

Sur Médiarchie d'Yves Citton

On Médiarchie by Yves Citton

Bernard Miège



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12548>

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2018

Pagination : 287-297

ISBN : 978-2-8143-0519-9

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Bernard Miège, « Sur Médiarchie d'Yves Citton », *Questions de communication* [En ligne], 33 | 2018, mis en ligne le 25 juillet 2018, consulté le 24 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12548>

Tous droits réservés

BERNARD MIÈGE

Groupe de recherche sur les enjeux de la communication

Université Grenoble Alpes

F-38000

Bernard.Miege@univ-grenoble-alpes.fr

SUR MÉDIARCHIE D'YVES CITTON

Résumé. — Conduit du point de vue des sciences de l'information et de la communication, cet article se veut une discussion critique en profondeur d'un ouvrage paru en 2017, et qui, dans le contexte complexe et controversé de l'avènement des médias sociaux et de l'implantation perturbante des réseaux sociaux-numériques, entend repenser la question des médias. Sont d'abord discutés les concepts centraux sur lesquels s'appuie l'ouvrage et particulièrement : media, médialité et médiarchie, ainsi que leur relation avec des penseurs considérés comme des « fondateurs » au cours de la dernière partie du ^{xx}e siècle, mais surtout leur filiation directe avec un courant théorique peu diffusé dans l'espace francophone : l'archéologie des media. Ensuite, sont mises en évidence les carences méthodologiques de cette approche, tant historiques que communicationnelles ou socio-économiques. On peut considérer cette démarche réflexive comme une contribution à la prise de distance avec une notion aussi peu fondée que celle d'humanités numériques.

Mots clés. — archéologie des media, histoire des médias, media, médias, méthodologies de recherche, numérique, sciences de l'information et de la communication

La nouvelle rubrique « Focus » propose une lecture approfondie d'une œuvre récente, ici *Médiarchie* d'Yves Citton, et d'une œuvre plus ancienne, *La Raison graphique* de Jack Goody.

« Notice critique », ou « note critique » ou « note de lecture » ou encore « *book review* », cette rubrique a fait sa place dans les revues de sciences humaines et sociales, sans pour autant que sa fonction soit clairement fixée : entre le simple compte rendu ou la discussion théorique approfondie, s'échelonnent toute une série de modalités intermédiaires, laissées plus souvent au choix des auteurs de ces notices que dépendantes de la politique éditoriale des revues. Pour ma part, s'il m'est arrivé à intervalles plus ou moins réguliers de publier des notices, celles-ci se retrouvaient généralement du côté des discussions critiques ; il s'agissait surtout de textes critiques, appuyés sur une argumentation aussi développée que possible et non de recensions polémiques (pour autant que je puisse en juger) ; et ce, parce qu'engagé avec d'autres dans l'édification d'une discipline, sur un plan autant épistémologique qu'institutionnel, il m'apparaissait nécessaire de cibler des auteurs et des travaux qui faisaient écran à cette construction intellectuelle. Puisque la revue *Questions de communication*, obligeamment, me donne la possibilité de chroniquer l'ouvrage cité en exergue et paru dans une collection de sciences humaines soucieuse d'interdisciplinarité (comptant à son catalogue des auteurs comme Paul Ricoeur, Abdelwahab Meddeb, Francisco Varela et Alain Touraine), en m'offrant même un espace dépassant les normes habituelles, j'ai repris la balle au bond et, me plaçant sur le terrain de la discussion théorique argumentée, je vais tenter d'expliquer ce que sont mes points de désaccord qui s'avèrent plus nombreux et plus décisifs que mes points d'accord (parmi ceux-ci je citerai ce que l'auteur appelle le « soin des médiations »). Ce faisant, en tant que chercheur (en sciences de l'information et de la communication – SIC), je me place délibérément du côté de l'activité réflexive, essentielle en effet à l'avancée des connaissances dans tout champ du savoir, essentielle mais à condition qu'on lui adjoigne d'autres modes de production de connaissances : par exemple des élaborations théoriques résultant de l'application de méthodologies de recherche appropriées sur des corpus empiriques, et bien d'autres approches reconnues pour scientifiques. En d'autres termes, l'activité réflexive est à elle seule insuffisante et source d'incomplétude, ayant le plus souvent du mal à se démarquer des écrits des experts, des publicistes ou des journalistes spécialisés.

