicule argentique de 35 mm, est-il bien « le même film » lorsqu'il est visionné sur une bande magnétique VHS dans les années 1980, sur un DVD dans les années 1990 ou par *streaming* en 2017 ? Son support change incontestablement. Le medium filmique reste-t-il égal à lui-même, malgré les modifications qu'ont subies des paramètres aussi importants que la taille de l'écran ou les conditions de socialité de la réception² ? La question, posée en termes d'essence, est passionnante, mais sans solution univoque. Comme le faisait déjà apparaître la sensibilité médiopoétique, tout ou presque pouvant être utilisé (ou détourné) pour enregistrer, transmettre ou traiter des signaux, on ne saurait définir les media par ce qu'ils sont, mais seulement par ce qu'ils font.

1. Jean-Pierre Bobillot, « Naissance d'une notion : la médiopoétique », in Céline Pardo *et al.* (dir.), *Poésie et médias xx^e-xxi^e siècle*, Paris, Nouveau Monde Éditions, 2012, p. 156-173.

2. Pour de bonnes mises au point sur ce genre de questions, voir la synthèse proposée par Andrea Pinotti et Antonio Somaini, *Cultura visuale. Imagini, sguardi, media, dispositivi*, Turin, Einaudi, 2016. Pour le domaine français, voir Jacques Aumont, *L'Image*, Paris, Armand Colin, 2011.

Et que font-ils donc ? Ils étirent les capacités sensorielles des êtres humains, dans le temps comme dans l'espace. Telle était la définition qu'en proposait Marshall McLuhan dans le sous-titre de son ouvrage de 1964 : les media sont des « *PROLONGEMENTS DE L'HUMAIN* » (*extensions of man*) – avec l'idée que le réseau des relais de poste, les lignes téléphoniques, les antennes hertziennes, les satellites et les câbles sous-marins de fibre optique ont constitué progressivement une sorte d'énorme système nerveux transindividuel transmettant nos irritations sensibles à travers toute la planète¹. C'est cette capacité à étendre et prolonger notre être au-delà des limites naturelles de nos sens qu'évoque l'anthropologue Augustin Berque à travers le beau terme de *MÉDIANCE*. Il désigne par là une structure qui « partage l'être de l'humain pour ainsi dire en deux moitiés, dont l'une est notre corps animal, l'autre notre corps médial. [...] Alors que notre corps animal est toujours localisable en tel ou tel endroit de l'espace, notre corps médial s'étire ou se retire en fonction des dispositifs techniques et symboliques auxquels nous associons notre existence² ».

Lorsque les médiologues français font relever des media tous « les trucs et bidules susceptibles de modifier les relations sensibles de l'homme à l'homme en modifiant leur temps et leur espace vécu³ », ou lorsque Friedrich Kittler pose que « tous les media techniques stockent, transmettent et traitent des signaux⁴ », ils ne font que décliner sous différentes formulations une même intuition commune. Cette triple fonction de pouvoir enregistrer, transmettre et/ou traiter des signaux est encore à l'horizon d'une autre définition, plus imagée et peut-être plus suggestive parce qu'un peu plus énigmatique : « les media consistent en une action de *PLIER* le temps, l'espace et les agentivités ; ils ne sont pas la substance ou la forme à travers lesquelles des actions prennent place, mais un environnement de relations dans

1. Marshall McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Paris, Seuil, 1968 [1964], p. 21.

2. Augustin Berque, *Écoumène. Introduction à l'étude des milieux humains*, Paris, Belin, 1996, p. 204, 208.

3. Régis Debray, « Histoire des quatre M », *Les Cahiers de médiologie. Une anthologie*, op. cit., p. 19.

4. Friedrich Kittler, *Médias optiques. Cours berlinois 1999*, Paris, L'Harmattan, 2015, p. 51.

lequel le temps, l'espace et les capacités d'action émergent¹. » Un enregistrement vidéo « plie le temps » lorsqu'il me permet de voir aujourd'hui, en 2017, un concert de Frank Zappa, qui est pourtant mort il y a plus de vingt ans : je le vois plaisanter avec ses musiciens, improviser un solo de guitare, modifier de façon inattendue les paroles d'une chanson, comme si cela se passait en direct devant moi. Un appel téléphonique « plie l'espace » parce que je peux poser des questions et répondre à un parent habitant à l'autre bout du monde, comme s'il était là à côté de moi, à portée de voix. Une scène de brutalité policière enregistrée sur le vif par un téléphone portable et diffusée sur Internet peut « plier les agentivités » (c'est-à-dire nos capacités d'action) dans la mesure où sa circulation motive des milliers de personnes à se rassembler dans une manifestation de rue pour exiger d'autres règles d'engagement de la part des forces de police.

