

DANIEL BOUGNOUX

Si j'étais médiologue...

Quelle rage ont-ils donc tous, sociologues, sémiologues ou psychanalystes, à vouloir mettre la science dans leur camp ? Il suffit de lire les publications courantes, ou d'assister à des soutenances de thèse, pour comprendre à quel point les sciences sociales demeurent féodales, bardées de citations qui sont autant d'allégeances au suzerain et d'arguments d'autorité. Chacun s'efforce en ces matières de faire la grosse voix plutôt que de débattre, ou de démontrer. À cet égard, la psychanalyse grossit jusqu'à l'exagération une situation générale ; propose-t-elle mieux à ses fidèles, dans la plupart des cas (le cas Dora, le cas Aimée, le cas Freud...), que d'habiles opérations de communication ?

Lewis Hine
Icare,
construction
de l'Empire
State Building,
1931.
DR.

La discipline qui prendrait pour objet ces sortilèges de la fantasmagorie collective serait donc bienvenue – ou maudite : elle serait, dans le champ des sciences sociales, la science par excellence en nous montrant à quoi les autres marchent, à quels miroirs elles nous prennent.

Si j'étais médiologue, je n'annoncerais pas à coups de clairon la naissance d'une nouvelle science. La « coupure épistémologique », les méthodologies et les mesures quantitatives ne seraient d'ailleurs pas mon premier souci. Simplement, je m'efforcerais de comprendre un peu mieux la bizarre logique des médias. *Les médias* (il va falloir s'expliquer avec ce mot mille-pattes) relie les hommes entre eux à travers l'espace et le temps. Debray a proposé d'appeler plutôt communication la mise en relation qui franchit les distances, et transmission le voyage du message à travers le temps. Admettons, et reprenons mot à mot.

Reliant : cette relation prime sur tous nos contenus de connaissance, elle gouverne le sens des messages comme elle conditionne l'existence de chacun ; vivre c'est être relié, et l'intelligence elle-même est d'abord une activité de liaison, ou de connexion.

Les hommes entre eux : dès qu'il s'agit de relations pragmatiques (de sujets à sujets) et non simplement techniques (du sujet aux objets), plus rien n'est linéairement programmable car le sujet est opaque au sujet, ou difficilement prévisible. On n'agit pas sur les représentations de quelqu'un comme on tape sur un ballon, ou sur un clavier d'ordinateur ; l'autre ne se laisse pas étudier sans m'étudier en retour, nous copilotons la relation sans pouvoir, ni l'un ni l'autre, la dominer exclusivement.

D'où une première limite, de taille, à d'improbables « sciences de la communication » (dont l'étude des médias constituerait le noyau dur) : si *communication* désigne l'action ou le comportement d'un sujet agissant sur les représentations d'autres sujets par le détour des signes, il est clair que cette entreprise peut toujours échouer. On programme une chaîne technique, mais non pas ses amours, ni ses conversations. Un « plan média » dépend pour réussir de la bonne volonté des récepteurs, la publication d'un sondage en période électorale peut porter malheur au candidat favori, et les campagnes de prévention suscitent de bizarres réticences, voire des effets pervers... En bref, l'interaction (médiatisée ou non) entre sujets demeure aléatoire, la relation n'est pas une *chose* facilement manipulable, et la règle générale en matière de média demeure, au mieux, de bricoler. En l'état actuel de la réflexion, une médiologie participe donc du même bricolage, comme la sociologie des médias depuis 1945. Pour personne, les médias ne semblent *bons à penser*.

Ces phénomènes de diffusion et de transmission, qu'on résume par « la communication », tressent ensemble des relations pragmatiques de confiance ou d'autorité, médiatisées par des outils, mais appuyées aussi sur des partis, des écoles ou des associations, faute desquels l'esprit planerait sur les eaux au lieu de s'incarner durablement dans des corps et d'avoir des effets bien tangibles (car certaines doctrines, en se diffusant, ont changé le cours de l'histoire). Pour que ceux-ci réussissent, il a fallu aligner et faire coopérer quantité de facteurs ; parmi les multiples ingrédients d'une communication efficace, on trouve du psychologique, du pragmatique, de l'institutionnel et (*last but not least*) du technique...

