

**« Le média est le message »,
que retenir aujourd'hui de la théorie de la communication
de Marshall McLuhan ?**

Frédéric TEULON, Direction de la Recherche

La communication est l'un des symboles centraux de notre époque, elle est une discipline importante des études de commerce et un outil indispensable pour les managers (De Kerckhove, 2003). Elle a été étudiée notamment par Marshall McLuhan (1911-1980), sociologue et essayiste canadien de langue anglaise.

Fortement influencé par les travaux de G.K. Chesterton (*What's Wrong with the World ?*) McLuhan est l'auteur d'études portant sur les médias et la communication. Il se fait connaître avec la publication de *La Galaxie Gutenberg* (1962) ; *Pour comprendre les médias* (1964) ; *The medium is the message* (1967).

Spécialiste des mass média (livres, radio, télévision...), McLuhan défend la thèse selon laquelle une culture se caractérise principalement par les techniques qui permettent sa diffusion et sa reproduction. Ainsi *La Galaxie Gutenberg* est celle où l'imprimé représente le principal moyen de communication entre les hommes. La « galaxie Marconi » est celle de la diffusion de la radio...

Analysant les changements provoqués par l'impression des livres (notamment la centralisation du pouvoir sur des espaces plus grands), McLuhan estime que la forme revêtue par le média de communication peut avoir plus d'impact à long terme que les contenus qui sont transmis. La forme du média conditionne la manière dont le monde est perçu.

McLuhan est devenu célèbre grâce à l'aphorisme « le message c'est le medium », thème développé dans son ouvrage *Understanding Media*. Cette formule signifie que l'important dans une société est moins le contenu de ce qui est communiqué que les moyens grâce auxquels celui-ci est transmis. McLuhan veut signifier que les formes et les méthodes (les « médias ») utilisées pour communiquer des informations ont un impact significatif sur les

messages qu'elles délivrent. Le média par lequel un message est perçu façonne la perception qu'en a l'utilisateur.

Si nous négligeons la forme revêtue par le média, nous risquons de passer à côté de transformations importantes de notre environnement. Si on s'intéresse uniquement aux contenus d'un média, il sera toujours moins pertinent que les transformations induites par le média lui-même. Il est impératif de comprendre les effets révolutionnaires que les médias peuvent avoir sur nos perceptions sensorielles, nos valeurs et nos institutions psychiques et sociales.

Les médias sont des extensions du corps humain et des sens, ils influencent ainsi la manière dont on perçoit le monde extérieur. Comme le dit McLuhan (1964) : « Les médias sont des métaphores actives qui nous permettent de traduire l'expérience en des formes nouvelles. ».

Les analyses de McLuhan portent sur les médias eux-mêmes, sur leurs caractéristiques techniques. Théoricien des réseaux, il affirme que le monde est devenu un « village global » (1967).

Limites et critiques

De nombreux auteurs ont souligné les limites des analyses de McLuhan et le caractère controversé de ses théories ; on peut penser notamment aux écrits de Dominique Wolton ou à ceux d'Arjun Appadurai.

Dans ses essais, Dominique Wolton (2004) s'efforce de relativiser la révolution Internet en montrant que l'omniprésence des réseaux ne crée pas une nouvelle société. Il est vain de penser que le Net va être à l'origine d'une nouvelle forme de solidarité, alors même que le réseau est récupéré par une logique capitaliste. Selon Wolton, il est également vain de penser que grâce aux nouvelles technologies de la communication les pays du Sud auront la possibilité de rattraper leur retard de développement en faisant fi des conditions de santé publique, d'urbanisation, de scolarisation...

De son côté, Arjun Appadurai (1996) montre que les individus ne sont pas les victimes passives du « village global » (thèse de McLuhan), ils s'engagent dans des actions de résistance et de réappropriation culturelle. Appadurai prend l'exemple du cricket en Inde pour illustrer les mécanismes d'emprunt et de réinvention par une culture (« indigénisation du cricket »). Au départ le cricket était un sport réservé à l'élite, il représentait les valeurs traditionnelles de l'Angleterre bourgeoise : une activité masculine reposant sur le *fair play*, la maîtrise de soi, la loyauté... Après l'indépendance, ce sport a été réapproprié par les Indiens et il est devenu un sport populaire et des vecteurs du nationalisme.

Lectures

Appadurai Arjun, *Modernity at large: Cultural dimension of Globalization*, University of Minnesota Press, 1996.

Coupland Douglas, *Marshall McLuhan*, Montréal, Boréal, 2010.

De Kerckhove Derrick, *McLuhan for Managers: New Tools for New Thinking*, Penguin books, 2003.

McLuhan Marshall, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press, 1962.

McLuhan Marshall, *Understanding Media*, McGraw-Hill, 1964

McLuhan Marshall, *War and Peace in the Global Village*, Bantam Books, 1967.

Wolton Dominique, *L'autre mondialisation*, Flammarion, 2003.

Wolton Dominique, *Télévision et civilisations*, éditions Labor, 2004.