C'est peut-être un pas de plus vers l'abstraction qui nous fournira la définition la plus intéressante – quoique (ou parce que) la moins intuitive. Elle est proposée par Mark B. N. Hansen : « les media modulent des vibrations dont les contrastes produisent à leur tour d'autres entités et, avec elles, de nouveaux tissus de relationalité². » Il nous faudra l'ensemble de ce livre pour déplier les implications d'une telle définition, qui paraît sans doute assez opaque à ce stade. Commençons par en pointer quelques grandes directions. D'abord, les media se présentent ici comme des *modulateurs*, plutôt que comme des prolongements dans le temps ou l'espace. Cela pourrait certes rendre compte du fonctionnement matériel d'un bon nombre d'entre eux, puisque ce qui passe par des ondes (radio, télévisions hertziennes) peut en effet résulter de modulations de fréquences. Mais, plus fondamentalement, cette définition souligne à quel point les media sont une affaire d'*intensité* (de + et de -) autant que d'extension. Ils ne

1. Jussi Parikka, « Media ecologies and imaginary media: Transversal expansions, contractions, and foldings », *The Fibreculture Journal*, n° 17, 2011, p. 35 disponible sur < fibreculturejournal.org > .

2. Mark B. N. Hansen, *Feed-Forward: On the Future of 21st Century Media*, Chicago, University of Chicago Press, 2015, p. 231. Une traduction partielle de cet ouvrage a paru dans le n° 68 de la revue *Multitudes* (2017) sous le titre « Les media du XXI^e siècle : sensibilité mondaine et bouclages projectifs ».

se contentent pas de créer des contacts ou des mises en relation : ils font varier des intensités d'existence.

Ce qui se module ainsi, ce sont des *VIBRATIONS*. Je « vibre » en écoutant de la musique, en dialoguant, lorsque je sens que nous sommes « sur la même longueur d'onde ». Mais ce que cette définition nous invite à percevoir, c'est que nos relations sociales sont des façons de vibrer ensemble, de résonner – de façon plus ou moins harmonieuse, consonante, contrapuntique, dissonante, syncopée, polyrythmique, polyphasée. Ce que nous pouvons ressentir dans le microcosme d'une conversation, où les propos s'enchaînent de façon plus ou moins fluide ou plus ou moins heurtée, avec une énergie commune ou au contraire avec des retombées, des trous, des cahots – on pourrait le généraliser à toutes nos formes de communication. Avec sa définition, Mark Hansen nous invite toutefois à faire le saut au-delà (ou en deçà) de l'expérience perceptive humaine que nous avons de ces intensités de résonances et de vibrations, plus ou moins en phase les unes avec les autres. Les vibrations produites par les media sont pour lui impersonnelles (ou « transindividuelles ») et systémiques (plutôt que ponctuelles) : elles *structurent* l'environnement qui nous *constitue* (bien davantage qu'il ne nous « entoure »). Notre monde est si universellement et si intimement médiatisé que nos « tissus de relationalité » ont à la fois pour infrastructure et pour matière première ce qui se diffuse à travers nos media. Dans cette vision dépaysante des sociétés humaines (des xx^e et xxi^e siècles), chacun de nous apparaît comme un certain *contraste* généré par l'entrecroisement et la composition de certaines vibrations qui résonnent simultanément entre nous et en nous. Lorsque nous produisons des phrases, des gestes, des objets, des œuvres, il faut s'imaginer que nous sommes des contrastes, faits de vibrations modulées par les media, qui produisent d'autres contrastes, au sein de tissus de relationalité qui se renouvellent sans cesse dans les détails de leur stabilité d'ensemble.