Voisinages (philo, psycho, sémio, socio...)

Si j'étais médiologue, j'aurais donc beaucoup d'interlocuteurs ou de voisins. Comment ceux-ci se débrouillent-ils avec les épineuses questions de la diffusion, de l'influence ou des médias ? Le philosophe classique se réclamait d'une raison universelle ou d'une « lumière naturelle », qui suggère le modèle d'une propagation gratuite à travers l'éther transparent. Consentirait-il, en écartant ce commode soleil, à réfléchir aux conditions pratiques et techniques d'acheminement des messages ? « Le bon sens est la chose du monde la mieux partagée » – sans doute, puisque la raison se définit comme notre bien commun, et la folie au contraire comme ce qui sépare et enferme. Mais comment s'effectue historiquement, socialement, techniquement ce « partage » ? Le philosophe croirait rabaisser le débat et freiner l'envol de sa pensée en rattachant celle-ci à ses bases pratiques, matérielles. Deux exemples : le *logos*, pour se déployer, a-t-il besoin de l'écriture, ou celle-ci n'est-elle que le tombeau de la pensée vive ? Dans le *Phèdre*, Platon dramatise la question en mettant en scène le dialogue égyptien de Thamous et de Thot, mais il escamote au fond la réponse. De même nous ne saurons pas, au terme du *Cratyle*, si l'on peut aller « aux choses mêmes » sans le secours des mots, et la philosophie ne prendra qu'assez tard ce *tournant linguistique*.

Cet oubli des facteurs ou conditions techniques court à travers l'histoire de la philosophie, qu'on pourrait assez bien qualifier par sa *suffisance* : obnubilé par l'idéal, ou par l'autonomie de la raison en son noyau logico-mathématique, ou par l'efficacité du symbolique, ou par les droits imprescriptibles de l'esprit, le philosophe répugne à descendre jusqu'à l'étude de la complexe machine sans laquelle ses idées les plus chères n'auraient

aucune chance de germer et de se reproduire. « En France, on n'a pas de pétrole mais on a des idées », proclamait dans les années soixante-dix une campagne d'affiche consécutive au choc pétrolier. Flatteur pour le chauvinisme national, mais typiquement idéaliste, ce slogan oubliait que nos débats, nos universités, nos centres de recherche ou nos publications survivraient difficilement à une pénurie sévère de matières premières. Un dialogue entre philosophe et médiologue conduit à opposer au discours du premier sur les fins celui, moins exaltant, des *moyens* (des médias).

La rencontre du médiologue et du psychanalyste paraîtra encore plus improbable : en quoi les facteurs techniques peuvent-ils intéresser l'inconscient ou la vie imaginaire de l'individu ? La cure instaure un tête-à-tête entre deux sujets, ou du sujet avec lui-même, sans l'interposition d'aucun média. Imagine-t-on de faire son analyse par téléphone, télévision ou vidéo-conférence interposés ? La « question de la technique » pourtant, ici non plus, ne se laisse pas évacuer si l'on songe que nos médias acheminent jusqu'à notre sphère domestique des informations mais aussi, et avant tout peut-être, des affects, du rêve, de l'imaginaire, des relations et des identités collectives qui ne peuvent être sans effet sur l'intimité de chacun. Partout où un média intervient, le partage se brouille entre l'individu et le collectif, qui lui imprime ses raisons et ses folies particulières. Une psychanalyse moins individualiste ou plus « sociale » pourrait donc s'intéresser à l'efficacité médiatique, comme elle s'est ouverte autour de Lacan à l'efficacité linguistique et symbolique. Elle s'aviserait que nos objets techniques sont aussi des miroirs qui peuvent se remplir d'imaginaire. C'est le cas par excellence des écrans (de télévision ou d'ordinateur), sur lesquels l'utilisateur recueille un « second self » (Sherry Turkle), une doublure de lui-même ; mais la plupart de ces médias que nous enfilons littéralement sur notre corps – l'automobile, les dispositifs de connaissance ou les enceintes de la presse écrite ou audiovisuelle – nous servent aussi d'écrans, de protection ou de projection, pour filtrer et tenir à bonne distance la réalité extérieure.