Il est cependant une autre motivation à ma démarche critique : à la lecture de *Médiarchie*, j'ai cru progressivement, et surtout dans la dernière partie, y trouver comme une tentative de formalisation de perceptions et de représentations assez largement répandues dans des cercles spécialisés, actifs et fortement intéressés par tout ce qui touche au développement du numérique, et même au-delà de ces cercles auprès de consommateurs-usagers des techniques numériques. Professionnels et usagers du numérique me sont apparus comme les cibles premières de l'ouvrage, et l'auteur ne dissimule pas ses objectifs principaux dans les trois derniers chapitres :

« Qu'est-ce que cette numérisation fait à nos médiarchies ? Quelles transformations faut-il y repérer ou en attendre ? Quels espoirs et quelles craintes peut-elle susciter ? [...] Le premier [chapitre] tentera de caractériser très sommairement les aspects les plus novateurs de la passe numérique [distincte radicalement des anciens médias]. Le suivant essaiera de faire apparaître quelques-unes des structures

qui régissent la médiarchie numérique de l'intérieur [...]. Le dernier passera en revue certaines pratiques et certaines attitudes porteuses de transformations possibles » (Citton, 2017 : 291-292).

Ainsi, dans cet ouvrage, Yves Citton entend-il non seulement donner des clés de lecture et de compréhension conceptuelles du devenir des médias à la supposée « ère numérique », mais il ne s'interdit pas de tracer des perspectives d'accompagnement et de prolongement par les acteurs sociaux eux-mêmes (je reviendrai sur ce qu'il qualifie de médianarchisme et de médiartivisme). Et c'est bien ainsi que son livre, sorti au milieu de 2017, a été interprété et compris par les journalistes qui l'ont interviewé.

Avant de passer à l'analyse de l'ouvrage, encore convient-il de donner quelques brèves indications d'ordre biographique sur la trajectoire d'Yves Citton. Éric Loret (2017), journaliste au *Monde* qui rend compte de son ouvrage, le qualifie comme suit :

« Il est passé de la littérature du XVIII^e siècle à l'économie de l'attention et, de là, aux "envoûtements médiatiques" [...] avant d'être professeur de littérature à l'université de Grenoble-Alpes [donc de 2003 à 2017] et, depuis cette rentrée [de septembre 2017], professeur de "littérature et media" à Paris-VIII-Saint-Denis ».

On apportera trois autres précisions : spécialiste du XVIII^e siècle, il s'est également intéressé à Montaigne, à Spinoza (dans la France des Lumières) et à Stendhal ; le livre collectif qu'il a dirigé sur l'économie de l'attention (Citton, 2014) portait sur l'émergence d'une nouvelle économie, nouvel horizon du capitalisme, où l'attention devenait la principale rareté, supplantant les échanges de biens matériels (cette proposition faisait suite à sa lecture littéraire de la physiocratie) ; cofondateur de la revue *Multitudes*, il se veut pourtant plus pragmatique que politique. Et pour l'avoir côtoyé pendant plusieurs années dans la même université (nous appartenions cependant à des départements différents et éloignés géographiquement) et pour avoir pris part à des séminaires dont il était l'organisateur (il ne me semble pas que l'inverse se soit produit), j'ai gardé le souvenir que mes questionnements (par exemple sur la question des médias) sont restés sans réponses, en dépit de sa courtoisie. Ce dialogue scientifique défailant trouve dans le présent ouvrage son explicitation ; au terme de cette chronique, la démarche d'Yves Citton apparaîtra davantage comme le travail personnel d'un intellectuel intéressé à l'importation des réflexions propres à l'« archéologie des media » que comme celui d'un chercheur intéressé par une approche interdisciplinaire. On y trouvera également des relents d'un dialogue manqué et rarement approfondi avec les études littéraires qui furent pourtant, en France du moins, souvent à l'origine des premières filières d'information et communication, mais non sans incompréhensions et conflits ouverts jamais refermés (sur ce point voir les travaux de Jean-François Tétu [2002]).