Cela peut se comprendre bien sûr du journal télévisé, qui nous fait tous vibrer en résonance avec certaines nouvelles sélectionnées comme les plus importantes de la journée : nous y réagissons toutes et tous un peu différemment, chacun et chacune avec son contraste propre, qui produira d'autres réactions, d'autres contrastes, d'autres variations de relationalité, selon ce que nous en dirons le soir sur l'oreiller ou



Figure 1.3: Milan Mikuláščík, reproduction 3D
du galet de Makapansgat (2016)

le lendemain autour d'un repas. Mais cela peut se comprendre aussi très en deçà des médias de masse : si je retrouve une lettre écrite il y a plusieurs décennies par un être cher, cet enregistrement d'une pensée dans le papier peut me faire tressaillir, me faire pleurer, me faire sentir, penser et parler différemment que je ne l'aurais fait sans la vibration qu'il m'a communiquée.

Cela pourrait même se comprendre d'un galet trouvé sur une plage, dont la forme évoquerait irrésistiblement les traits d'un visage humain. Le galet de Makapansgat (Afrique du Sud), daté de 3 millions d'années, est ainsi considéré comme notre plus ancien témoignage de sensibilité esthétique dans la mesure où, quoique produit par la nature et non relevant d'un artefact, il a été retrouvé très loin de son lieu de formation géologique, dans la grotte d'un australopithèque, qui y aura peut-être reconnu la forme prégnante d'un visage¹. Lorsque je découvre un tel objet, les contrastes des traits présentés par le galet font vibrer quelque chose en moi, qui me fait accentuer certains contrastes que j'identifie comme proprement « humains », renforçant certaines relationalités complexes qui traversent les millénaires et les continents. On comprend du même coup la fragilité de ces contrastes et de ces effets de résonance : la découverte émerveillée que je fais sur une plage en 2017 peut très bien n'être qu'une des répliques 3D du galet de Makapansgat réalisées par l'artiste intermédia Milan Mikuláščík (*figure 1.3*).

1. Sur les riches entrejeux entre visagèité et médialité, voir le travail en cours d'Alice Lenay, par exemple sur le site < vuvoyant.wordpress.com/ >.

On comprend qu'à la grande frustration des esprits trop étroitement positivistes une telle définition des media ne peut être qualifiée ni de vraie ni de fausse, et qu'elle est finalement assez peu discriminante. On ne peut ni vraiment la réfuter ni l'utiliser pour départager, parmi tous les objets du monde, ceux qui méritent d'être classés dans la catégorie des media, par opposition à ceux qui ne le mériteraient pas. Une telle définition sert à problématiser ce que font les media plutôt qu'à dire ce qu'ils sont. Elle fonctionne à la manière d'un calque nous invitant à voir un objet *comme* un medium. Ou, pour le dire autrement, l'exercice consistant à vouloir définir les media tire son intérêt principal de permettre le déploiement d'une multiplicité de définitions des média – toutes complémentaires, même si elles pourront paraître occasionnellement contradictoires entre elles. Loin de donner le dernier mot de ce que sont ou font les media, l'approche par les modulations de vibrations n'est qu'une façon parmi d'autres de (ne pas) définir les média – de problématiser leurs effets sans devoir les enfermer dans une essence.

Médiarchie : le pouvoir du milieu

Les définitions évoquées ci-dessus se sont progressivement éloignées de l'approche la plus commune des media, qui voit surtout en eux des canaux de communication. On est passé de media-prothèses, dont la vocation était de prolonger nos capacités sensorielles dans l'espace et le temps, à des media-environnements, dont la nature est de nous immerger dans un univers de vibrations et de résonances. Ce déplacement reflète un changement de perspective, plutôt qu'une évolution chronologique dans la théorie des media. Même si l'expression d'*ÉCOLOGIE DES MEDIA* semble être devenue très à la mode dans la première décennie du XXI^e siècle, Marshall McLuhan soulignait dès 1966 que « toute nouvelle technologie, toute extension ou toute amplification des facultés humaines, dès lors qu'elles s'incorporent sous forme matérielle, tendent à créer un nouvel environnement¹ ».