Ces médias, et particulièrement l'ordinateur ou la télévision, sont-ils quelque chose que nous avons ou, dorénavant, que nous sommes ? Partout où se tisse le bizarre enchevêtrement du corps-esprit et de ses prothèses, l'espace ou le jeu du média interpose entre notre conscience et le monde extérieur une zone tampon, qu'on nommera avec Winnicott espace potentiel ou transitionnel, qui n'est ni dehors ni dedans, ni du sujet ni des objets, et qui par cette neutralisation des oppositions nourrit les relations de confiance, et l'exercice des jeux et des apprentissages. On a trop intellectualisé les médias en les consi-

dérant en priorité comme des vecteurs d'information, soumis dans cette mesure aux alternatives du vrai et du faux, alors qu'ils fonctionnent largement en deçà ; en enveloppant leurs récepteurs dans une zone d'indistinction que le psychanalyste qualifiera de primaire, ils nous apportent relation et relaxation, confort et confiance ou, comme dit McLuhan, *massage* précédant tout message. Mais nous ne voyons pas vraiment ces enceintes comme des objets ; parce qu'ils exigent pour fonctionner une part énorme de nous-mêmes, les médias ne se laissent pas saisir à bonne distance ou face à face. Dans nos usages quotidiens, nous passons avec eux du regard de surplomb à la nage.

Confrontée à la sémiologie, notre médiologie n'assisterait pas, bras croisés, aux prouesses déconstructives ou interprétatives qui firent les délices des années soixante. Là où la sémio décrit (admirablement avec Roland Barthes) les chatoiements du sens littéraire, artistique, culturel au sens large, la médiologie aimerait mieux comprendre le passage des formes aux forces, ou comment la sphère des signes et la transcendance des codes *embrayent* sur notre vie. On ne rendra pas compte de « l'efficacité (du) symbolique » – maître mot des années Lévi-Strauss ou Lacan – en se bornant à décrire le jeu grisant des signifiants et leurs permutations infinies, il faudra examiner encore par quels effets de cadre, de vecteurs techniques ou d'institutions les sujets (notion antipathique aux sémiologues) ont effectivement fait « des choses avec des mots » – et aussi avec des images, des gestes ou des sons... Ce programme, on le sait, correspond au *tournant pragmatique*, effectif avec la généralisation dans les années soixante-dix d'une double problématique : celle, en linguistique, des actes de langage lancée par Austin, et plus généralement de l'énonciation ; celle, venue de l'école de Palo Alto, du primat de la relation et des effets de cadre en psychologie clinique ou sociale. Ce carrefour interdisciplinaire de la pragmatique, et ses principaux mots clés qui sonnent comme autant de programmes de recherche (énonciation, relation, subjectivité, interactivité, efficacité symbolique-ictonique-indicielle, autorité, pertinence, croyance...), n'ont pas fini de bousculer les objets et les concepts d'une philosophie, d'une sémiologie ou d'une psychologie antérieures, nettement plus statiques. La nébuleuse ou le vortex pragmatique pourrait attirer et satelliser le travail médiologique, qui s'attaque aux mêmes questions à partir d'une sensibilité ou d'une mouvance à la fois plus sociale, plus historique et plus technique. La pragmatique aura beaucoup fait pour réhabiliter et complexifier la notion de sujet, mais elle circonscrit généralement ses études à la sphère intersubjective ou faiblement médiatisée de nos relations. La médiologie pour sa part, sans constituer à proprement parler un nouveau tournant dans le

tournant pragmatique, insisterait davantage sur les facteurs techniques et organisationnels de l'énonciation.