Des sources multiples, mais plus juxtaposées que mises en cohérence

Dans l'ouvrage d'Yves Citton, ce qui frappe c'est d'abord l'accumulation des références (plus de 500, ce qui est considérable dans un texte de dimension

moyenne avec 14 chapitres et un certain nombre d'interludes ayant pour but d'illustrer ou de compléter l'argumentation des chapitres). Mais dans leur majorité, ces références ne sont pas mises à profit et visent seulement à montrer que l'auteur les connaît, plus qu'il ne les a utilisées. En revanche, un certain nombre d'auteurs semblent essentiels à sa démonstration, et ils sont souvent cités et semblent réellement pour l'auteur des sources d'inspiration ; le principal est Marshall McLuhan (qualifié de « père fondateur »), et dans une moindre mesure Jean Baudrillard, Guy Debord, Gilles Deleuze et Pierre Lévy :

« Les media [...] étirent les capacités sensorielles des êtres humains, dans le temps et dans l'espace. [Pour Marshall McLuhan, ils] sont des "prolongements de l'humain" [...] 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 planète » (Citton, 2017 : 38).

Jean Baudrillard, ayant l'impression de participer à une vibration commune avec les médias : « Nous ne sommes qu'épisodiquement conducteurs de sens, pour l'essentiel nous *faisons masse* en profondeur, vivant la plupart du temps sur un mode panique ou aléatoire, en deçà ou au-delà du sens » (cité par Citton, 2017 : 129).

Guy Debord : « Une version plus radicale donne toutefois à la publicité un statut plus hégémonique et structurant au sein du complexe médiatique. À la suite des aphorismes de Guy Debord, des artistes comme Richard Serra et des économistes comme Dallas W. Smythe [la relation ici, est improbable] ont dès le début des années 1970 dénoncé l'ensemble des médias de masse comme un vaste appareil social d'endoctrinement consumériste, au sein duquel la fonction publicitaire joue un rôle clairement dominant » (*ibid.* : 159).

Gilles Deleuze : « Les réalités sociopolitiques de nos innovations technologiques contemporaines nous font plutôt voir ce que Deleuze et Guattari appelaient des « agencements machiniques » – à savoir des structures d'accouplement humain-machine au sein desquelles le capitalisme se sert des individus au moins autant que ceux-ci se servent des machines » (*ibid.* : 113).

Pierre Lévy : « Nos programmations médiées par ordinateurs génèrent des *modèles* dont la force de reconfiguration de nos réalités et de nos comportements à venir demeure encore largement impensée et impensable – selon la puissance propre de ce que Pierre Lévy analysait très bien dès 1995 sous la catégorie du "virtuel" » (*ibid.* : 225).

Des rapprochements avec la médiologie sont effectués à plusieurs reprises, mais non sans indiquer une différence :

« 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 Bougnoux, Régis Debray et Louise Merzeau » (*ibid.* : 30).

Mais d'une façon générale, les philosophes, parmi lesquels il ne faut pas oublier Bernard Stiegler, et les spécialistes de sciences humaines emportent nettement la préférence par rapport aux spécialistes de sciences sociales, le principal de ces derniers étant Niklas Luhmann pour sa théorie de l'autoréférentialité des médias de masse.

On saura gré à Yves Citton d'avoir largement puisé dans les productions d'auteurs non francophones, philosophes de la technique comme Günther Anders, ou des technologies de l'image tel Vilém Flusser, mais surtout spécialistes de culture médiatique numérique à l'image de Karen Barad, de Wendy Hui Kyong Chun, Jussi Parikka ou de Siegfried Zielinski, ainsi que d'un théoricien de la littérature et des médias comme Friedrich Kittler ; s'il les met souvent longuement à contribution, c'est parce qu'il partage nombre de leurs propositions théoriques, et qu'ils sont des représentants d'un courant disciplinaire dont on reparlera, à savoir l'archéologie des media.