1. Marshall McLuhan, « The relation of environment to anti-environment » (1966), in Eric et Marshall McLuhan, *Media and Formal Cause*, Houston, NeoPoiesis Press, 2011, p. 12.

On peut donc considérer que, dès les premiers pas de la théorie des media, il y a eu deux approches qui se sont distinguées par le statut qu'elle reconnaissait à ces derniers.

Selon une première conception, largement dominante dans les sciences de la communication et de l'information¹, « nous nous situons, pour ainsi dire, à l'extérieur de nos media de communication, que nous utilisons pour communiquer avec les autres ». Selon la seconde conception, au contraire, nous devons nous considérer comme « situés à l'intérieur des structures symboliques que sont les media, c'est-à-dire que nous sommes "impliqués dans" les media dont nous nous servons pour communiquer² ». Cette implication tient à la fois aux contraintes matérielles qu'imposent nos appareils et réseaux de communication (comme les besoins d'alimentation électrique requis par nos ordinateurs) et aux conventions symboliques qui se trouvent historiquement liées aux usages de certains appareils (comme le code Morse pour le télégraphe) – avec les conséquences économiques, sociales et géopolitiques qui ne manquent pas de surdéterminer ces contraintes et ces conventions.

Cette implication – terme qui désigne étymologiquement le fait d'*être-plié-dans* – trouve sa forme la plus radicale dans l'affirmation qui ouvre le livre le plus célèbre de Friedrich Kittler : « Les media déterminent notre situation [*Medien bestimmen unsere Lage*]³. » Dire que nous sommes « dedans » et qu'ils constituent notre « environnement », c'est reconnaître le fait historique de la médialité, au

1. Patrick-Yves Badillo a tenté de combler le fossé entre ces deux traditions en dirigeant un recueil intitulé *Écologie des médias*, Bruxelles, Bruylant, 2008, dans lequel il rappelle qu'Abraham Moles parlait en 1971 d'« écologie de la communication », alors que Neil Postman parlait explicitement d'« écologie des media » dès 1968.

2. Casey Man Kong Lum, *Perspectives on Culture, Technology and Communication : The Media Ecology Tradition*, Cresskill, Hampton Press, 2006, p. 32. Voir aussi, pour une présentation de la tradition nord-américaine de l'écologie des media, Lance Strate, *Echoes and Reflections on Media Ecology as a Field of Study*, Cresskill, Hampton Press, 2006. Pour une approche de certaines pratiques artistiques en termes d'écologie des media, voir Matthew Fuller, *Media Ecologies : Materialist Energies in Art and Techno-culture*, Cambridge, MIT Press, 2005.

3. Friedrich Kittler, *Gramophone, Film, Typewriter* (1986). Une traduction française doit paraître en 2017 aux Presses du réel. En attendant, je citerai la pagination de la traduction anglaise, Palo Alto, Stanford University Press, 1999, p. xxxix.

sens défini par Sybille Krämer ci-dessus, à savoir qu'en régime de modernité (sinon de tout temps), *les media conditionnent nos perceptions, nos pensées et donc nos actions*. De même que nous respirons sous condition de la présence d'oxygène dans notre atmosphère et que nous survivons sous condition de la présence d'eau potable dans notre environnement, de même la plupart d'entre les Terriens de ce début de troisième millénaire voient le monde comme ils le voient sous condition de l'environnement perceptuel et idéologique dans lequel les immergent les media auxquels ils ont accès¹.