C'est ce facteur technique, et une certaine logique des outils, que le médiologue rappellerait utilement au sociologue chaque fois que celui-ci critique la violence symbolique en termes de projet dominateur ou de logique de classe. Démasquer les manipulateurs assure une large audience, et quand la dimension pamphlétaire se mêle subrepticement à la science, le « capital symbolique » du professeur devient optimum. On objectera pourtant à Bourdieu et à ses disciples qu'ils reproduisent, en dénonçant les manipulations médiatiques et le contrôle symbolique en général, un ancien clivage qui a distribué aux Anglo-Saxons la curiosité technique et les recherches empiriques sur les effets des outils, et à nous le soupçon idéologique et l'indignation morale. Les uns et les autres ont raison sans doute, mais en ne détenant chacun qu'une moitié du programme : ceux-là manquent de flair politique, ceux-ci de culture technique. Ou encore, résume Debray : « Côté "Europe", alliance d'un réalisme politique et d'un angélisme technique ; côté "Amérique", alliance d'un angélisme politique et d'un réalisme technique » (*Transmettre*, page 47).

Il sera difficile de ne pas avoir avec Pierre Bourdieu, incontournable dans ce débat, une explication franche ¹, tant ses écrits récents sur la télévision heurtent le médiologue ; au lieu de considérer les contraintes du format et la grammaire du petit écran, le sociologue s'acharne à dénoncer la censure venue des présentateurs et la malveillance du dispositif... À cette sociologie imprécative, bien faite pour rameuter le ressentiment qu'inspirent à juste titre au public les dérapages réels et les abus du « pouvoir médiatique », la médiologie pourrait opposer, plus sobrement, que les effets des médias commencent avec le formatage des espaces et des temps, qui ne sont nulle part immuables. Les règles de l'énonciation ne sont pas les mêmes quand on passe du Collège de France au plateau de *La Marche du siècle*.

Si j'étais médiologue, je ne laisserais pas la critique des médias, partout rampante dans le public et chez les journalistes eux-mêmes, à Bourdieu, au talentueux Serge Halimi ni aux disciples de Debord. Fasciné par la transmission longue des « grands récits » (christianisme, marxisme) et par leurs effets organisateurs, Régis Debray néglige comme subalterne le temps court des médias, et va jusqu'à exclure ceux-ci de la médiologie au début de ses *Manifestes médiologiques* (page 22). C'est trop manier le paradoxe, et chercher le malentendu ; mais derechef, qu'est-ce qu'un média ?

1. Elle a commencé avec la réponse de Daniel Schneidermann dans *Le Monde diplomatique* de mai 1996, que nous avons nous-même prolongée dans *Esprit* de juin 1996 (« Pierre Bourdieu, sociologue boudeur »), dans *Les Cahiers de médiologie* n° 3 (« Pierre Bourdieu, la science et les médias », également paru dans *Libération*) et dans *Le Magazine littéraire* d'octobre 1998 (« Géant parmi les nains ») ; voir aussi la note de Régis Debray sur l'arrogance sociologique, page 133 de *Transmettre*.

Ce que *media* veut dire

On ne sait pas très bien ce que *media* veut dire. En l'identifiant à l'objet technique en général, McLuhan ouvrirait trop le compas : les médias sont des outils sans doute, mais tous les outils sont-ils des médias ? On est tenté de limiter l'application du terme à ceux qui produisent des effets symboliques, cognitifs ou de représentation. Avons-nous par cette restriction défini un sous-ensemble nettement circonscrit ? Le livre, l'ordinateur ou l'horloge sont des médias parce qu'ils acheminent jusqu'à notre conscience des signaux ? On le dira du fonctionnement de beaucoup d'autres outils. La télévision est un média, et pas le réfrigérateur ? Pourtant les effets symboliques de ce dernier ne sont pas minces et on montrerait assez facilement comment, en modifiant l'espace familial et le rythme des tâches domestiques, cette machine est grosse d'effets culturels, particulièrement dans les pays chauds... Ajoutons que toute machine, par son *design* ou sa forme, communique au-delà de sa fonction utilitaire, ne serait-ce que parce qu'elle est d'abord, et sans contestation possible, signe d'elle-même : un frigo peut fonctionner comme plan de montage ou de réparation d'un autre frigo et rentrer ainsi dans la catégorie, impossible à borner, des « machines cognitives ». Au plus bref et pour couper à cette scolastique, nous poserons qu'un media est le véhicule d'un message, à la façon dont le signifiant est la face matérielle (à la fois évidente et cachée) du signifié. On connaît des signifiants par excellence, comme les lettres de l'alphabet ou les mots de la langue, mais il en est de plus diffus ou marginaux, vecteurs de connotations ou de distinctions symboliques ; de même notre « fonction média » s'échelonne depuis certains dispositifs ou vecteurs incontestables de messages, jusqu'à une frange où l'on pourra rencontrer selon les cas tous les outils.

