

MÉDIAGÉNIES DE LA POLÉMIQUE

Les images “contre” : de la caricature à la cybercontestation

Philippe Marion¹

Lorsqu'elle relève du journalisme, la polémique doit investir un espace médiatique. Si cette proposition semble évidente, elle soulève pourtant des problèmes fort complexes et qui sont loin d'être résolus par les approches actuelles de la communication. De quelles façons un genre discursif comme la polémique s'accommode-t-il des contraintes et des possibilités de la presse écrite, de la radio, du dessin animé, de la télévision, d'Internet et d'autres médias susceptibles de l'accueillir ? Comment le genre évolue-t-il, et avec quelles transformations –anecdotiques ou identitaires–, en s'incarnant dans tel matériau d'expression. En épousant le profil de telle ou telle configuration médiatique ? Réciproquement, le genre polémique lui-même est-il susceptible d'impressionner les sites médiatiques d'accueil ? Ou, hypothèse plus radicale, l'intention polémique peut-elle façonner un média à son image, voire même l'engendrer² ?

¹ Professeur au Département de communication de l'Université catholique de Louvain.

² Pour autant que l'on ne considère pas la polémique elle-même comme un média, ce qui pourrait être le cas dans l'ouverture méthodologique de la médiologie. En ce

Tels seraient les questions et les enjeux d'une *médiatique* de la polémique. D'ambition plus modeste, le développement qui suit abordera quelques aspects de la rencontre interactive d'une configuration sémiotico-médiatique avec le discours polémique. Une attention plus particulière sera accordée, d'une part à l'image comme moyen d'expression et composante médiatique. D'autre part, à Internet comme redéploiement –aliénation ou évolution ?– de la polémique. Mais auparavant, quelques commentaires s'imposent en vue de fixer sommairement la position de celle-ci face aux réseaux profondément interconnectés du journalisme, de la presse et des médias.

1. Polémique et journalistique : l'intersection de deux genres ?

Affirmer une opinion, tout en cherchant l'interaction agonistique, c'est-à-dire en cherchant querelle, avec d'autres discours. Voici une définition conventionnelle et assez large¹ de la polémique. Pourtant, rien qu'à ce stade, se pose la question de la hiérarchie des deux paramètres de définition. Si le premier constitue un socle indispensable, il semble bien que la dynamique du "genre" ancre davantage sa singularité dans le deuxième paramètre : que serait une polémique sans la quête d'un partenaire sur lequel se cristalliseront la querelle et le programme de joute verbale ? A y regarder d'un peu plus près, la distinction entre ces deux "vitesses" de la polémique n'a qu'une importance relative. Comment, en effet, affirmer une opinion sans prendre position, c'est-à-dire sans se situer plus ou moins explicitement face à de l'altérité. Sans un environnement hanté par l'autre et son discours, prendre position n'a guère de sens. Vieux principe pragmatique : en prenant position je ne peux que situer l'autre dans une autre position. Que cet autre soit réel, virtuel ou fantasmé, à l'instar de ce commandant de forteresse du *Désert des Tartares* (Dino

qui me concerne, la polémique est un prototype si idéal de genre communicationnel, avec la transversalité discursive que cela comporte, que l'appellation "média" me semble irrecevable. D'où la nécessité d'une *médiatique* de la polémique ("le genre entrecroise le média") plus qu'une appréhension mollement médiologique ("le genre, c'est le média") de celle-ci.

¹ Voir le texte de présentation de ce numéro, qui attribue à la polémique un sens fort et un sens faible.

Buzzatti) qui préservait son équilibre identitaire en attendant un improbable ennemi. Symétriquement, si l'on place la dominante sur le second paramètre de la polémique, l'affirmation de l'opinion n'est peut-être qu'une sorte de prétexte pour entrer en interaction conflictuelle avec le partenaire sollicité. C'est pourquoi plusieurs auteurs considèrent le débat polémique comme un jeu discursif, qui hypertrophierait certains mécanismes généraux à l'œuvre dans les jeux de langage, sources de la communicabilité selon un Wittgenstein, ou un Bakhtine. Pour ce dernier, le langage et donc a fortiori la polémique ne peuvent se comprendre que dans leur nature *dialogique*, inévitablement tournée vers l'autre, au sein de relations sociales définies¹.

Entrer en polémique, c'est *entrer dans le jeu*, c'est-à-dire un système d'échange (un rituel) fortement codé où l'affrontement des protagonistes n'a de légitimité que dans le cadre consensuel d'un "contrat" préétabli. Entre la polémique ainsi sommairement décrite et la communication journalistique, il est plus d'une accointance. De l'article pamphlétaire au débat contradictoire en télévision, l'histoire de cette sympathie est déjà longue. Si nombre de genres journalistiques tels l'éditorial ou l'humeur, peuvent afficher des liens plus ou moins fermes avec la polémique, celle-ci s'est, de son côté, souvent servie du journalisme – institutionnellement, formellement... – pour se révéler, s'affirmer et s'épanouir. C'est dire que les réseaux génériques respectifs du journalisme et de la polémique connaissent de nombreuses intersections.

Mais leur proximité peut s'évaluer de manière plus fondamentale encore. Cette pragmatique du jeu, évoquée ci-dessus, ne permet-elle pas, en effet, de rassembler discours polémique et discours journalistique sous la coupole d'une même quête partenariale. La communication journalistique se construit sur un public partenaire, source de réajustements constants et vitaux. L'écriture dite communicationnelle tente d'intégrer systématiquement la coénonciation et ce, selon certains rituels contractuels implicites.

Certes, l'agonistique ne constitue pas une dominante du journalistique, mais comme la polémique, il ne peut s'épanouir que sur un relatif consensus institutionnel et/ou générique. En ce sens, le "dilemme du missionnaire"² servirait de toile de fond à celui du

¹ Cf. M. BAKHTINE, *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard, 1978.

² D. BOUGNOUX développe ce "dilemme du missionnaire" dans le cadre de son exposé introductif sur le paradigme médiologique. Voir D. BOUGNOUX, *Sciences de*

polémiste. Le missionnaire doit en effet aménager, c'est-à-dire *altérer* la doctrine s'il veut avoir une chance de la communiquer, dans un contexte social et culturel très différent de celui où elle s'est épanouie. Le polémiste cherche à faire passer une altération, une *altercation*. Son offensive verbale est une organisation de déséquilibre appelant au rééquilibrage du "tour conversationnel" à suivre. Le missionnaire procède lui aussi au déséquilibre organisé ; ou plus exactement, son but est de maintenir l'équilibre du système doctrinal en expansion en consentant la différence. Celui du polémiste est de contester l'équilibre en exacerbant la différence, toute cette turbulence organisée se jouant dans une économie communicationnelle stable.

Cette ressemblance pêche sans doute par excès de généralité et elle doit au moins être nuancée. D'abord, parce que le journalisme ne se laisse pas cerner aussi facilement comme pratique générique. N'est-il pas plutôt –pour prendre la terminologie classique des sciences naturelles– une *espèce* de la communication regroupant plusieurs *genres* parmi lesquels la polémique s'intégrerait partiellement ? Plus ambigu encore : à côté d'une modalité de médiation, le journalisme recouvre une champ institutionnel, un secteur professionnel, un support de transmission et même un média dès lors qu'il se confond avec la presse. Cette localisation anarchique est à la source de nombreuses ambiguïtés d'interprétation.

En outre, le rapport comparable à un tiers observant, c'est-à-dire au "destinataire"¹ des messages polémique et journalistique, s'avère particulièrement instable dans l'évolution de la culture médiatique. Ainsi, si l'on considère la polémique journalistique, comme rencontre générique interactive, on observe que le rôle des acteurs énonciateurs a changé. Le journaliste "incitateur" de relations polémiques tend peut-être à devenir aujourd'hui un journaliste modérateur, assurant en surplomb l'échange polémique entre des acteurs dont il se différencie. Son but n'est plus d'inciter et d'assumer la polémique mais de la rendre communicationnelle, ce qui équivaut souvent à la rendre plus spectaculaire. Il s'agit alors pour lui de gérer des polémiques de surface –d'*allumer* une polémique de ton– entre agents qu'il a charge

l'information et de la communication, Paris, Larousse, coll. "Textes essentiels", 1993, pp. 540 et 541.