Si avec les premiers auteurs cités (Marshall McLuhan, Jean Baudrillard, Guy Debord, Gilles Deleuze, Pierre Lévy, les médiologues), le lecteur pouvait non sans raison avoir l'impression de retrouver des débats qui étaient déjà intervenus dans la dernière partie du *xx^e* siècle à propos des médias et des médiations médiatisées, ce n'est évidemment pas le cas avec les derniers, non pas tant parce qu'ils seraient peu connus des chercheurs francophones (ce qui n'est pas contestable et à cet égard l'entreprise d'Yves Citton comble un vide dans la diffusion de pensées peu connues en langue française et qui commencent seulement à être accessibles), mais surtout parce qu'à leur manière, différente, ils interviennent sur le terrain très actuel des médias numériques, même si c'est dans le prolongement de travaux sur les médias antérieurement développés. Ce constat est essentiel, et il est difficile à percevoir tout au long du livre tant les approches sont mêlées, mixées même, mais on ne peut faire le reproche à Yves Citton comme à d'autres auteurs contemporains de se positionner uniquement dans le temps court ; il y aurait d'ailleurs là comme une incongruité vis-à-vis d'un professeur en « littérature et media ».

Des apports conceptuels critiquables

L'examen des principales sources reprises, et parfois abondamment, par Yves Citton dans son ouvrage, a déjà permis de pénétrer dans l'univers théorique de l'auteur et d'esquisser quelques interrogations. Il nous faut maintenant aller au cœur de l'argumentation de l'auteur, en reprenant successivement les éléments clé de cette argumentation, mais dans un ordre ne suivant pas le texte, pour une raison qui apparaîtra progressivement.

Media or not médias ?

En bon historien de la littérature, Yves Citton emploie le terme *media* dans la majeure partie de son ouvrage, sauf au tout début (vis-à-vis des associations de critique des médias et des... SIC), dans la deuxième partie et dans la prière d'insérer. Ce n'est pas tant qu'il ignore que le substantif *média(s)* est d'un usage reconnu depuis plus de trois décennies, mais c'est qu'il entend voir différemment, faire autre chose comme il l'écrit, et quoiqu'il s'en prémunisse faire mieux, voire de plus haut en embrassant

l'ensemble du champ des médias (aujourd'hui complexe et fort différencié) avec un regard qu'il considère comme critique, en prenant argument sur des travaux développés dans les mondes anglo-saxons et germaniques, et en refusant autant les actions militantes dénonciatrices que les travaux empirico-théoriques menés dans le cadre universitaire. On peut évidemment lui répondre que la critique traverse également les travaux universitaires, que les mondes anglo-saxons ou germaniques sont également divisés par les mêmes tendances (et quelques autres), et qu'en revenir à Marshall McLuhan tenu pour un inspirateur théorique principal, en ce qu'il a proposé : « *Une tentative d'élaborer une vision contre-intuitive, aidant à percevoir (ainsi qu'à concevoir) une dimension inhabituelle de nos réalités [de façon] 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* » (Citton, 2017 : 28-29) est peu innovant.

Très clairement, en ouvrant largement le domaine médiatique et en l'abordant (doit-on écrire de façon surplombante) dans sa globalité, il s'interdit d'appréhender les médias, de masse ou non, dans leur complexité et leur diversité, il feint d'ignorer les tentatives visant à les définir et à les préciser, pour s'en remettre à une approche littéraire-culturelle. Et, de fait, l'ensemble de son livre est traversé par une vision que l'on peut qualifier de « liquidatrice » des médias de masse, qu'il partage avec des publicistes promoteurs des nouveaux médias et de la culture de la convergence, dont Henry Jenkins à qui il donne expressément son approbation et avec qui il tend à exemplarifier l'internet et les techniques numériques (« Les possibilités de communication bidirectionnelle ré-instaurées grâce à Internet, après le long tunnel de diffusion unidirectionnelle, caractéristique des médias dominants du XX^e siècle, ont effectivement multiplié les niches de diversité, permettant aux voix les plus marginales de s'exposer à une visibilité potentielle ») (*ibid.* : 148). Comme si on pouvait en rester présentement à cette opposition binaire !