L'histoire même du mot «medium» semble d'ailleurs nous inviter à en développer une conception écologique. En latin, en effet, *medium* désigne le *MILIEU*, au triple sens étroitement solidaire d'intermédiaire, de moyen et d'environnement. Emmanuel Alloa a montré toute la puissance de la conception héritée d'Aristote du *medium* (issu du grec *metaxu*) comme milieu diaphane. «Pour que l'acte de vision puisse avoir lieu, un écart entre voyant et visible est nécessaire².» Dans le *De anima*, Aristote relève en effet que, «quand on pose un objet coloré directement sur l'œil, on ne voit rien du tout». Mais il souligne aussi le fait, davantage associé aujourd'hui à la diffusion du son, que «si l'espace était vide, nous ne verrions pas mieux, mais rien du tout»³. Avant d'être un appareil de transmission, le *medium* est un milieu – un entre-deux – nécessaire à ce que le visible et le voyant soient à la fois mis à distance et mis en contact. «Puissance du visible, le diaphane analysé dans le *De anima* indique la direction d'une authentique pensée de la médialité. Son axiome central se résumerait alors à l'assomption suivante : la médialité indique la capacité de pouvoir *prendre la forme* de quelque chose *sans l'être*⁴.»

1. Concevoir les media comme un milieu élémentaire, similaire à l'eau de la mer pour les dauphins, est au cœur des livres de John Durham Peters, *Into the Air: A History of the Idea of Communication*, Chicago, University of Chicago Press, 1999, et *The Marvelous Clouds: Towards a Philosophy of Elemental Media*, Chicago, University of Chicago Press, 2015.

2. Emmanuel Alloa, «Metaxu. Figures de la médialité chez Aristote», *Revue de métaphysique et de morale*, n° 62, 2009, p. 255.

3. Aristote, *De Anima*, II, 11, 419a 12-14 et 20.

4. E. Alloa, «Metaxu», art. cité, p. 261.

En retraçant la genèse sinueuse du concept de media, John Guillory montre comment le terme s'est peu à peu autonomisé de sa référence latine¹. Après avoir rapporté une citation où Francis Bacon, en 1605, parle de cogitations « exprimées par le moyen des mots [*by the medium of words*] », il signale un passage particulièrement suggestif de l'*Essai sur l'entendement humain* de John Locke, où le mot apparaît dans un sens qui reste très précisément au milieu du gué entre son acception latine et son acception moderne, laquelle date de la fin du XIX^e siècle :

[les mots] s'interposent de telle manière entre notre esprit et la vérité que l'entendement veut contempler et comprendre que, semblables au milieu par où passent les rayons des objets visibles [*like the medium through which visible objects pass*], ils répandent souvent des nuages [*a mist*] sur nos yeux et imposent à notre entendement par le moyen de ce qu'ils ont d'obscur et de confus².

Dans ce passage du troisième livre de son ouvrage qui a si profondément marqué la pensée moderne, Locke déplore l'« imperfection des mots », à savoir les opacités qu'ils « interposent entre » l'entendement de notre esprit et la vérité des choses. C'est dans ce contexte qu'ils sont comparés à un medium/milieu à travers lequel passe la lumière, c'est-à-dire à un *metaxu*, semblable au brouillard qui fait écran devant les phares d'une voiture ou à la fumée des cigarettes sur laquelle les projecteurs faisaient jadis jouer la lumière lors des concerts de rock. Comme chez Aristote, le medium est ici un milieu diaphane rendu visible. Ce qu'on lui reproche, c'est justement de n'être pas pleinement transparent, d'apparaître comme intermédiaire au lieu de rester invisible pour s'effacer devant ce que l'on cherche à voir à travers lui. Entre le début et la fin du XVII^e siècle, la langue anglaise parle donc de medium à la fois pour désigner un *moyen* par lequel on exprime ses pensées et un *milieu* qui génère des effets

1. John Guillory, « Genesis of the media concept », *Critical Inquiry*, vol. 36, n° 2, 2010, p. 321-362. Pour l'enquête la plus large sur l'histoire du concept et de terme de medium, voir Stefan Hoffmann, *Geschichte des Medienbegriffs*, Hamburg, Felix Meiner Verlag, 2002.

2. John Locke, *Essai philosophique concernant l'entendement humain*, La Haye, Husson, 1714 [1689], livre III, chap. IX, § 21, p. 614.

de diffraction dans la communication desdites pensées. L'intermédiaire, censé rester transparent, apparaît comme medium à partir du moment où l'on en dénonce l'opacité, l'interposition gênante entre ceux qui voient et ce qu'il y a à voir.