¹ Dans le sens greimassien du terme : le destinataire polémique étant l'instance (l'actant) qui mobilise le sujet polémiquant et l'oriente vers sa quête : affirmer son opinion en fixant un adversaire.

de mettre en conflit, de *cornaquer* au conflit et par rapport auxquels ils se placent plus ou moins souplement en position d'arbitre.

Sous cette description, on a aura reconnu sans doute la pression distributionnelle à l'œuvre dans les grands médias de presse. L'évolution historique observable de la fonction journalistico-polémique recouvre assez étroitement certaines mutations "sémiotiques", particulièrement, le passage de la polémique écrite à la polémique audiovisuelle. C'est pourquoi je propose d'aborder ici la question d'une médiagénie de la polémique, qui servira de cadre pour la suite de mon propos.

Médiatique et médiagénie

La *médiagénie*¹ est un néologisme qu'il m'a semblé pertinent d'introduire dans un cadre disciplinaire plus général, celui de la *médiatique narrative*². Rappelons en quelques mots les grandes lignes de celle-ci.

Toute forme de représentation implique une négociation, voire un corps à corps, avec la force de résistance propre au système d'expression choisi. Cette opacité du matériau expressif constitue une contrainte pour que s'épanouisse la transparence relative de la représentation.

Cette proposition générale peut être développée en examinant plus particulièrement les arts narratifs tels qu'ils sont véhiculés par certains médias. Dans quelle mesure, par exemple, un reportage télévisé construit-il le monde autrement qu'un reportage radiophonique, qu'un reportage photographique, voire même qu'un reportage dessiné traitant le même sujet de référence. Quels sont les registres de l'ima-

¹ Pour la première formulation de cette notion de médiagénie, je me permets de renvoyer à Ph. MARION, "Scénario de bande dessinée. La différence par le média", in "Le scénario de film", *Études littéraires*, vol. 26, n° 2, Québec, Université Laval, automne 1993.

² Le projet théorique de la médiatique narrative a déjà été exposé à plusieurs occasions, voir notamment Ph. MARION, *Traces en cases, travail graphique, figuration narrative et participation du lecteur*, Louvain-la-Neuve, Academia-Bruylant, 1993, p. 278 ; ou A. GAUDREAU, Ph. MARION, "Transécriture et médiatique narrative : l'enjeu de l'intermédiarité", communication au Colloque de Cerisy de 1993, publiée in A. GAUDREAU ET TH. GROENSTEEN, *La Transécriture, pour une théorie de l'adaptation*, Québec / Angoulême, Nota bene et CNBDI, 1998.

ginaire que le média peut intrinsèquement stimuler à partir des virtualités propres de sa configuration expressive et de son dispositif ?

En relation avec les champs conceptuels de la “transécriture”, de la transsémiotique, de la narratologie comparée, cette discipline se propose d’étudier la rencontre d’un projet narratif –d’un récit dissocié de sa matière d’expression définitive– avec la *force d’inertie* d’un média donné. Pour être communiqué, un substrat événementiel réel ou imaginaire doit, en effet, utiliser un moyen de médiation qui lui permettra de trouver sa configuration. Certes, lorsqu’on évoque le récit, on pense spontanément à sa matérialisation “naturelle” dans le langage verbal. Pourtant, rien qu’à ce plan, songeons un instant au sens différent que prend le récit lorsqu’il est exprimé oralement ou lorsqu’il procède d’un travail d’écriture. Différences a fortiori démultipliées lorsque ce récit affleure de médias complexes comme le cinéma, la BD, la télévision. Sans parler des possibilités encore décuplées des systèmes multimédias et des nouveaux développements interactifs de la communication informatique. Chaque média possède donc sa propre énergétique communicationnelle et tout projet narratif se construit en interaction avec lui.

En tant que corps phénoménologique (une incarnation dans le sensible), tout média peut *autoriser* une assez large diversité d’expressions. Mais il n’en va pas de même quant à ce que le média peut *favoriser*. Il convient donc d’appréhender au mieux le potentiel spécifique dont un média est capable. Ce potentiel est régi notamment par les possibilités techniques du support, par les configurations sémiotiques internes qu’il sollicite et par les dispositifs communicationnels et relationnels qu’il peut établir, favoriser, voir initier. Le tout se plaçant sous l’influence réciproque d’usages sociaux réels et d’une socio-culture médiatique en constante évolution. Spécificité ne signifie nullement séparation ou isolation : pour apprécier ce différentiel médiatique, il faut saisir solidairement les ressemblances et les divergences qu’un média entretient avec ses congénères à un moment donné de son histoire. Appréhender cette singularité différentielle d’un média, c’est tenter d’en saisir la *médiativité*.

Dans l’esprit d’une médiatique narrative, la médiativité (ou la *médialité*) doit être posée vis-à-vis de la *narrativité*. Celle-ci désigne, bien sûr, le caractère ou la qualité de ce qui est narratif. Il s’agit alors d’un constat (une narrativité “actualisée”, en quelque sorte). Mais elle revêt surtout, me semble-t-il, un acception pragmatique de virtualité : on peut constater le caractère narratif de tel objet observé (par

exemple, un film de fiction), mais on peut aussi saisir du possible, du ferment narratif dans tel autre objet (par exemple, une photographie qui suggère un récit qu'elle ne contient pas). Il faudrait donc différencier le narratif, comme état explicite et affirmé, du narratif comme dimension possible au vu d'une certaine configuration de l'objet observé (qu'il soit un signe, un message, mais aussi, plus fondamentalement, un média). La narrativité serait non seulement un résultat mais elle contiendrait aussi une dimension promissive, celle d'un potentiel ou d'un développement. Par ailleurs, la narrativité entretient avec la médiativité un rapport proche de l'inclusion :

Considérée de manière intrinsèque, la narrativité procède et se nourrit de la médiativité. Certains aspects de celle-ci et surtout leur combinaison peuvent en effet présenter des facultés (pré)narratives plus ou moins affirmées. En quelque sorte, la narrativité intrinsèque utilise sélectivement et à son profit le potentiel de la médiativité. Ainsi ce caractère pré-narratif que possède le film par sa seule capacité d'articuler images et photogrammes en un déploiement temporel. Selon le rythme de leur périodicité, les journaux écrits, parlés ou télévisés suggèrent des systèmes d'agencement et de dévoilement de l'information qui souvent recèlent de la narrativité¹.

Mais pour que s'actualise la narrativité complexe d'un récit médiatique, il faut que narrativité interne et externe se rencontrent et s'interfécondent. Cette narrativité externe renvoie, on le sait, aux contenus référentiels "importés" par la représentation de l'événement factuel. "Scénarios" issus d'un substrat événementiel réel ou imaginé.

Le récit s'épanouit donc au diapason de l'interaction de la médiativité et de la narrativité. Mais il est des interactions plus intenses que d'autres. D'où le concept de *médiagénie*². Les récits les plus médiagéniques semblent en effet avoir la possibilité de se réaliser de manière optimale en choisissant le partenaire médiatique qui leur convient le mieux et en négociant intensément leur "mise en intrigue" avec tous les dispositifs internes à ce média. *Les Aventures de Tintin* sont pratiquement impossibles à adapter sans d'irrémediables altéra-

¹ Ph. MARION, "Narratologie médiatique et médiagénie des récits", *Recherches en communication*, n° 7, 1997, p. 84.