Médialité

C'est ensuite vers ce concept peu usité et les analyses de l'historien américain Marshall T. Poe qu'il se tourne pour en préciser les attributs : accessibilité, confidentialité, fidélité, volume, vélocité, portée, persistance, explorabilité. Le tableau qu'il en donne, avec notamment les effets en relation avec ces attributs ainsi que leur combinatoire ; besoin (!) humain, pratiques sociales, et valeurs culturelles, ne déparerait pas dans un ouvrage de sociologie fonctionnaliste. Toutefois, cette médialité s'est imposée à partir de la dernière partie du XIX^e siècle par l'entremise de toute une série d'appareillages successifs qu'il décrit ; elle s'est même amplifiée et massifiée. Ici, Yves Citton se revendique « archéologue des media ». Cette archéologie des media, en vogue depuis quelques années et en particulier outre-Rhin, se caractérise par une approche davantage philosophique et littéraire que socio-historique et communicationnelle, cherchant à relier techniques médiatiques passées et sensibilités, affects et esthétiques de ces objets. De ce fait, Yves Citton

affirme que l'émergence des médias de masse s'est réalisée au détriment des médias occultes, dont le but était d'assurer la médiation de ce qui est inaccessible aux sens ou de faire accéder à des angles morts ou à des points aveugles ; les médias occultes, écrit-il, ont subi une véritable excommunication « nullement propre aux seuls genres du fantastique ou de l'horreur » (*ibid.* : 263). En effet, on reconnaîtra là une proposition de l'archéologie des médias. Mais c'est ce qui lui permet également de mettre l'accent sur le rôle fondamental de Marshall McLuhan, lequel insiste à la fois sur le fait que les médias façonnent une perception commune et redimensionnent notre rapport au temps et à l'espace. C'est aussi ce qui va justifier la recherche d'un effet global des médias historiques du siècle précédent, ce qui le conduit à s'intéresser, avec de timides réserves, à la prophétie du « monde comme fantôme » émanant de Günther Anders, autrement dit la zombification croissante de chaque nouvelle génération :

« Il n'est certes pas démontré que les nouveaux médias successivement répandus au cours du siècle [dernier] aient été les principaux responsables de ce bilan calamiteux. Mais un ouvrage consacré à la médiarchie serait bien mal placé pour disculper trop rapidement nos dispositifs de médialité de leur responsabilité dans nos catastrophes de socialité » (*ibid.* : 282).

Il s'agit là d'une esquivé, assurément peu convaincante à ce niveau de généralité.

Médiarchie(s)

Le livre porte ce titre au singulier, mais il aurait tout aussi bien être intitulé : *Médialité*. Il est vrai que le terme « médiarchie » est beaucoup plus fréquemment employé et que, pour l'auteur, il a sans doute un pouvoir de conviction supérieur. Mais comment le définit-il ?

« Nos [sic] médiarchies doivent donc être comprises comme des régimes de pouvoir au sein desquels les médias sont des vecteurs d'affections opérant ponctuellement comme des catalyseurs d'affects. En tant qu'agents politiques individuels, nous sommes mus, émus, mobilisés par les affections qui atteignent nos sens depuis le monde extérieur. En tant que sujets sociaux, nous sommes emportés par les mouvements collectifs d'imitation et d'opposition des affects qui structurent nos communautés. En tant que vecteurs d'affections et en tant que catalyseurs d'affects, les médias sont tout à la fois à la source, au cœur et à l'horizon de ce qui fait politique parmi nous » (*ibid.* : 97).

Convenons que l'horizon est plus vaste que le/la politique et inclut des faits de société et des composantes d'ordre culturel ainsi que des conceptions psychomenteales. Dans l'approche d'Yves Citton, les affects et les affections sont centraux et même exclusifs. Où sont les opinions, les représentations (qui certes peuvent être mentales mais sont tout autant socialisées), ainsi que les pratiques sociales dont bien des travaux de sociologues ou de politistes ont montré que, pour partie, elles sont au principe de nos actions individuelles (voir parmi d'autres Bernard Lahire) ? Chez l'auteur de *Médiarchie*, tout tourne autour des affects et des émotions (et à partir de là des hallucinations, des hantises et des fantasmagories) d'une part, des appareillages techniques reconfigurant les temporalités et les agentivités, terminologie préférée

à actions humaines-sociales (depuis Athanasius Kircher, puis le premier télégraphe jusqu'aux techniques numériques) d'autre part. La caractérisation des médiarchies comme des relations de pouvoir était une proposition engageante mais en la restreignant finalement au couple affects/appareillages, le livre ne peut en donner qu'une approche simplificatrice, mutilée même. D'autres éléments, signalés ci-après, viendront en complément de cette critique première.