Médiologue, je considérerais comme relevant de ma « discipline » (et thèmes possibles de ces *Cahiers*) de simples matériaux comme le papier ou le verre, aux incidences très fortes sur la cognition ; des machines de transport comme l'auto, le vélo, la route ou les réseaux (car le routage des marchandises accompagne celui des informations et tout message, aussi « idéal » soit-il, doit emprunter un vecteur matériel) ; des machines logiques de classement et de manipulation des symboles (l'alphabet, les arts de la mémoire ou aujourd'hui l'analyse numérique et l'informatique) ; des dispositifs scéniques en général, qui régulent les énergies et renforcent les identités (les différentes sortes de spectacles, les cérémonies religieuses, les événements sportifs et politiques, les commémorations et les monuments) ; et bien sûr

les grands médias proprement dits, « tous supports de diffusion massive de l'information » selon la définition (restrictive car trop intellectualiste) du *Petit Robert*.

L'inventaire d'un pareil *champ* (terme cher à Bourdieu) serait prématuré et voué à l'échec, car l'approche médiologique ne porte pas sur une collection dénombrable d'objets ni même de catégories, elle demeure transversale et manifeste un certain type de curiosité, ou comme on dit aussi de sensibilité. Roland Barthes exerçait sa sensibilité sémiologique en traquant sous les fantasmes naturalistes les stéréotypes de la culture et la machination des codes ; peut-être devient-on médiologue en soupçonnant de même *l'immédiateté* dans tous les domaines. Partout où la conscience spontanée croit à la présence à soi de l'esprit, de la mémoire, du pouvoir, partout où l'autorité des signes ou des valeurs (le Beau, le Bien, le Vrai) s'explique ou s'impose tautologiquement, notre critique viendrait mettre en évidence par quels relais techniques, quelles organisations du travail ou quelles médiations cachées *cela marche*.

Les médias ont le même fonctionnement autoraturant que les signes : le téléphone ou la télévision, quand ils débitent bien, m'apportent l'illusion de la présence vive ; de même, au comble de l'émotion participative, j'oublie le volume imprimé du roman ou la salle de cinéma. S'il n'est de connaissance que du caché, le programme d'une médiologie n'est pas un mirage ; nos médias appellent une critique ou une analyse systématique, dans la mesure où ils ne fonctionnent efficacement qu'en se faisant oublier. La psychanalyse a dévoilé l'inconscient psychique ; la médiologie pourrait révéler quel inconscient technique hante notre vie symbolique et sociale. Sans nostalgie déplacée pour une immédiateté qui relève de la magie, ni enthousiasme excessif pour les « nouvelles technologies », l'étude des articulations et des ruses du couple media/message s'annonce aussi prometteuse pour nos sciences sociales que fut, en son temps, le couple du signifiant et du signifié isolé par Saussure au fondement de la linguistique.

Parmi les philosophes contemporains, le projet d'une médiologie a été nettement tracé par Jacques Derrida dès *La Grammatologie* (1967), avec la problématique de la différance (avec un a) et de l'économie des traces au cœur de toute « présence vive » ; par François Dagognet et ses scrupuleuses enquêtes sur les gestes et les phénoménotechnies (dont Bachelard avait indiqué le programme) qui construisent patiemment ce qu'on appelle le réel ; par Michel Serres qui, dans la série de ses *Hermès*, n'a cessé d'insister sur les aléas de la transmission et ses ruses « ulysséennes »... La pragmatique de l'énoncia-

tion scientifique développée par Bruno Latour participe de cette mouvance « constructiviste », et ce n'est pas un hasard si les noms de Dagognet, Derrida, Latour ou Serres se retrouvent au sommaire de nos premiers *Cahiers*.

Les résultats cueillis au cours de la randonnée médiologique paraîtront nécessairement disparates, voire incongrus ou douteux : il est malséant de révéler les petites causes sans lesquelles de grandioses réalisations civilisationnelles n'auraient pas vu le jour. L'explication médiologique semble « vendre la mèche », et elle entraîne une sorte renouvelée de blessure narcissique ; elle plaira aux ironiques autant qu'aux tâcherons, et heurtera dans leurs convictions les zélotes de la vie immédiate et de la pensée pure.

Faut-il s'expliquer en passant sur cette *explication médiologique* ? Celle-ci devra en permanence se garder du dragon répertorié « déterminisme technique », et toujours privilégier des causalités de type systémique, écologique ou pragmatique. Médias, milieux : la proximité de ces deux termes nous rappelle que les médias (autre définition possible) sont l'écosystème de nos idées, si bien que des uns aux autres la relation semble d'autorisation plutôt que de conditionnement strict. Quand la pensée propose, les médias disposent ; mais inversement, n'allons pas croire que les sujets récepteurs que nous sommes soient directement soumis à la tyrannie des médias. Cinquante années de *media studies* nous ont montré, et Grégory Derville le rappelle ici même, que quand les médias proposent, ce sont des sujets pragmatiques, retranchés derrière leur clôture informationnelle, qui picorent et qui zappent.

En rattachant la sensibilité médiologique à la sphère ou à la nébuleuse pragmatique, et en ne décrivant ici que mes propres curiosités, je n'ai donc affirmé aucune prétention à la rupture ; le projet d'une médiologie m'apparaît urgent, intellectuellement neuf et excitant, mais il se tient devant ou entre nous, et il déborde de beaucoup les compétences individuelles de chacun.

Si la dénonciation de quelques effets des médias semble à la portée de tous, une critique raisonnée de leurs logiques en général - une critique anthropologique de l'homme en tant que *sujet à la communication*, ou sujet exposé aux médias - s'annonce comme une tâche autrement complexe, voire démesurée. L'enquête médiologique devra faufiler ses questions à travers la sémio, la socio, la psy, la pragmatique ou l'écologie, et composer avec ces disciplines majeures ; mais elle n'intéressera qu'en examinant des *cas*, si possible moins rebattus que l'imprimerie ou la photographie. Ce ne sont pas les sujets qui manquent, et nous avons du pain ou quelques sommaires sur la

planche ! Mais il faudra chausser les semelles de plomb, et rabaisser à chaque fois le débat. Nous n'enthousiasmerons personne, et nous n'aurons jamais la faveur des médias. Les journalistes ne peuvent s'enfermer dans l'autoréférence, et ils aiment fêter les messages exaltants ; or notre médium n'apporte aucun message, mais l'étude des conditions générales de la messagerie. De quoi donner un coup de main aux sciences de l'info-com, aux philosophies du soupçon, aux sociologies matérialistes de la culture – rien d'enivrant.

Tout de même... Jusqu'à Newton la chute des pommes n'étonnait personne et n'appelait guère d'explication ; si par extraordinaire la question surgissait, on répondait par la tautologie de la pesanteur. Je me souviens d'une autre tautologie, qui s'écrivait très haut sur les murs aux alentours de mai 1968 et dans la mouvance d'une Union des Jeunesses Communistes-Marxiste Léniniste qui n'était pas encore la GP :

« LA THÉORIE DE MARX EST TOUTE-PUISSANTE PARCE QU'ELLE EST VRAIE ».

Une médiologie pour « déconstruire » ma propre niaiserie en mai ?

Une médiologie pour comprendre ce qui fait qu'un message circule, quelles machines nous entraînent et comment marchent nos idéaux... – avec le risque de les envoyer *par le fond*.

Louis Aragon

Dès 1926, il réagit dans « Le prix de l'esprit », « Le prolétariat de l'esprit » puis *Traité du style* à la tyrannie de l'immédiateté imposée par Breton dans l'écriture automatique. Lui ne pose jamais au mage, et veut s'expliquer le génie ; il réfléchit aux moyens de l'œuvre, de la prépondérance d'un groupe ou aux chemins de l'influence, lors du rapprochement et des affrontements entre surréalistes et communistes. Tout en rédigeant les grands romans du *Monde réel* au cours des années trente, il organise activement les Comités antifascistes pour la défense de la culture, et il est journaliste à *l'Humanité*, à la radio soviétique puis à la tête du quotidien *Ce Soir* avec Jean-Richard Bloch. (Plus tard, le directeur des *Lettres françaises* se montrera toujours passionné par le marbre, la mise en page, les conditions pratiques de lancement et de circulation des idées.) Aragon ne se définit pas comme un écrivain engagé, toujours libre de reprendre sa signature, mais comme un militant qui s'efforce de parler – au moins dans ses écrits théoriques – au nom d'un Parti lui-même aligné sur le grand frère soviétique. Persuadé que l'individu par sa seule conscience morale et artistique n'a aucune prise sur l'Histoire, lui veut agir et peser sur celle-ci ; il s'applique pour cela à critiquer partout, et d'abord dans son œuvre, l'individualisme et l'idéalisme, et à soumettre son génie particulier aux exigences de l'organisation. Celui qui fit au cours de son orageuse existence deux guerres en première ligne, puis la guerre froide, n'aurait pas écrit *Aurélien*, *Les communistes*, *La semaine sainte* ou *Le fou d'Elsa*, où la vie aux armées laisse tant de traces, s'il n'avait été, plus longtemps et avec plus d'abnégation que d'autres, ce soldat qu'on promène, qu'on égare. Aragon chante les hommes *et leurs armes*, une bonne part de son expérience de romancier et de militant est durement marquée au poinçon de la chose militaire.

Quand la défaite et l'Occupation lui rendent une paradoxale liberté, il imagine un mythe où se mêle l'amour de la France et d'Elsa pour toucher la foule malheureuse, et rameuter depuis la profondeur du chant le sentiment national. Il sait intimement que l'amour et le chant sont des organisateurs collectifs d'une évidence qui ne se réfute pas ; que les hommes se reconnaissent et se rassemblent par des cadences, des images partagées ; qu'on peut par la contrebande d'un poème clandestinement recopié ou mémorisé faire reculer l'occupant ; que la Révolution a besoin d'hymnes, que le cœur et la bouche de ses partisans débordent d'amour, et de chansons.

Comme résistant et militant, Aragon fut un héros de la logosphère, mais aussi un apparatchik rompu aux détours et aux ruses du Parti. Écrivain, il fit appel aux ressources sémiotiques les plus variées, et son œuvre semble un hypertexte, un multimédia ou un tournoi aux *défis* toujours relancés, car il eut la passion de se confronter aux livres des autres, à la peinture (Matisse, Géricault), au cinéma, à la musique (chanson ou grand opéra), à la mode, aux médias et jusqu'aux vitrines des grands magasins... Il porta au paroxysme le mélange et le carnaval des genres, et il vécut transi par de multiples milieux sans se confondre avec aucun. Dédaigné par ses anciens amis surréalistes qui le trouvent à la fois trop cérébral et trop sentimental, longtemps suspect dans son propre Parti, Aragon est une fête pour qui cherche la critique au cœur de la création, sans séparer l'intelligence de l'expérience des passions.

« Je fais ce que je peux... », aurait-il dit sur son lit de mort, au terme d'une vie extrême. Il est émouvant de placer ces dernières paroles en regard d'une œuvre qui rappelle et oppose aux rêves qui nous font vivre la question lancinante de nos *moyens*.

Daniel Bournoux