² Cet exposé sur la médiagénie reprend partiellement certains passages d'articles déjà publiés sur ce sujet. Pour un développement plus complet sur ce néologisme, voir Ph. MARION, "Narratologie médiatique et médiagénie des récits", *op. cit.*, p.p. 83 à 87.

tions ; ou alors, il faut davantage parvenir à les réinventer qu'à les adapter... Ainsi en est-il aussi, par exemple, de certains reportages-spectacle de *Paris Match*. La médiagénie est donc l'évaluation d'une "amplitude" : celle de la réaction manifestant la fusion plus ou moins réussie d'une narration avec sa médiatisation, et ce dans le contexte –interagissant lui aussi– des horizons d'attente d'un genre donné. *Décrire la médiagénie* d'un récit, c'est donc tenter d'observer et d'appréhender la dynamique d'une interfécondation. Plus un récit est médiagénique, moins sa *fabula* (son "scénario") est autonome. La médiagénie est aussi pragmatique, c'est une relation, une interaction non pas un contenu. Elle n'a de sens que dans une actualisation et un contexte historique. Elle relève donc en partie d'un état donné de la culture médiatique.

La médiagénie comme lecture de la polémique

Conçue initialement pour traiter des récits dans une optique de médiatique narrative, la *lecture médiagénique* gagne donc –moyennant certaines adaptations méthodologiques– à se porter sur d'autres messages ou d'autres types discursifs, dès lors qu'ils interagissent eux aussi avec un écosystème médiatique. Si la *médiatique* peut être exportée hors du champ narratif, la *médiagénie* devrait pouvoir l'accompagner. Pour évaluer la médiagénie de la polémique, il faudrait donc mesurer l'amplitude de sa réticence ou au contraire de sa propension à se livrer au voyage transsémiotique. Si la polémique est un genre médiagénique marqué, elle doit se montrer rétive à la mobilité transmédiatique et au contraire, concentrer son épanouissement dans une interaction élective avec un biotope médiatique qui la co-construit.

Une restriction importante s'impose cependant, en ce qui concerne la médiagénie. Non seulement celle-ci relève bien au départ de la médiatique narrative, mais elle porte prioritairement –dans sa conception initiale– sur des récits uniques (telle histoire particulière ou telle série ou cycle d'aventures). Cette particularité devrait conduire à pondérer l'évaluation médiagénique non seulement en fonction du caractère narratif ou non de l'objet, mais aussi en fonction du degré de généralité de celui-ci. Car une intrigue particulière, unique tend "spontanément" à trouver sa force expressive dans l'interaction avec un site médiatique choisi. Il n'en est pas forcément de même pour un genre donné.

De par sa généralité structurale et catégorielle, un genre tend a priori à être plus mobile et à s'étendre dans plusieurs médias. Même si un genre peut connaître une interrelation intense, voire décisive, avec un média donné, il peut aussi présenter différentes déclinaisons susceptibles de se répartir médiagéniquement sur différents sites médiatiques¹. C'est le cas de la polémique. Comme genre discursif opportuniste, celle-ci pourrait alors passer d'un média à l'autre, tout en cherchant à s'adapter médiagéniquement à chaque média qui la transmet. Il s'agira alors d'envisager non pas *la* mais *les* médiagénies de la polémique, même si l'on peut garder l'idée d'une interaction privilégiée avec tel ou tel média...

La polémique semble, à cet égard, entretenir une relation privilégiée avec la médiation journalistique. L'histoire des deux derniers siècles en atteste. Mais, sauf à élargir les frontières à l'extrême, comme le prônent les médiologues, le journalisme n'est pas un média. Faudrait-il lui préférer la presse ? A son tour, celle-ci n'est pas sans ambiguïtés typologiques de par sa nature multimédiatique. Au moins faudrait-il alors ventiler les différents médias de presse. Dans ce cas, il semble bien que l'interaction presse écrite-polémique relève historiquement au moins d'une médiagénie au sens fort. Il reste pourtant à rappeler la question complexe d'une interaction déjà évoquée avec des sous-genres journalistiques treza : l'humeur, l'éditorial, la tribune constituent autant de lieux pouvant servir de terreau à la polémique. Sur ce point, la polémique peut aussi s'avérer transgénérique.

Remarquons enfin, pour en terminer sur la question narrative qui est à l'origine de la théorie médiagénique, que le champ conceptuel du récit n'est pas sans proximité avec celui de la polémique. On peut, par exemple, mesurer la proximité de ces deux objets en consultant la littérature didactique portant sur le scénario. Pour bien réussir celui-ci, une des recommandations les plus constantes concerne l'utilisation et la mise en scène d'un *conflit*. Véritable moteur du récit, celui-ci apparaît comme quasi indispensable pour construire et dynamiser l'intrigue. Il est aussi considéré, sur un plan plus pragmatique, comme

¹ Cette distribution médiagénique dans différents médias rejoint l'idée d'une "transmédiagénie" ou d'une intermédiagénie ? Ainsi si l'on prend en considération certains récits médiatiques contemporains, on constate qu'ils "répondent davantage à une logique de glissement et d'étoilement plurimédiatique". Il s'agit alors de considérer "la capacité d'étoilement, de circulation, de propagation transmédiatique que possède un récit. (...) Cette transmédiagénie d'un récit n'empêche pas d'en observer les sédimentations ou les réappropriations médiagéniques singulières". Cf. Ph. MARION, "Narratologie médiatique et médiagénie des récits, *op.cit.*, p. 87.

un puissant générateur d'affect et d'adhésion. Plonger son personnage dans le conflit, c'est lui offrir une occasion de se construire ou, au moins de s'étoffer. Et ce résultat affecte autant les personnages fictionnels que les personnages factuels. Cette dimension conflictuelle est d'ailleurs, pour certains auteurs tels Reuter, un trait indispensable de la définition du récit. Certes, le conflit est davantage un motif pouvant revêtir de nombreux aspects. Pour le personnage, ce peut être un conflit avec un autre protagoniste, avec une instance extérieure (la société...) ou intérieure (la nostalgie, par exemple, ne met-elle pas en œuvre un affrontement du passé et du présent ?). Bref, récit et polémique se ressemblent dès lors qu'on les considère selon le dénominateur commun de leur composante agonistique, même si la fonction importante que joue le conflit dans un contexte narratif devient bien sûr centrale pour qui veut définir la polémique dans son sens fort.

La polémique et ses préférences médiatiques : une affaire de presse écrite ?

Comment la polémique journalistique négocie-t-elle une interaction plus ou moins intense avec différents sites médiatiques ? Prenons comme point de départ l'avis largement partagé suivant lequel la presse écrite offre à la polémique le meilleur épanouissement médiagénique. Sans entrer dans le détail –et sans aborder notamment les synergies contraintes de l'histoire– on peut esquisser une explication simple à cette proposition. Sur le plan des modalités de consommation et de réception, tout d'abord.

Même si les quotidiens, en multipliant les éditions journalières, tentent d'épouser au mieux les soubresauts de l'actualité, la presse écrite demeure sémiotiquement dissociée du monde et de l'actualité. Elle ne peut prétendre rivaliser avec le direct télévisuel. Du moins dans l'état actuel encore dominant de sa distribution sur support papier. On pressent à cet égard que la presse écrite *on line* tend à combler cette distance et à retrouver cette illusion si prisée aujourd'hui d'une adhérence immédiate avec l'événementiel. Avant l'apparition de la radio et de la télévision, la presse tirait sans doute son titre de gloire de cette proximité temporelle avec l'événement. Le décalage temporel restait cependant incompressible, à cette nuance décisive près que les lecteurs ne disposaient pas des points de comparaison offerts par les médias de "l'immédiat".

Si la télévision donne accès à un rapport d'immersion dans le monde actuel représenté, la presse écrite est par nature condamnée à un mode de participation presque contradictoire : le recul (ou la non-immersion). Lire un quotidien, c'est donc entrer dans une interaction différée. Or, cette distance est pratiquement indispensable à l'articulation et au développement d'une argumentation consistante. C'est aussi cette distance qui permet souvent de faire germer la dynamique de l'insinuation et l'intrigue agonistique nécessaires au développement polémique. Par son "découplage" ontologique, la presse écrite permet de mettre en situation analytique –de placer sous pression– la parole de l'autre. L'impossible spontanéité de l'échange polémique est compensée par une concentration sur le pouvoir des mots et un échange décalé qui permet de réajuster de façon plus réfléchie sa position face à l'adversaire.