Une archéologie des media principalement a-historique

On ne peut faire grief à Yves Citton, comme à beaucoup d'autres analystes et observateurs contemporains, de limiter son approche des médias à ce qu'il est convenu de désigner comme une « ère numérique » ; les éléments sur lesquels il s'appuie ont pour origine le milieu du XVIII^e siècle et s'échelonnent dès lors sur deux siècles et demi. Pourtant, ce serait une erreur de considérer que ces constats successifs suffisent à inscrire les médias envisagés dans l'histoire des sociétés, et donc des actions sociales et humaines : dans la vie de travail des hommes, dans la sphère domestique, dans la sphère publique et politique, dans les conflits internationaux, etc., de tout cela il n'est pratiquement pas question. Les médias (et encore pas tous comme on va le voir) n'ont de relations qu'avec des hommes abstraits, génériques en quelque sorte. Il est ainsi amené à distinguer quatre phases, également qualifiées de périodes (Citton, 2017 : 268 sq.), mais ce parce qu'elles « permettent de mieux identifier les strates dont se constituent nos angoisses actuelles sur les méfaits des jeux vidéo, des réseaux sociaux et du numérique ubiquitaire ». La première, allant de 1840 à 1880, est dominée par la technologie du télégraphe ; la seconde, allant de 1880 à 1920, correspond à la communication sans fil, et aux pratiques de la radio amateurs ; la troisième de 1920 à 1960 installe le *corporate broadcasting* : la diffusion centralisée de programmes imposés d'en haut ; et la quatrième, de 1960 à 2000, est celle de la colonisation télévisuelle des ménages. Ce n'est pas tant cette catégorisation approximative et réellement peu rigoureuse qui est discutable, mais c'est tout ce qu'elle laisse de côté, et qui se trouve pourtant être au cœur du fonctionnement des sociétés et de la vie des hommes, dans leur grande diversité mais de manière de plus en plus prégnante. À quoi s'intéresse centralement cette archéologie des media ? Yves Citton s'en explique : « C'est surtout une autre façon d'approcher dans le long terme la matérialité physique des modes de communication [...]. C'est dans le fonctionnement matériel, généralement caché, des appareils qu'il convient d'aller chercher la raison des qualités occultes qui en émanent » (*ibid.* : 194). Si son insistance sur la nécessité de regarder du côté de la matérialité des appareillages est effectivement à prendre en considération, ce n'est assurément pas dans les seules perspectives indiquées dans cet ouvrage ; et depuis Raymond Williams et ses travaux sur la télévision, c'est une orientation largement partagée dans les études de communication. Et donc, comment ne pas y voir un aveuglement volontaire de l'auteur sur la production scientifique concernant son objet ?

Des media confinés aux médias audiovisuels et numériques

La médiarchie envisagée depuis plus de deux siècles ne laisse aucune place à l'information, et particulièrement à l'information de presse, ainsi qu'aux industries culturelles (édition de livres, musique enregistrée, cinéma, programmes télévisuels, spectacles industrialisés, etc.). Seuls les jeux vidéo sont cités, rapidement et sans aménité. Ce repliement sur les seules techniques audiovisuelles et numériques, ne laisse pas d'étonner de la part d'un spécialiste du XVIII^e siècle. Ce raccourci humanités classiques – humanités numériques laisse ainsi dans l'ombre les enjeux fondamentaux de l'essor des cultures populaires en lien avec les technicisations médiatiques successives. Si on le retrouve chez nombre d'experts, de technologues ou de publicistes, et par irrigation chez diverses catégories d'utilisateurs-consommateurs, les approches généralistes des médias ne font plus l'économie de cette vision que nous qualifierons en première approximation de systémique, tant les interactions sont nombreuses, les influences réciproques et les dominations significatives. Point besoin d'insister :