C'est en pleine continuité avec cette longue tradition que Bruno Latour oppose aujourd'hui deux polarités entre lesquelles sont à situer tous nos media¹. À un extrême, la plupart des théories de la communication rêvent d'un medium qui serait un *INTERMÉDIAIRE* parfaitement transparent, qui «transmettrait sans transformer» le moins du monde ce qui passe à travers lui. On peut en prendre comme modèle un câble USB: le plus souvent, toutes les informations qui sortent de l'ordinateur rentrent dans le vidéoprojecteur, sans qu'il y ait perte ou altération visible des données. Ce que Locke reproche à l'imperfection des mots existants, c'est de ne pas être de parfaits intermédiaires, des moyens transparents pour exprimer la pensée et décrire la vérité. À l'autre extrême, Bruno Latour parle de *MÉDIATEUR* pour désigner le pôle de la communication où l'on ne peut transmettre qu'en transformant. Le médiateur intervient généralement dans une situation de conflit, où les belligérants s'envoient des bombes en guise de messages. Il doit donc non seulement transformer les messages pour les traduire d'une langue à l'autre, mais il doit savoir au besoin mentir un peu, ou tordre discrètement la vérité, pour amener les ennemis à la table de négociation, puis vers un accord de paix.

Tout medium se situe quelque part «au milieu», entre ces deux pôles que sont le câble USB et le diplomate – plus ou moins proche de l'un ou l'autre extrême. Il y a bien sûr des médiateurs non humains (algorithmiques), de même que certains bons petits soldats se comportent presque comme des intermédiaires. Tous les media tenant à la fois, en proportion toujours diverse, de l'intermédiaire et du médiateur, on peut utiliser le terme d'*INTERMÉDIATEUR* pour désigner leur statut hybride. Ils sont toujours un peu humains, puisque les technologies émanent de projets intentionnels, mais aussi toujours un peu plus qu'humains, puisque les appareils tendent à imposer des automatismes excédant les intentions de leur auteur et de leurs

1. Voir par exemple Bruno Latour, «Les médias sont-ils un mode d'existence?», *INA Global*, n° 2, 2014, p. 146-157.

usagers. En tant que médiateurs, ils ne peuvent pas éviter de transformer ce qu'ils transportent, puisqu'ils sont forcés d'en sélectionner seulement certains aspects, mais ils ne peuvent le transformer qu'en en transportant quelque chose, qui ne fait que les traverser en tant qu'intermédiaires.

C'est peut-être dans la lecture proposée par Antonio Somaini de la notion de *medium* chez Walter Benjamin qu'on trouve le résumé le plus riche des points discutés dans ce chapitre. L'étude des *media* y est redéfinie comme l'analyse « des différentes articulations matérielles et techniques de l'environnement, du milieu, de l'atmosphère, de l'*Umwelt* dans lequel a lieu la perception¹ ». Cette approche distingue trois termes. Ce que Benjamin appelle *APPARAT* désigne les *media* en tant qu'appareillages techniques auxquels sera consacré le chapitre 4 ci-dessous (appareil photo, microphone et haut-parleur, caméra et projecteur). Ces appareils articulent notre perception du monde en instaurant de nouveaux circuits matériels de transmission, d'enregistrement et de traitement des données sensibles. Alors que les *Apparate* agissent sur notre perception à travers des agencements extérieurs à notre corps propre, ce que Benjamin appelle *PRÄPARAT*, dont le modèle est pour lui le hachich, conditionne notre perception par des altérations chimiques opérant depuis l'intérieur de notre système nerveux. À notre époque, où les ventes de Ritaline et autres substances destinées à soigner nos troubles attentionnels ont triplé au cours des dix dernières années, inclure les *Präparate* dans nos théorisations de la médiarchie relève d'une nécessité incontournable. On peut même élargir la portée de ce terme pour y accueillir toutes les formes de « préparations » (athlétiques, ascétiques) dont les multiples techniques du corps théorisées par Marcel Mauss peuvent augmenter nos capacités physiologiques et mentales.

Ce que Benjamin appelle plus spécifiquement *MEDIUM* (orthographié ici en italiques, sans accent et avec majuscule), en conformité avec les usages communs du terme dans l'Allemagne des années 1920-1930, se situe précisément à mi-chemin, « au milieu », entre les *Apparate* et les *Präparate*. Ce terme – qui mérite dès lors d'être

1. Antonio Somaini, « Walter Benjamin's media theory: the *Medium* and the *Apparat* », *Grey Room*, n° 62, 2016, p. 8.

orthographié en italiques et avec une majuscule, pour marquer son origine allemande – désigne *le milieu de perception au sein duquel agit un sujet*, tel qu’il est conditionné par certains dispositifs techniques et par certains dispositions corporelles (plus ou moins artificielles).

Antonio Somaini a parfaitement raison de mettre cette conception esthétique du *Medium* en résonance avec la conception écologique que propose dans les mêmes années 1920-1930 le biologiste Jakob von Uexküll, au titre d’un *Umwelt* (monde extérieur, environnement) indissociable de l’*Innenwelt* (intérieurité mentale) qui s’y constitue¹. Uexküll fournit deux termes précieux qui permettent de préciser ce qui s’articule au sein de ce milieu perceptif qu’est le *Medium* benjaminien. Tout autant que sur des ajustements constamment opérés entre nos mondes extérieur et intérieur, notre existence repose sur la constitution parallèle de deux faces strictement complémentaires de notre expérience. D’un côté, nous aménageons autour de nous un *WIRKWELT* – un monde d’actions qui nous permettent d’esquiver les dangers et de profiter des opportunités dont est porteur notre environnement. D’un autre côté, nous nous repérons au sein de cet environnement en élaborant un *MERKWELT* – un monde de signaux auxquels nous rendre attentifs pour éviter les douleurs et atteindre quelques plaisirs. Dans l’exemple fameux (parce que simplissime) du monde perceptif de la tique perchée sur son brin d’herbe, ce *Merkwelt* consiste uniquement à remarquer (*merken 1*) le passage sous le brin d’herbe d’un mammifère, sur lequel l’insecte se laisse tomber (*werken 1*), et où il doit alors repérer la peau (*merken 2*), dans laquelle il pourra planter ses crocs pour s’abreuver de son sang (*werken 2*).

De la simplicité du monde de la tique à la complexité de notre monde de TIC, nos vies individuelles et collectives reposent sur le même ajustement constant de notre *Merkwelt*, élaboré par nos efforts d’attention, à notre *Wirkwelt*, transformé par nos tentatives d’actions. Le *Medium* benjaminien, en tant que milieu de perception et

1. Jakob von Uexküll, *Mondes animaux et monde humain*, Paris, Denoël, 1965 [1956], p. 14. Pour une belle analyse des théories d’Uexküll en termes de media, voir Jussi Parikka, *Insect Media: An Archaeology of Animals and Technology*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2010, p. 65-72.

d'expérience, offre l'espace propre de ce travail d'ajustement, conditionné à la fois par les artifices de nos *Präparate* et par les complications de nos *Apparate*.

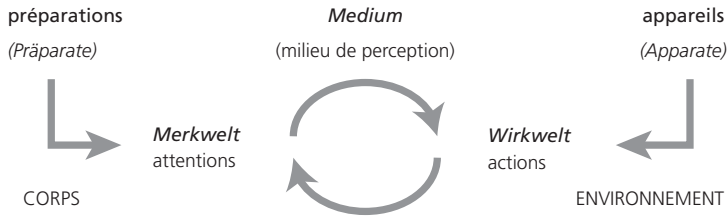


Figure 1.4 : La conception du *Medium* comme milieu de perception

C'est précisément ce milieu de conditionnements croisés qu'essaieront de cartographier les chapitres de ce livre. La *MÉDIARCHIE*, c'est le pouvoir premier, originaire, du *medium* (entendu comme moyen de communication) sur ceux qui croient s'en servir au sein d'un milieu de perception qu'en réalité ce *medium* conditionne. Nous vivons en *médiarchie* dès lors que nos appareils de communication structurent de l'intérieur nos dispositions attentionnelles (*Merkwelt*), et donc nos capacités d'orientation, en organisant nos milieux d'action (*Wirkwelt*) d'une façon qui excède toujours un peu notre contrôle intentionnel.