A cette caractéristique de réception globale s'ajoute solidairement le sens inhérent à la configuration sémiotique du média. Lorsqu'elle est écrite, la presse s'exprime par voie "digitale". On sait que l'écrit engage par nature un sens pragmatique fondamental : effet de distanciation et de décentration, accès à la précision et à la nuance abstraite. Le scriptural, fortement codé, fait ontologiquement opacité au monde. En deçà de tout contenu, il offre résistance, aspérité, contrainte. Il s'adapte donc bien à la progression rhétorique d'une pensée polémique dès lors qu'elle se doit de construire son jeu, de "réfléchir" la stratégie de ses coups.

Une page de journal constitue un espace particulièrement complexe sollicitant chez le lecteur de multiples parcours visuels et autres aventures du regard. Ce serait grave erreur de confiner la presse écrite à une linéarité austérité du digital. Entre les lettres et les images, dans les variations analogiques de la typographie, se crée une effervescence. Et celle-ci répond bien à la vitalité polémique. A côté de sa trame stratégico-argumentaire, la polémique intègre aussi une dose importante d'affect. Le "coup de gueule", l'emporte-pièce. Dame, il faut aller chercher son adversaire ! Tout l'affect du "je te cherche" trouve relais dans cette dimension "analogique" de la presse écrite, tout en conservant, par l'écrit, les avantages digitaux nécessaires à la mobilité et à la précision de l'argumentation. C'est peut-être là une façon d'expliquer médiagéniquement pourquoi la presse polémique et satirique a construit une bonne part de son identité sur des supports scripto-visuels reconnaissables, comme l'atteste l'exemple français du

Canard enchaîné. Allure générale de “peu soigné”, couleurs assez criardes, typographie anarchique, papier de qualité douteuse.

En ce sens, la polémique exploite médiatiquement le potentiel de distanciation inhérent au média, mais elle interagit en même temps avec son potentiel analogique et ses effets de spontanéité scripto-visuels. De par cette cristallisation médiatique, la polémique peut affirmer son identité de discours articulé mais décalé. Un discours élaboré mais en même temps en phase avec l’instinct autant qu’avec l’instant... Le manque de finition affiché relève du registre de l’urgence : un cri ne prend pas de forme. Réaction à chaud. Réaction vive. Réaction agonistique, à la fois décalée, mais en même temps ouverte dans son inachèvement. Et de cet inachèvement procède une part importante de l’empathie polémiste du lecteur.

2. La polémique en images

Digital et analogique s’entremêlent donc dans l’espace médiatique de la presse écrite. Dans les “variations” typographiques, mais surtout dans l’interaction du scripto-iconique qui assume ce spectacle spatio-temporel que constitue la page de journal, livrée au regard du lecteur. Mais qu’en est-il du rapport plus direct de la polémique avec l’image, dans le cadre de la presse écrite. Abordons à cet égard les deux grands genres iconiques développés par celle-ci : la caricature et la photographie.

Croquis et dessins contre

Particulièrement actif dans le contexte de la presse satirique mais omniprésente ailleurs, un type d’image semble entretenir une relation médiagénique intense avec la polémique : la caricature et le dessin de presse. Ceux-ci apparaissent comme le contrepoint –la traduction– iconique du côté sanguin, de l’effet *coup de gueule* souvent inhérent à la parole polémique.

L’étymologie du mot caricature s’avère explicite à cet égard : il proviendrait de l’italien “caricare” qui signifie “charger, exagérer”. La caricature se distingue donc par l’intention de déformer les caractéristiques d’un visage ou d’un corps, d’amplifier les défauts tout en préservant la possibilité d’identifier le personnage concerné. Mieux,

elle est souvent plus vraie que nature. Tel est son paradoxe : c'est en s'éloignant de la représentation figurative réaliste qu'elle acquière sa justesse, sa vérité. C'est en déformant –et donc en interprétant– qu'elle se rend conforme au personnage ou plutôt à la *personnalité* qui s'en dégage.

Caricature et dessin de presse constituent donc, par définition, une manipulation pour mieux manifester une interprétation, faire partager visuellement une opinion. Ce qui fonde médiagéniquement la sympathie entretenue par la polémique et ce type d'expression iconique. Plusieurs auteurs situent d'ailleurs la force d'opinion que recèlent ces croquis en les associant explicitement à la polémique. Ainsi, Anne Duprat n'hésite pas à définir la caricature comme un "dessin polémique", qui, s'il n'a pas forcément vocation à déclencher le rire, "cherche nécessairement à ridiculiser, à choquer, à provoquer ou encore à stigmatiser une situation ou une personne"¹. "Nous avons une manière formidable à traiter", commente de son côté le dessinateur américain Jeff Parker. "Quand il y a des sujets de controverse, il est plus facile de travailler"².

De par sa médiativité propre, le dessin caricatural se caractérise par son effet de simplification et de rapidité, mais aussi par son potentiel de reconnaissance immédiate. Mobilisé par une intention comique, un mouvement expressif d'humeur, le trait de ce point de vue, tend à l'utilitaire, à la fonctionnalité affective. La concrétisation de cette intention s'accommode bien de l'esquisse rapide, du mouvement direct³. Il s'agit pour le dessin de presse de croquer l'actualité en augmentant ses travers. Sur un plan pragmatique, cette rapidité, cet emportement apparent et l'illusion de spontanéité qui les accompagnent sont particulièrement propices à emporter l'adhésion du lecteur-spectateur. L'esquisse, l'inachèvement, le caractère fruste et instinctif du message graphique appellent en effet sa participation active. Ce geste graphique brut est, par nature, tendu vers le regard du spectateur et demande à être relayé par lui. Cette virtualité d'interpellation phatique par le trait-trace tient au fait que l'énonciateur se montre plus immédiatement dans l'esquisse. Il s'agit là d'une sorte de

¹ A. DUPRAT, *Histoire de France par la caricature*, Paris, Belfond, 1999, p. 23.

² "Les illustrateurs américains pris dans la guerre des images", in *Le Monde.fr*, 31/03/03.

³ Pour un approfondissement de ces particularités du trait graphique, voir Ph. MARION, *Traces en cases*, *op. cit.*, pp. 91 à 97.

conversation virtuelle, lorsque l'engagement verbal d'un protagoniste s'appuie anticipativement sur la réponse à venir de l'autre.

De telles caractéristiques sont particulièrement proches de la quête partenariale, souvent implicite mais particulièrement active dans la relation polémique : même si le polémiste se bat seul, il tire une légitimité de sa représentativité plus ou moins affirmée. Bref, son "je" se sent pour ainsi dire nombreux. La caricature de presse s'empare d'un personnage ou d'une situation pour l'interpréter graphiquement dans un élan d'affect. Comme le polémiste, le dessinateur "cherche" son objet-partenaire. Comme le polémiste, il lui tend un miroir partial qui appelle sa réaction. Mais ce faisant, polémiste et caricaturiste interprètent le monde devant nous et pour nous. Ils nous positionnent en tant que témoins-complices appelés eux-mêmes à relayer un geste énonciatif, à réagir activement face à cette interprétation résolument "engagée" qui leur est proposée.

Fou du roi ou dessinateur courageux ?

En ce sens le dessin polémique est une image contre, mais simultanément une image assez consensuelle qui tend à rallier sous le signe de la complicité et de l'humour une part élargie de la communauté des lecteurs, même ceux qui ne partageraient peut-être pas l'équivalent en argumentation verbale de cette prise de position iconique. Cette dimension consensuelle élargie tient à ces effets d'esquissité, de spontanéité, de légèreté expressive mobilisés par la figuration caricaturale, et la liberté d'interprétation du monde qui lui est consubstantielle. Si cette spécificité relationnelle relève d'un ancrage médiagénique de la polémique, on peut néanmoins se demander si elle n'affecte pas en même temps la dimension d'affrontement, et la velléité agonistique propre à ce mode discursif. Cela rejoindrait alors le paradoxe du *fou du roi* : celui-ci pouvait contester, dénoncer, ridiculiser impunément les travers et les agissements des puissants de la cour. Tel était son rôle, sa mission. Mais, en même temps, cette institutionnalisation et cette reconnaissance de statut tendaient à rendre inoffensif, ou du moins à diminuer, la portée polémique de son discours : comme le caricaturiste, n'est-il pas qu'une sorte d'amuseur bien intégré dans le système ? Comme l'explique Marc Angenot en évoquant la fonction sociale de la littérature à la fin du XIX^e siècle, le fou du roi "lâche au grand jour des boutades risquées, des extravagances, des vérités qui se jouent des convenances et des

prestiges ; il bénéficie d'une tolérance longanime de la part du Prince tant qu'il n'a pas la prétention de sortir de son rôle et ne cherche pas à tirer toutes les conséquences de ses sarcasmes et de ses fantaisies. Il parodie les langages du pouvoir, les mélange, en fait apparaît les stéréotypes et les hypocrisies (...) mais on ne le laisse dire que parce qu'il est parasitique et irresponsable, que ses transgressions mêmes confirment les décrets, les règles, les enseignements des discours de contrôle en les ironisant. Il rend ceux-ci plus humains, plus supportables. Mais il évite d'affronter les grands Énonciateurs sur leur propre terrain"¹.

Même s'il lui reste cette dimension de fou du roi, ne serait-ce que par sa faculté de distanciation humoristique, il ne faudrait pourtant pas atténuer trop catégoriquement la portée polémique du dessin de presse. A preuve, les ennuis rencontrés par les *cartoonists* (les dessinateurs) américains, tel par exemple Jeff Parker, déjà évoqué ci-dessus. Quelques semaines avant l'intervention américaine en Irak, il présente dans le *Florida Today* un George Bush juché sur un char d'assaut et entrant avec fracas dans le congrès américain pour y prononcer son discours sur l'état de l'Union. Ce qui lui valu quelques solides réactions des lecteurs. Depuis le 11 septembre 2001, en effet, les cartoonists ne semblent plus à la fête et "la liberté du coup de crayon n'est plus la même"². "La population américaine, avoue Kral, a eu besoin d'un chef dont l'image ne soit pas trop écornée". Steve Benson, considéré comme l'un des meilleurs dessinateurs politiques, évoque de son côté "une pression énorme pour nous faire suivre la ligne éditoriale patriotique que lecteurs et publicitaires ont définie"³. Lecteurs et publicitaires... : étrange collusion qui confirme à sa façon l'étoilement médiatique et énonciatif de l'opinion aujourd'hui ! Accusé de trahison, Benson devait même recevoir des menaces de mort. A l'autre extrême, certains dessinateurs ont préféré démissionner vu l'impossibilité de remplir leur mission graphique. C'est le cas du célèbre Art Spiegelman qui décide de quitter l'hebdomadaire *The New Yorker*, jugeant trop frileuses les positions de celui-ci. Bien sûr, tout ceci doit être replacé dans un contexte de quasi-guerre qui place toujours en veilleuse la liberté d'expression publique.

¹ M. ANGENOT, *Le cru et le faisandé. Sexe, discours social et littérature à la Belle Époque*, Bruxelles, Labor, coll. "Archives du futur", 1986, p. 184.

² "Les illustrateurs américains pris dans la guerre des images", in *Le Monde.fr* (<http://fete.lemonde.fr>), 31/03/03.

³ Entretien accordé à *The Independent on Sunday* (juillet 2002).

Voilà qui confirme par ailleurs la nécessité de réintroduire toute lecture médiagénique dans un contexte socio-politique et culturel déterminé. Sur un plan synchronique autant que diachronique. Ainsi, d'un point de vue historique, le triangle médiagénique articulé sur la presse écrite, le dessin caricatural et la polémique semblent avoir connu son apogée au XIX^e siècle. Comme le souligne Arnaud Ruysen "à l'époque où fleurissaient les feuillets satiriques, la caricature avait un véritable rôle de contre-pouvoir, elle faisait et défaisait l'opinion publique"¹. On se souvient, par exemple, du rôle décisif de l'imagerie de presse lors de l'affaire Dreyfus.

Aujourd'hui, le dessin de presse occupe une large place dans un journal comme le *Courrier international* où elle supprime largement, en termes purement quantitatifs, la photo. De même, le dessin de presse peut encore facilement rivaliser avec un éditorial, voire en tenir lieu. C'est le cas de certains dessins de Plantu dans *Le Monde*, ou des dessins-éditoriaux signés Vadot dans *Le Vif-L'Express*.

Photos manipulées et effets subversifs

La photographie peut elle aussi participer à la communication polémique dans la presse écrite. Sur un le plan de sa médiagénie relative, elle semble pourtant moins disponible que la caricature. Cette situation peut, elle aussi, être expliquée par les traits spécifiques de sa médiativité. Autant la caricature est opaque, autant la photographie est-elle plus ou moins condamnée, de par l'entremise mécanique de son... objectif, à la transparence référentielle. Le dessin est toujours déjà une interprétation du monde, il est par nature marqué du coin de l'imaginaire. Il révèle toujours une intention énonciative. De son côté, la photo est d'abord tendue vers ce qu'elle montre et afficher une intention lui est sans doute moins aisé. A ce titre, elle s'accommode moins de la subjectivité programmée du discours polémique.

Ce dialogue intericonique doit pourtant être nuancé. Il mérite d'être situé plus globalement dans la problématique de l'image accusatrice. Dans ses recherches sur l'histoire des images –notamment quant à leur utilité dans le domaine de l'identification judiciaire–, Christian Phéline montre que la photographie entretient

¹ A. RUYSEN, *De coups de tonnerre en coups de crayon*, mémoire de licence en information et communication, Louvain-la-Neuve, Université catholique de Louvain, année académique 2002–2003, p. 3.

une relation ambiguë avec le “réalisme” qu’on lui attribue spontanément¹. Il relate ainsi les difficultés rencontrées par un certain Alphonse Bertillon dans sa volonté d’établir un signalement anthropomorphique des délinquants sur une base photographique. Cette tentative a clairement manifesté en quoi l’usage de la photo relevait d’une quête vaine de l’identité. Autrement dit, la photographie manquerait le réel en tant qu’elle s’obstine à vouloir le saisir littéralement. Dans sa quête identificatoire, Bertillon en est ainsi revenu à privilégier peu à peu le dessin, même très sommaire, pourvu qu’il mette en évidence certains signes distinctifs : “A qui n’est-il pas assuré de reconnaître immédiatement un personnage en vue, rien qu’à l’aide d’une caricature qui, en pareille circonstance, se montre supérieure à la meilleure des photographies ?”² Ainsi la question de la fiabilité photographique face au dessin caricatural vient-elle curieusement se superposer à celle de son absence de parti pris énonciativo-subjectif qui tend à la désolidariser médiagéniquement du discours polémique.

La photo, nous le verrons plus loin avec son usage sur Internet, peut néanmoins cristalliser un regard polémique. Cela se vérifie surtout lorsqu’elle se trouve manipulée et ancrée par une légende efficace. Soit par exemple³ ce cliché de Richard Nixon, lors de l’affaire du Watergate : on y voit sur fond noir, le portrait très flou de l’ancien président, avec ces mots écrits en tout petit mais de façon très nette : “Let me make myself perfectly clear”. Comme l’explique Pierre Fresnault-Deruelle, “l’ironie à l’encontre du président apparaît immédiatement avec éclat” et alimente la polémique sur sa destitution qui faisait rage à l’époque.

Notes sur la polémique télévisuelle

Si l’on aborde rapidement la presse audiovisuelle, on est en droit de s’interroger sur la monstration télévisée de la polémique. Si l’on considère l’inertie globale du média, on a souvent signalé que

¹ CH. PHÉLINE, “L’image accusatrice”, in *Les Cahiers de la photographie*, n° 17, Paris, 1985.

² A. Bertillon, cité par CH. PHÉLINE, “L’image accusatrice”, *op. cit.* Cf. également B. PEETERS ET TH. GROENSTEEN (Textes réunis par), TÖPFFER, *L’invention de la bande dessinée*, Paris, Hermann, 1994.

³ Image commentée par P. FRESNAULT-DERUELLE, in *L’image manipulée*, Paris, Edilig, 1983, pp. 90 et 91.

l'immédiateté et la planétarisation de l'information co-construite par la télévision transforment notre rapport à l'événement. Les spécificités médiatiques du petit écran tendent à nous donner à voir le monde davantage qu'à nous le commenter. Ceci constitue peut-être un handicap de base pour que s'épanouisse le discours polémique.

Si le média résiste ainsi au commentaire, il en est a fortiori de même pour la parole critique et la présentation d'une dimension d'opinion nécessaire à la polémique. Le confort médiatique offert par le petit écran souligne et conforte une illusion de transparence : le monde est à notre portée, dans sa spatio-temporalité "réelle". Il est disponible chez nous, dans notre environnement domestique. Cette transparence pourrait bien nuire au développement de cette part d'"opacité" nécessaire à l'expression polémique. Celle-ci s'appuie en effet sur la résistance subjective d'un médiateur qui filtre et vectorise le monde. Or la transparence de la monstration télévisée de l'information produit une sorte de désincarnation, d'effacement du journaliste médiateur. La fonction de celui-ci est plus de gérer cette transparence que de proposer la résistance que constituerait son discours polémique. On retrouve ici le débat, vivace ces derniers temps, à propos d'un glissement de l'information vers la communication. Celle-ci étoufferait celle-là. Ce glissement tendrait corrélativement à transformer le journaliste en animateur, par une sorte d'absorption médiatique.

Dans cet esprit, la configuration télévisuelle actuelle tendrait à générer des journalistes modérateurs de débat et non pas des journalistes polémiques. Ce modérateur de débat serait alors une sorte de cristallisation métaphorique de cette transparence médiatique propre à la télévision. La polémique se joue par devers le journaliste-animateur. Non pas assurer la polémique mais la mettre en spectacle. En télévision, la polémique serait ainsi confinée dans des espaces génériques figés dans des monstrations réglées tels les talk shows et les débats politiques de plateau. Elle ne pourrait alors se manifester que sous forme décalée, dans le second degré des "Guignols de l'info", par exemple.

Plus largement, une part importante de la polémique journalistique d'aujourd'hui tend à se reporter sur le traitement médiatique lui-même et plus particulièrement sur le choix et la transmission des images destinées à couvrir l'actualité. Par exemple, lors de la guerre en Irak, plusieurs foyers de polémique naîtront sur des images de prisonniers américains apeurés qui seront diffusées par la télévision

Al-Jezira mais émanant de source irakienne. Idem, pour ces images de propagande montrant un jeune Irakien offrant des fleurs à une jolie GI en armes. Dans de tels cas très fréquents aujourd'hui, la polémique ne porte donc plus sur la situation captée par les caméras, ni sur les images que ces captations ont restituées, mais sur la question de savoir s'il faut les montrer ou pas et, si on les montre, dans quel contexte les placer. La polémique porte moins sur l'événement, que sur son traitement journalistico-iconique, digne ou pas d'"adaptation" sur le média concerné. Sachant que, par ailleurs, de telles images problématiques existent déjà et sont, la plupart du temps, disponibles sur Internet, le débat porte pour ainsi dire sur une "republication" –une remédiation– dans un autre site médiatique. Le substrat événementiel sur lequel se brasse la polémique devient la médiatisation elle-même. On assisterait dès lors à une sorte de déplacement inter-médial de la polémique : une polémique méta-médiatique en quelque sorte.

3. La polémique sur Internet : images détournées sur le web

A cet égard, les nouvelles technologies de l'information et Internet en particulier posent la question d'un *redéploiement médiagénique* de la polémique. Celle-ci semble en effet s'y manifester de manière assez soutenue, mais de façon diffuse. Les indices et la visibilité énonciative du genre subissent notamment des modifications importantes. En cela, la cyberpolémique permet sans doute de renforcer les termes de cette hypothèse : le journalistique tendrait de plus en plus, aujourd'hui, à se dissoudre dans le médiatique.

L'espace d'affrontement des chats

Un syndrome peut-être de ce déplacement de la polémique journalistique se situe dans les chats de discussion que multiplie la plupart des grands titres de la presse écrite. Avec ces nouveaux espaces ouverts *on line*, la presse écrite peut aménager des espaces de dialogues, de confrontations. En quelque sorte, ces lieux polémiques équivaldraient à un élargissement médiagénique du "courrier des lecteurs". De manière latente, celui-ci contient déjà virtuellement des

oppositions, des confrontations de point de vue, des discours “contre”. Mais ces points de vue qui s’affrontent dans les pages réservées des journaux restent sagement placés en simple continuité plus ou moins aménagée par l’instance rédactionnelle.

Or avec Internet et le journal on line, les lecteurs semblent placés en confrontation directe, ils se répondent, se toisent, se contrarient. On peut se reporter par exemple sur l’interminable controverse à propos du port du voile dans le forum de *Libération*¹. La polémique, genre journalistique jadis centralisé, s’est dissoute dans une polyphonie d’interactions polémiques déléguées, décentralisées, et d’une certaine manière démocratisées. On assiste d’une part à une dissolution du cadre, un estompement de visibilité énonciative dans les prises de parole polémiques. Il se crée, d’autre part, un effet *café de commerce on line*, où chacun peut apposer quasi dialogiquement son discours sur celui de l’autre. C’est ce que Pierre Lévy appelle “la distribution de la fonction médiatique” et partant de la fonction journalistique. Ce qui constitue pour lui “l’un des phénomènes les plus remarquables de la période contemporaine”. Il ajoute : “l’opinion publique se forgera de plus en plus dans les listes de discussions, forums, chat rooms, réseaux de sites web interconnectés et autres dispositifs de communication propres aux communautés virtuelles dont certains médias “classiques” seront, tout au plus des points de ralliement. Dans ce cadre, le texte d’un journaliste se distinguera de moins en moins de l’avis d’un expert reconnu ou d’un internaute à l’écriture habile dans un groupe de discussion”².

Cyberpolémique et activisme

De par sa médiativité, Internet réserve d’autres rencontres médiagéniques avec la polémique. Je voudrais aborder à cet égard deux domaines : d’une part, les sites activistes de contre information ou d’informations alternatives (sites d’information présentant assez explicitement leur caractère polémique) ; d’autre part, les sites de détournements satiriques de médias ou d’images d’actualités, ceux-ci donnant lieu à des usages intéressants du côté des internautes. Ce qui permettra de rétablir le lien avec les images manipulées et, plus généralement, avec l’iconographie médiagénique de la polémique

¹ <http://www.liberation.fr>

² P. LÉVY, *Cyberdémocratie*, Paris, Odile Jacob, 2002, pp. 57 et 58.

esquissée ci-dessus. Car, répétons-le, Internet permet un *redéploiement médiagénique* de la caricature et de l'image polémique.

Face à une certaine mondialisation de l'information, face à une tendance unanimiste se manifestant dans les médias, du moins dans les médias occidentaux, des individus, des associations ou des groupes de journalistes utilisent largement Internet pour transmettre leur opinion, et souvent leur opinion contre le ronronnement monodique des médias traditionnels. De tels mouvements s'inscrivent souvent dans une perspective activiste dont l'origine est plus ancienne. Dans les seventies, on a vu ainsi se développer le concept de "culture jamming" (*résistance culturelle*), forme particulière (et/ou tronquée) de polémique. But de ces mouvements : subvertir l'imagerie ambiante en la récupérant et en la détournant. Certains auteurs, tels Naomi Klein, évoquent à ce sujet cette bible de l'activisme que constitue *Rules for Radicals* de Saul Alinsky. "D'un seul mouvement simple et habile, écrit-il, on peut renverser un géant en utilisant l'élan de l'ennemi"¹. On y exalte, pour ainsi dire, une sorte de "iu-jitsu politique de masse"² basé sur cette idée simple et finalement assez proche de la dynamique interactive de la polémique : "la force supérieure des Puissants engendre leur propre défaite". En France, Guy Debord, dans son ouvrage *La société du spectacle*, fut l'un des premiers à exprimer le pouvoir d'un simple détournement, qu'il définit comme une image, un message ou un artefact dégagé de son contexte pour créer un nouveau sens. Aux USA, cette idée de résistance culturelle a été relancée, dès 1984, par le groupe de collage *Audio negativland*, de San Fransisco, associé au *Front de libération du panneau-réclame*. Si Debord s'attaquait au monde de l'art et à la culture passive et bourgeoise du spectacle, les résistants d'aujourd'hui s'attaquent plus volontiers à la publicité et à d'autres canaux du discours commercial. "Une bonne opération de résistance, affirme Naomi Klein, c'est une radiographie du subconscient d'une campagne, qui dévoile non pas son contraire, mais la vérité profonde qui se cache sous les couches d'euphémismes publicitaires"³. D'où, par exemple, des visuels détournés présentant le personnage de Joe Camel (le grand cigarettier) transformé en un sinistre Joe Chimio, placé sous perfusion.

¹ S. ALINSKY, *Rules for Radicals : A Pragmatic primer for Realistic Radicals*, Random House, New York, 1971, p. 152.

² N. KLEIN, *No Logo, La tyrannie des marques*, Arles, Actes Sud, p. 424.

³ *Ibid.*, p. 425.

Ces groupes pratiquant le jiu-jitsu médiatico-polémique et le détournement d'images ont profité de l'extraordinaire opportunité médiagénique d'Internet pour prendre leur essor et se multiplier. Internet est rapidement "devenu l'outil incontournable pour ce qui est de la diffusion mondiale de l'information sur les multinationales"¹. Leur stratégie consistant à user de manière novatrice (et médiagénique) des technologies de la communication, pour irriter des cibles telles que *Nike* ou autres grandes sociétés.

Plus largement, des sites d'information alternative, de contre-pouvoir médiatique, vont se développer, notamment sur le modèle d'*Indymedia* qui devait naître à l'occasion du sommet de l'OMC en novembre 1999, à Seattle. Ils forment un réseau d'information militantes prônant une autre mondialisation et revendiquant de façon polémiste un "journalisme de liberté". *Indymedia* et les sites activistes du même type affirment être constitués de centaines de correspondants qui collectent les informations là où ils sont, de documentalistes qui procèdent au tri et de "journalistes professionnels qui exploitent cette documentation et conduisent les enquêtes"². Pour eux, un principe, un slogan emblématique : "don't hate the media, be the media !" Prônant un "journalisme militant", ils se présentent comme "médiactiviste" en appelant, dans leurs espaces de discussion, à une sorte de "cybercitoyenneté" militante. Il faut affirmer son opinion contre la voix dominante forcément suspecte des grands médias d'informations. Il faut donc profiter de ce nouvel espace qu'ouvrent les *automédias*, selon l'expression de Pierre Lévy, pour cyberpolémiquer. Pour affirmer collectivement et individuellement –(con)fusion que favorise médiagéniquement Internet– son discours contre. Forcément contre. Avec une pugnacité partout affirmée : "l'information est une arme, la liberté un combat !".

Un attentat ? Quel attentat ?

Au lendemain des événements du 11 septembre, ces sites activistes et polémiques ont trouvé un nouvel essor. Un paradoxe, compte tenu de l'indignation assez monolithique et univoque en Occident ? Pas forcément, car une des explications se trouve dans cette unanimité

¹ N. KLEIN, *op.cit.*, avec cet intertitre révélateur : "Allumez un MCSPTOT sur le net", p. 587.

² Voir la page d'accueil du Réseau Voltaire.

de la presse elle-même. Dans l'optique de contre information que partagent des groupes activistes comme *Indymedia*, *Réseau Voltaire*, ou *Asile utopique*¹, ce traumatisme de l'actualité doit être réapproprié de manière polémique, en s'opposant à l'affectivité de surface et à l'esthétisme² naïf de la réaction médiatique massive ayant suivi l'attentat. Plus que jamais, il s'agissait alors pour eux de se saisir des images et des événements officiels pour les contredire, dénoncer les manipulations dont ils auraient été l'objet. Ils ont ainsi acquis une notoriété certaine en contestant ce qui paraissait incontestable : la nature et la gravité des attentats eux-mêmes, du moins celui qui devait toucher le Pentagone. Sous des titres tels que "Pentagone, le jeu des 7 erreurs" (*Asile utopique*), "Les mystères de l'attentat contre le Pentagone" (*Réseau Voltaire*) ou même "Un avion s'est-il vraiment écrasé sur le Pentagone ?" (*AmigaPhil*)³, ils tentent ainsi de démontrer que le centre névralgique de la défense américaine n'a pu être touché par le Boeing de la version "officielle". Trop d'invéraisemblances, de contradictions, d'absence de preuve. Leur interprétation s'achemine vers l'hypothèse tonitruante d'une "dissidence terroriste au cœur de l'appareil militaire américain" qui serait responsable d'une sorte d'attentat intérieur.

Voilà qui permet de revenir sur la question de la polémique par l'image, car leur démonstration s'appuie sur un grand nombre de photographies assorties de quelques cartes et infographies. On y trouve des photos satellite, des images provenant de l'US Department of Defense, des vues de témoins "crédibles", etc. On "recycle" donc des visuels multiples et émanant souvent des sources "autorisées" pour tenter d'affirmer cet audacieux –voire intenable, dans ce cas– discours-contre. On retrouve ici l'idée activiste d'utiliser la puissance d'autrui. En l'occurrence, la puissance iconico-médiatique de l'adversaire. Mais une contradiction fâcheuse apparaît néanmoins : ils utilisent eux-mêmes les images et les informations que partout ailleurs

¹ <http://www.reseauvoltaire.net> ; <http://www.asile.org>

² Après le traumatisme du 11 septembre, on a pu détecter dans la presse plusieurs types de réaction notamment une volonté de se réapproprier l'événement traumatique par l'esthétique et le narratif, voire le ludique (cf. les images détournées dont il sera question plus loin) ; j'ai eu l'occasion de mener une analyse plus approfondie sur ce sujet dans "Glacis d'actualité, effet clip et design télévisuel. Fragments d'une esthétique du petit écran", in "Télévision, la part de l'art", *Mei*, n° 16, Paris, 2002. Voir aussi Ph. MARION et G. DERÈZE, "Le cru et le glacé", in "La nouvelle guerre médiatique", *Médiatiques* n° 25, Louvain-la-Neuve, 2001.

³ <http://www.amigaphil.planetinternet.be/PentagonCrash.html>.

ils invitent à contester. Mieux, ils demandent implicitement que l'on fasse confiance aux images médiatiques puisqu'elles leur servent de preuve et d'argumentation. Mais, par ailleurs, ils incitent leurs internautes à contester systématiquement la fiabilité de ces mêmes images médiatiques. Comme si, en manipulant eux-mêmes les images des grands manipulateurs, ils nous manipulaient à leur tour.

D'un autre point de vue, et avec un peu de recul, on peut trouver démocratiquement stimulant cet exercice de contestation des façons de penser l'actualité, massives et unanimistes, déployées par les grands médias classiques. En ce sens, cette rencontre médiagénique d'Internet et de la polémique aurait une véritable légitimité en ouvrant la possibilité démocratique de créer des contrepoids à l'information dominante. Mais un problème persiste à propos de l'ambiguïté des arguments, et notamment des arguments iconiques. Cela se complique encore davantage lorsque l'on soupçonne une volonté mercantile. C'est assez clairement le cas avec le best seller de Thierry Meyssan, un des maîtres à penser du Réseau Voltaire : *11 septembre. L'effroyable imposture*¹. Livre qui, dans un timing étonnant, est lancé en même temps que le site qui lui est consacré...

Détournements d'images et cadeaux d'internautes

A côté de ces sites activistes tout entiers dévolus à la cyberpolémique, on trouve d'autres lieux intéressants sur le plan du traitement et du détournement d'images. Ces sites rejoignent sans doute davantage l'esprit de la caricature et du dessin de presse en mobilisant une distanciation ironique face aux images de l'actualité. Parmi d'innombrables exemples, les adresses <http://www.humour.com>, <http://www.happiertimes.com> ou <http://www.désinformations.com>, ce dernier se présentant comme "le web-journal satirique". Ils proposent un détournement permanent d'images photographiques : le Manneken Pis habillé contre la guerre en Irak, George Bush dans les bras d'un Saddam Hussein hilare, etc. La question controversée de la recherche infructueuse d'armes de destruction massive sur le territoire irakien a, au printemps de 2003, stimulé une myriade de clichés caustiques. Ou plus exactement de photos rendues caustiques par leur utilisation contextuelle et le commentaire qui les accompagne : soit un cliché d'un vieux vélo abandonné contre un mur assorti de l'avertissement :

¹ TH. MEYSSAN, *11 septembre. L'effroyable imposture*, Paris, Éd. Carnot, 2002.

“attention, arme de destruction massive !”, Ou encore : “undeniable signs of massive Iraqi troop buildup on Kuwaiti border” avec sur l’écran un dérisoire tank-jouet disposé le long de brindilles. Ce phénomène de détournement caricatural qui cristallise ludiquement une polémique s’est particulièrement développé, on s’en souvient, lors de l’après 11 septembre.

En termes pragmatiques, ces images –pour reprendre la typologie modale proposé par François Jost dans le cadre de la télévision– ne relèvent plus du mode *authentifiant* et elles échappent aussi au mode *fictionnalisant*. Elles appartiendraient plutôt à l’entre-deux du mode *ludique*. Sans doute y aurait-il un lien médiagénique intense à établir, sous l’égide d’Internet, entre ce mode ludique et la notion de virtuel.

Sur un versant davantage anthropologique de la médiagénie, il convient aussi de s’interroger sur la circulation et le mode de consommation de ces images. Elles sont pour ainsi dire l’objet de “net gifts”, de cadeaux que l’on se communique en annexe de E-mail. Que ce soient les images elles-mêmes ou les sites où elles sont disponibles. Le tout se jouant dans une sorte de fièvre de la circulation, de la transmission. Peut-être pourrait-on y déceler une sorte de *potlatch médiatique* : un don sans contrepartie, si ce n’est le plaisir de l’échange lui-même. Avec néanmoins une gratification symbolique, ne serait-ce que celle du surfeur méritant qui a découvert ces bonnes images. Et celles-ci s’accumulent et s’étoilent de mail en mail, de site en site.

Nouveaux territoires de la rumeur

Un des meilleurs cadre explicatif pour comprendre cette dissémination de l’image polémique sur Internet réside dans la théorie de la rumeur. Celle-ci permet de rendre compte autant de l’expansion de contre informations activistes comme “l’imposture du Pentagone” que des échanges d’images manipulées via le net.

Ce que d’aucuns considèrent comme le plus vieux média du monde semble rencontrer ici un de nos médias le plus contemporain : Internet. Leur force, leur dynamique respective interagissent, s’accroissent et se démultiplient. La souplesse, la capacité d’accumulation, la vitesse et l’extension géographique hypertrophie la performance rumorale. A cela s’ajoute le fait que la presse et les médias classiques relaient et amplifient à leur tour la circulation de ces images–rumeurs.

Mais quels sont traits de la rumeur (de sa médiativité) qui s'articulent bien avec le fonctionnement d'Internet ? Le caractère inoriginé et l'anonymat, tout d'abord. La rumeur circule, se propage, mais on ne sait pas très bien qui est à l'origine de ces images, suivant le modèle bien connu du "on m'a dit que...". Cette caractéristique concerne surtout les échanges d'images polémiques et/ou satiriques entre internautes : elles circulent sans que l'on ne se préoccupe trop de leur origine. Cette fluidité rumorale s'assortit d'une forme de déresponsabilisation (effacement du tiers médiateur), elle-même associée à une forte attractivité et à un investissement affectif assez important, même si cela n'est parfois qu'un jeu (modèle dialogique du "tu sais ce que l'on raconte?"). L'hypothèse polémique du faux attentat comme les photos détournées de l'après 11 septembre répondent largement à ces particularités de la rumeur. Quant à la dimension de communication ouverte¹ et d'appel à la participation, elle se trouve bien sûr décuplée dans le cyberspace, notamment par l'intermédiaire des chats².

Dans l'ouvrage qu'il a consacré au sujet³, Kapferer précise que la rumeur n'est pas forcément fausse mais nécessairement *non-officielle*. Avec certaines informations polémiques lancées par les sites activistes décrits ci-dessus, on peut avoir l'impression que ce caractère non-officiel prend le dessus sur l'authenticité de l'information. Il n'est de bonne communication que libre, même si la fiabilité doit en souffrir : tel serait le principe dominant ici. Comme si les fausses rumeurs étaient le prix à payer pour les rumeurs fondées. Le principal étant qu'une contre information existe et circule rapidement. D'où ces deux constantes dans cette conception polémique de l'actualité : d'une part, toute information "officielle" doit être affectée d'une suspicion de principe (la "mauvaise foi" militante), d'autre part la liberté d'expression l'emporte toujours sur la vérité. Au bout du compte, tout se passerait donc sur le registre affectif et manichéen de la foi : y croire ou pas, adhérer ou ne pas adhérer à la thèse.

Quant aux images détournées qui s'échangent sur Internet, elles posent elles aussi nombre de questions notamment celle d'un recyclage accéléré de l'imagerie d'actualité. Plus encore que dans les

¹ A. GRYSPEERDT, A. KLEIN, *La galaxie de la rumeur*, Bruxelles, EVO, 1995.

² On peut, pour s'en convaincre, se reporter au véritable crescendo d'échanges polémiques entre internautes à propos du crash du Boeing 757 sur le Pentagone, voir notamment les discussions sur <http://backwash.com>.

³ J. N. KAPFERER, *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*, Paris, Éd. du Seuil, 1987.

dessins de presse et les photographies détournées de la presse écrite, le statut référentiel (et le degré d'iconicité, de fictionnalité) de ces images n'a plus guère de pertinence sous l'égide d'Internet et de son écran. Les images, leur statut traditionnel d'analogon, leur fidélité référentielle, tendent à s'estomper, à perdre en pertinence. Le ça-a-été, l'adhérence du référent si chère à Roland Barthes, la documentarité et la dimension testimoniale de la photo perdent en pertinence avec de telles manipulations et trucages accélérés. Avec les images circulantes d'Internet, la porosité intericonique s'accroît. Les typologies traditionnelles éclatent. Et la crédibilité différentielle attribuée aux images figuratives s'estompe également. Comme si l'important devenait l'excitation, la stimulation affective, immédiate et ludique par les images.

En fait, deux évaluations extrêmes peuvent être tirées de ce traitement des images. D'un point de vue assez optimiste, on peut considérer que, si les images sont interchangeable et manipulables, à ce point, c'est qu'elles sont relatives, que leur "vérité" n'est pas définitivement stabilisée. Le citoyen pourrait donc y trouver l'occasion d'exercer son regard critique sur l'iconographie proposée par les médias. Celles-ci devant être l'objet d'une légitime suspicion. D'un point de vue plus pessimiste, l'équivalence généralisée des images risque de se doubler d'une indifférence généralisée aux images, même si celles-ci renvoient à une réalité traumatique ou dramatique. Tout se passant par écran interposé, les images se vaudraient toutes et rejoindraient toutes l'ordre du ludico-virtuel.

Reste que cette dissémination médiagénique accélérée et éclatée de ces discours-contre à travers l'image et les nouveaux médias ne signifie pas la fin de l'esprit polémique, bien au contraire. Mais elle pose de façon assez radicale la question d'un déplacement du journalistique au médiatique, et du médiatique au transmédiatique, avec toutes les conséquences que cela entraîne.