Des carences méthodologiques et un penchant peu maîtrisé (conceptuellement et stratégiquement) pour la numérisation

L'ouvrage *Médiarchie* est avant tout la production d'un penseur (ce que d'ailleurs Yves Citton n'hésite pas à revendiquer en certaines circonstances) puisant à des sources que l'on peut aisément identifier, d'abord un certain nombre de penseurs actifs sur la scène des idées dans la dernière partie du XX^e siècle, et ensuite plus particulièrement un courant disciplinaire se présentant sous l'appellation d'archéologie des media, et se donnant pour objectif de « revisiter le contemporain [de ce kaléidoscope que sont les media] avec un regard rafraîchi d'exotisme archaïque [en proposant] des *abstractions sensibles* (plis, strates, coupes, modulations, vibrations, résonances, zombies) » (Citton, 2017 : 20).

De là, peut être dressé le constat de carence de toute méthodologie de recherche affichée. On chercherait vainement un recours au traitement de matériaux historiques conséquents pour appuyer les analyses de long terme qu'il appelle de ses vœux. Et l'auteur se positionne explicitement « par contraste avec les généralisations sociologiques ou avec les catégorisations sémiologiques favorisées par les sciences françaises de la communication » (*ibid.*). Il précise même :

«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 » (*ibid.* : 27).

Si ces enquêtes documentent certains mécanismes précis, « [elles] donnent parfois l'impression de tourner en rond au sein de vérités difficilement contestables, mais finalement peu instructives » (*ibid.* : 28). Une caractérisation qui ne va pas sans perfidie ! Et qui repose sur des constats discutables : 1) en quoi se limite-t-elle à la recherche française ? ; 2) se vérifie-t-il que cette tradition de recherche remonte à plusieurs décennies alors que l'édification des sciences visées est somme toute bien plus récente, et n'allait pas de soi (et par exemple au sein des universités littéraires) ; 3) dans le domaine médiatique traversé par autant d'influences et aussi controversé, les résultats obtenus, *a priori* peu contestés par Yves Citton, sont-ils opposables s'ils ne sont pas confortés par des méthodologies de recherche précisées et reconnues au sein de la communauté scientifique concernée ? La posture intellectuelle généralisante d'Yves Citton le pousse à exclure d'emblée les travaux et résultats de plusieurs disciplines fortement impliquées sur son objet, fondant de fait sa pensée sur une absence de connaissances validées par des méthodologies reconnues et, comme il se doit, dans toute production scientifique, patiemment établies.

Les médiarchies, en tant que régime de pouvoir et vecteurs d'affections, se sont donc imposées par la domination des médias de masse, et pour expliquer celle-ci, il n'est que rarement fait référence aux stratégies économiques et politiques, et de rapports de domination relevant du capitalisme global ; de même, les Gafam (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) et les Natu (Netflix, Airbnb, Tesla, Uber) sont-elles quasiment absentes de la phase actuelle (une seule mention page 349, avec le Crédit Suisse et Goldman Sachs). En tout cas, présentement, il s'agit de « digitaliser la médiarchie » en place, et cela passe d'abord par la désintermédiation engagée, faut-il le signaler, par les géants du numérique, essentiellement *via* les plateformes. « Si le numérique paraît dissoudre la médialité en la faisant pénétrer dans tous les interstices de nos existences, il aide ainsi peut-être à faire apparaître ce qui a toujours été la nature profonde de toute médialité » (*ibid.* : 339) et qui remonte aux langues naturelles. Confiance donc dans les médialités nouvelles, autrement dit les médialités digitales, et cette confiance s'accompagne de propositions concrètes (voir notamment *ibid.* : 340-342) dont on doit mettre en doute les conditions réelles de possibilité. Ainsi, notre attention collective étant un bien commun,

« l'accès aux biens culturels (informations, connaissances, discours, spectacles, images, sons, récits, interprétations, etc.) en mode *pull* – caractérisé par le fait que le récepteur va chercher de son propre mouvement les documents là où ils se trouvent – doit en principe être libre et gratuit pour les individus et les associations à but non lucratif [et] financé par la collectivité dans le respect de la soutenabilité écologique des technologies de communication » (*ibid.* : 341).

Le financement en serait assuré par une redevance « sur le modèle esquissé par le *copyfarleft* [voir également p. 315] [qui] devrait être minimale pour ceux qui utilisent les biens culturels à des fins d'épanouissement personnel (créatif) ou de coopération sociale, et maximale pour ceux qui se les approprient à des fins de profit commercial » (*ibid.* : 341). Quant à la publicité, elle devrait faire l'objet d'une taxation lourde : « Une taxe initialement fixée à 30 % de toutes les dépenses affectées à des opérations de *push* rapporterait des sommes suffisantes pour développer de très nombreuses activités de création et de diffusion » (*ibid.* : 342). Est également prévue la reconnaissance juridique des *big data* comme biens communs,

en ce qu'ils contiennent des richesses d'information, et permettraient d'instaurer de nouveaux rapports économiques, en imposant aux grandes entreprises commerciales un devoir de transparence et d'accès ouvert (*ibid.* : 314, 316 et 342). Toutes mesures qui, à l'échelle nationale comme internationale, paraissent – dans un avenir prévisible – très largement hors de portée des revendications individuelles-sociales et des mouvements sociaux. Rien en tout cas ne permet d'inférer de l'argumentation conduite par Yves Citton qu'il doute de leur applicabilité à l'avenir. Et il ne se compte pas parmi ceux qui ont déjà « une attitude désillusionnée envers les promesses trahies (parce que naïves) de la "révolution numérique" » (*ibid.* : 344). Il marque sa confiance dans les actions qui « peuvent contribuer aujourd'hui à réorienter l'évolution de nos médiarchies numériques » (*ibid.*).

Au titre de ces actions, Yves Citton décrit longuement les différentes sortes de surprises et surprenances (opérationnelles, sensibles, interprétatives, médiatiques) émanant des *hackers* mais aussi les exploits de repentis comme Edward Snowden, ainsi que le piratage de données. Il ne manque pas d'y ajouter le « médiartivisme » et l'« art-activisme ». Mais on ne peut que se montrer surpris de le voir relier ces perspectives avec la théorie du virtuel et celle de l'intelligence collective mise en avant par Pierre Lévy dans la dernière décennie du siècle précédent. Il nous avait échappé – et c'est toujours le cas – que « la virtualisation est profondément médianarchiste », mais pas que « l'archéologie des media est anarchiste en acte » (*ibid.* : 381).

Ce que je retiens de cette discussion critique des thèses d'Yves Citton (que j'ai tenue à mener au plus près du texte de son livre publié en 2017), qui est publiée dans une revue de SIC, ce n'est pas tant de savoir si la thématique de l'« humanisme numérique » qui agite nombre d'universités à travers le monde au cours de ces dernières années est pertinente (à mon sens, elle ne l'est pas si on est intéressé prioritairement à des connaissances produites selon des méthodologies scientifiques reconnues), mais plutôt qu'il est essentiel de poursuivre une réflexion commune approfondie sur la contribution des technologies de l'information et de la communication numériques aux changements/mutations/révolutions des pratiques et des stratégies dans les sociétés contemporaines ; et cela en se démarquant effectivement des discours d'annonces ou des généralisations actuellement dominantes, ô combien encombrantes pour la compréhension des phénomènes en cours et entravant de fait l'avancée des résistances aux nouvelles dominations. À cette perspective exigeante mais dont on peut attendre qu'elle soit éclairante et en tout cas productive de connaissances, *Médiarchie* ajoute surtout du bruit et même de la confusion.

Références

- Citton Y., dir., 2014, *L'Économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?*, Paris, Éd. La Découverte.
- Citton Y., 2017, *Médiarchie*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Loret É., 2017, « Hackeur des médias », *Le Monde*, 13 oct. p. 10.
- Tétu J.-F., 2002, « Sur les origines littéraires des sciences de l'information et de la communication », pp. 71-93, in : Boure R., éd., *Les Origines des sciences de l'information et de la communication. Regards croisés*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion.