

Cercles et miroirs

Roger Dadoun

Une radioscopie des médias montrerait le squelette en or massif qui charpente et soutient, de la plante des pieds à la pointe du cheveu, l'athlétique organisation médiatique, qui en assure ses triomphes spectaculaires comme ses plus cachottiers fourvoiements.

Un peu de préhistoire éloigne du présent – mais ce peu-là suffirait, sélectionné avec pertinence, à nous rabattre sur l'actuel, avec quelque chance de pouvoir disposer d'un éclairage offrant un plus vif relief. Il faudrait évidemment déterminer au préalable la ou les lignes de pertinence convoquées. Dans le couple voyeuriste que profile élémentairement la formule adoptée ici « les médias vus par les médias », on peut se contenter de décrire le face à face caractéristique de la situation contemporaine, où les médias font main basse et peau neuve les uns sur les autres, les uns dans les autres et, combinant ou surmontant rivalités, voracités et concurrences, prennent un incessant, narcissique et très malin plaisir à se tendre les uns aux autres de voluptueux, fluctuants et fallacieux miroirs, jouant à rejouer la célèbre séquence de *La Dame de Shanghai* où Rita Hayworth se revoit si belle en une galerie de glaces multipliées (mais prendre néanmoins garde aux miroirs biaisés où l'autre, et ils sont beaucoup, cherche à vous faire le coup – du balai, les vieux ! – du *Portrait de Dorian Gray*). Mais il peut être aussi recommandé, pour éviter de se laisser méduser par ces jeux spéculaires, de tenter une rapide anamnèse sociologique, de remonter quelque peu en arrière, pour relever d'éventuelles lumières rasantes – sachant que, dans notre approche limitée des médias au sens le plus large et le plus kiosquant du terme, il convient d'avoir toujours l'œil sur le medium ou média numéro un, le medium-maître, l'étalon « médiométrique », la télévision.

L'œil ensorcelé

La première référence, et la plus proche de nous, dont il importe de faire état, incontournable, est cet extraor-

dinaire – et d'autant méconnu – homme de médias qu'était Armand Robin (1912-1961)¹, écrivain et poète, mais aussi, en l'occurrence, journaliste collaborant à de nombreux journaux et revues et, plus remarquablement encore et avant tout pour nous qui voyons s'exécuter tant de loucheries radiophoniques, homme de radio, à la fois producteur de multiples émissions telles que *Poésie sans passeport* (textes publiés aux éditions Ubac, 1990), *L'Oreille voit*, *Chronique de l'œil de Winnie*, *Œil contre Œil*, *Belles-Lettres*, etc., et homme d'écoute planétaire, passant des nuits entières à capter les radios étrangères en plusieurs langues (il a à son actif, attesté par les traductions publiées, une bonne vingtaine de langues) pour en extraire la quintessence, reproduite sous forme d'un *Bulletin d'écoute* ronéoté remis chaque matin à des abonnés de choix, de l'archevêque de Paris au général de Gaulle ou à la Fédération anarchiste. Dans son essai sur *La fausse parole* complété par *Outre-Écoute 1955* (éditions de Minuit 1953, *Le temps qu'il fait*, 1979), il évoque l'expérience de ses nuits radiophoniques :

« Je ne vivais que visité par toute criallerie, que visé par tout pays piaillant. Toutes machines à dompter les mots vinrent loger chez moi, déchaînant les paroles, les arrêtant, les pétrifiant, les barattant, les gommant [...]. Non-grammaire, non-syntaxe, non-langue m'étaient sans fin dispensées en tout langage par ces engins qui, plus que moi, logeaient chez moi, insolents dessus mon lit. [...] Comment à la longue ne pas m'apercevoir que j'avais affaire à un monde ensorcelé, au sens le plus strict de ce terme ? » (54-55)

À l'ensorcellement par l'oreille (que l'on pourrait se risquer à rapprocher du fantasme de « la conception par l'oreille



Vive la télé ! © Paris Première / Guillaume Gaffiot

Roger Dadoun

Cercles et miroirs

de la Vierge », auquel le psychanalyste britannique Ernest Jones, biographe de Freud, a consacré toute une étude) vient s'ajouter, l'amplifiant et le redoublant, l'ensorcellement par l'œil :

« Pour me distraire, je convoquai chez moi la machine à voir. Elle vint, luisante et avenante. Jeunette encore, elle se tenait modestement. Elle commit pourtant, sans tarder, quelques imprudences qui m'instruisirent.

L'engin à images ne fait, pour l'instant, que plaire ; mais si peu qu'on y réfléchisse et qu'on ait en l'esprit le conditionnement d'ensemble de cette époque, il est logiquement appelé à servir de redoutables opérations de domination mentale à distance ; il ne se peut qu'à travers lui ne soient tentés des travaux visant à dompter, à magnétiser de loin des millions et des millions d'hommes ; par lui, une chape d'hypnose pourrait être télédescendue sur des peuples entiers de cerveaux, et cela presque subrepticement, sans que les victimes cessent de se sentir devant d'agréables spectacles. » (56-57)

Robin pousse sa réflexion critique en direction de l'ontologie, esquissant une inquiétante vision du monde et de l'existence :

« Somme toute, démonstration vous est faite que le réel est décomposable ou recomposable à volonté, qu'il n'existe pas en tant que tel et que donc le voir naturellement n'a aucune valeur, pis, qu'il n'accède à une existence toujours remise en question que s'il a été au préalable construit par des hypersavants qui le peuvent à tout instant tordre, agiter, bouleverser, brouiller, de toutes les façons. »

« La propagande obsessionnelle tend à persuader qu'il n'y a qu'avantages à ne plus entendre par soi-même ; la machine à regarder peut servir à créer une inédite variété d'aveugles. » (57)

Incomparable traducteur, écrivain et poète – mais se proposant ici en vue de nos propres repères, en tant que pleinement homme de médias, homme traversé de part en part par la radio et les radios, au point, répercutant toutes les voix du monde, de se vouloir lui-même « sans voix » (*Ma vie sans moi*), Armand Robin porte un regard précurseur et sans concession sur le pouvoir totalitaire et dévastateur des médias, télévision au premier chef, au moment

où celle-ci, prenant son essor, inaugure véritablement son irrésistible et triomphante ascension.

D'un pantalon sociologue

Si nous remontons un peu plus haut dans notre proche préhistoire médiatique, on rencontre un autre homme de médias, lui-même aussi formidable que méconnu comme tel, en la personne de Charles Péguy (1873-1914), qui fonde le 1^{er} janvier 1900 les *Cahiers de la quinzaine*, avec la perspective de pratiquer, dans le cadre d'une entreprise éditoriale libre de toute pression politique ou économique (il dispose pour cela de la dot de sa femme, qui la met sans hésiter à la disposition de cette initiative risquée conçue comme laïque, républicaine, socialiste et révolutionnaire), une forme originale, rigoureuse et hardie de journalisme (qui méritait d'être qualifiée de « journalisme d'éternité »²) en publiant des « reportages » (on devrait plutôt dire : « essais sur le vif ») qui décrivent et analysent en profondeur les événements les plus dramatiques du temps (affaire Liebknecht, congrès socialistes, massacre des Arméniens, pogroms de Kichinev, exactions de la colonisation, affaire Dreyfus, politiques d'éducation, etc.). Il a écrit des pages implacables sur les servilités du journalisme de son temps (c'est l'une des « servitudes volontaires » les plus constantes et les plus redoutables), et s'est engagé, en divers domaines, dans une critique acerbe et systématique (lui qui s'est élevé systématiquement contre « l'esprit de système ») des savoirs et des disciplines – de sorte qu'il demeure pour beaucoup, et encore aujourd'hui, avant tout un « pamphlétaire », plus ou moins bêtement estampillé « catholique », genre restrictif et obédience réductrice pour éviter d'évaluer la rare envergure d'une pensée qui combine exactitude de l'information et rigueur morale, et qui se déploie en une écriture crépitante, uppercutante et grinçante – un modèle de grande écriture journalistique. Compte tenu de la vogue sociologue qui règne actuellement à coups de sondages et de politologie dans les médias, on appréciera la manière à la fois désinvolte et joliment médiatique avec laquelle Péguy, démantelant une manière de construction sociologique qu'il qualifie de « fichaise » (comme il serait amusant et facile d'inscrire à telle enseigne un large panel de nos super-sympathiques

sociologues et historiens médiatisants), ironise sur un des pères de la sociologie française, Marcel Mauss. Ce dernier ne laisse pas d'être, à nos yeux, faut-il le souligner, un penseur original du politique : auteur d'un *Essai sur le don* qui, sous-titré « *Forme et raison de l'échange...* »³, esquisse avec force, sur des fondements anthropologiques qui sont loin d'être négligeables, la féconde perspective du politique comme structuré par l'échange, comme dynamique d'échange et de communication, à la fois farouchement individuelle (perception interne du sujet comme pôle déterminant et agent d'exécution et de transmission) et féroce collective (l'échange comme nécessité vitale, obligation et sanction). Un regard même rapide sur la situation politique actuelle dominée par l'élection présidentielle montre jusqu'à quel acmé peut être, équipes et groupes, portée la pratique de l'échange, avec les négociations et tractations, internes et externes, entre candidats, pour effectuer retraits, désistements, choix, promesses de postes, garanties, etc.

Dans *Victor-Marie, comte Hugo*, Péguy dresse un hyper pittoresque portrait de l'illustre sociologue, présenté en l'occurrence comme prototype d'une certaine forme de savoir officiel. Il a entre autres l'intérêt très particulier de montrer, par l'analyse d'un cas précis et marquant, que l'écriture ironique peut constituer, si l'on veut bien faire l'effort de mettre les images au goût du jour, une savoureuse et efficace voie d'approche critique de la « société du spectacle » – et du spectacle de la société – qu'incarne, dans un même mouvement, la télévision :

« *Ce fin du fin, ce regard noble, assuré, nullement voyou, ce langage fleuri, ces lèvres amènes, ce veston démocratique mais fin, démocratique mais sobre, démocratique mais sévère, cette barbe bouclée, ardente blonde, flavescente, ardescence, flavescente ardente rouge, bien taillée quadrangulaire descendante, diminuée descendante, secrètement rutilante, cette moustache non pas précisément, non pas vulgairement, non pas grossièrement conquérante, mais triomphante royale, presque de même couleur, ce long pantalon sociologue, ces manchettes républicaines, ce pli vertical du pantalon si également, si équitablement rémunérateur, ce fin parler haut allemand, ce teint de lys et de roses*⁴ », etc.

Deux auteurs, donc, parmi d'autres, à la pensée agile, militante et passionnée, (mal)traités aujourd'hui comme des figures quasiment « préhistoriques », se voient ici restituée une stature médiatique étonnamment propice à une réflexion médiamorphique contemporaine. Ils n'ont rien perdu de leur acuité en tant que références critiques et visionnaires, garde-fous et repères face à la croissante dégradation des mœurs et pratiques médiatiques, qui tourment en ces cercles vicieux qu'annonce déjà en pointillé le syntagme proposé : « les médias vus par les médias ». Mis en alerte par l'un et l'autre de nos « précurseurs », nous pouvons, comme on dit, entrer dans le vif du sujet, en voyant peut-être un peu plus clair quant au lieu brûlant où nous mettons le pied (et l'œil et l'oreille, et l'âme et le corps).

Médias ô (aux) beaux miroirs

Ce qui frappe d'emblée dans l'expression « les médias vus par les médias », c'est le redoublement, la redondance du mot « médias ». Elle produit un effet évident et massif (communication de masse !) de renvoi : les médias renvoient aux médias. Ils tendent de plus en plus à n'être que « performance », au sens rhétorique de « performatif » et d'« auto-référentiel » – ils ne renvoient qu'à eux-mêmes, existent du fait qu'ils se produisent – se produisent et se reproduisent les uns les autres. Ce terme de « renvoi » nous est servi sur un plateau-télé pour nous inviter à pratiquer nous-mêmes, sans plus attendre, une autre redondance : en effet, le renvoi, par duplication, du mot « médias » dans le syntagme que nous analysons, renvoie, presque mécaniquement, à l'image très connue et très parlante de ce que l'on nomme couramment et vite le « renvoi d'ascenseur » – c'est-à-dire « échange » de bons procédés, dons et contre-dons, dirait Mauss, dans une circulation plus hystérique et plus calculatrice que celle d'un potlatch. On se situe ainsi, d'emblée et de plain-pied si l'on peut dire, sur un registre caractéristique au plus haut point, ascensionnel ou ascensoriel, des procédés médiatiques, la télévision s'offrant ici comme étant, sans complexe ni scrupule, et avec une aveuglante visibilité, la plus spectaculaire illustration. Les médias voient les médias à l'intérieur d'un cercle – cercle de famille – où se pratique,

Roger Dadoun

Cercles et miroirs

de manière de plus en plus systématique et obsédante, le *renvoi*. D'abord, et avec une désinvolté férocité, on se renvoie, tout court, c'est-à-dire on se débarrasse de tout ce qui gêne, fait obstacle, occupe la place, on met à la porte, au placard, à l'office, à la retraite, au chômage, etc. – loi de la jungle et du cocotier. Tandis que se poursuit cette « vaporisation » (Orwell), on se renvoie la balle, on se renvoie l'ascenseur, en calculant d'aussi près que possible les paliers et étages hiérarchiques mesurés par le prestige, le pouvoir, les contrats. À titre d'« expérience pour voir », soigneusement *cuisinée*, en bocal labo kitsch et au sens où la décrit la méthode de Claude Bernard, et dans toute la force « exorbitante » de l'expression, avec instrumentation d'un très réel ascenseur que l'on voit monter et descendre une bonne dizaine de fois, avec laquais à l'écoute, nous ne pouvons que renvoyer nous-même à l'émission téléastique et dînatoire d'un animateur très fort en vue, tournée dans un appartement sis *Faubourg Saint-Honoré*, quatrième étage, et qui passe en boucle, insatiablement.

Mais cette même image du « renvoi de balle », l'une des premières à inaugurer la vogue rhétorique actuelle des métaphores sportives, nous renvoie à deux autres sens tout à fait opposés du mot – fric et crime –, qui ont l'intérêt de couvrir la polarité fondamentale des rapports médiatiques, et plus précisément télévisuels. En langage argotique ou populaire, « balle » est équivalent de « franc », entendez « fric », la monnaie, l'oseille⁵. Le passant se voyait interpellé dans la rue par une requête implorante ou agressive : « T'as pas cent balles ? » (Le changement de monnaie en euros a dû changer la donne). La « balle » qu'ainsi l'on se renvoie, faut-il lourdement y insister, relève d'un tout autre registre que celui d'un court de tennis (encore qu'ici aussi une balle bien calculée vaut son pesant d'or – or de balle et ballon d'or et médaille du même acabit métallique) : c'est en vérité un gros ballot de « balles », c'est-à-dire des sacs bourrés de fric qui s'échangent et passent de main en main. On n'en entend que rarement tinter les espèces : « ascenseur » parvenu au sommet, septième ciel, nul ne voit ni ne sait comment s'opèrent la multiplication des petits pains et le partage, et comment se préparent et s'exécutent envois, glissades et « parachutes ». Une radioscopie des médias montrerait

le squelette en or massif qui charpente et soutient, de la plante des pieds à la pointe du cheveu, l'athlétique organisation médiatique, qui en assure ses triomphes spectaculaires comme ses plus cachottiers fourvoiements. Par chance, de temps à autre, une « affaire », un « scandale » – vite éteints – nous renvoient au réel, nous renvoient le réel, nous rappellent à l'ordre, à l'ordre régnant réel.

Un autre sens du mot « balle » est celui qui relève, *stricto sensu*, des envois de projectiles, 22 long rifle, colt ou kalachnikov. Il nous introduit dans une balistique médiatique où tous les coups sont permis et administrés dans le style « Dallas, ton univers impitoyable » – encore que, les protagonistes le comprennent vite, il est recommandé d'utiliser les silencieux. La grande famille médiatique se dépense (engrangeant *ego* et gros gains) et s'exhibe en cascades de rires et de sourires compulsifs complaisants copies conformes. La télévision est sous la coupe de véritables cascadeurs et cascadeuses professionnels dont les plus brillants éclats, hormis l'infatigable logorrhée, ne sont que de rire – rire inextinguible, obligatoirement contagieux (sinon c'est la porte), qu'à l'entendre ainsi rouler des mécaniques laryngées un Rabelais ou un Swift se scotcheraient le bec et adopteraient une sombre mine presbytérienne. Sa fonction de cache-misère affective est évidente, mais il sert aussi à camoufler à quel point la famille médiatique est à la fois plus endogamique et plus féroce que les familles politiques, sportives ou culturelles (familles : « je » hait « vous » !). Univers d'images oblige : elle s'apparente, ladite « famille », à une jungle qui aurait été habilement aménagée, pour parader en *cour*, par un Le Nôtre, jardinier de Louis XIV et du château de Versailles, et redistribuée par de hâtifs amateurs en diverses loges et niches propices à de rituels et conviviaux cocktails, réceptions, fêtes, dons et échanges concoctés, cerise sur le gâteau, ô combien !, par un tout autre Lenôtre, évidemment. Nouveau renvoi, ici, au dîner au *Faubourg* aux chandelles gloussements palabres et fausses symétries.

La loi implicite, couverte par l'*omerta*, qui règne en cet espace vital médiatique, s'énoncerait en ces termes : tirer d'abord, discuter ensuite ; d'abord « descendre » (l'autre), ensuite et vite « monter » (soi – par-dessus les autres) ; « des balles » dum-dum d'abord, « débat » ensuite – en

évitant, autant que faire se peut, les « déballages ». Pour se conformer au style polar qu'affectionnent les médias et devenu très à la mode – c'est à qui se la jouerait plus « people » et plus « poulpe » l'un que l'autre (cf., excusez du peu, mon polar *Allah recherche l'autan perdu*, dans la collection « Le Poulpe », Baleine) –, on pourrait goûter l'analogie avec la politique sécuritaire du patron du FBI, Edgar Hoover, prescrivant à ses télégéniques *G-men* : « Shoot to kill », « tirez pour tuer », principe dont John Dillinger, cible promue par les médias « ennemi public n° 1 »⁶, fut la première et médiatique victime.

Sublimant narcissisme

Mais nous avons trop vite, au bénéfice du crime, brisé le beau miroir – la fastueuse psyché où les médias se mirent pour entretenir une perpétuelle embellie. En reprenant la formule du « vus par » qui introduit un clivage dans le redoublement de « médias », on est amené à distinguer l'objet « médias », en tant que matériau d'étude pareil à n'importe quel autre, et le sujet « médias », en tant qu'il s'attache à observer, décrire et analyser l'objet « médias », ainsi que le ferait n'importe quel instrument de recherche. Cette dualité en quelque sorte interne au mot prend place dans le système général et traditionnel des rapports entre sujet et objet, qui répondent aux règles indispensables de rationalité, précision, rigueur et loyauté, constitutives de la tant célébrée « objectivité ». On trouve ainsi dans la presse écrite des chroniques et des reportages sur la télévision – parfois originaux, éclairants et pertinents, plus souvent cursifs et promotionnels, quand ils ne sont pas platement publicitaires. On voit réciproquement défiler à la télévision quelques titres de journaux, assortis parfois d'un commentaire aussi expéditif que l'évanescence image – mais il s'agit le plus souvent d'une présentation fuyante n'ayant d'autre finalité, là aussi, que de promouvoir le produit envoyé pleine couverture à la face du spectateur.

De manière très épisodique, les médias presse et télé se décident à jeter un regard plus large, à visée synthétique, sur l'ensemble des médias, c'est-à-dire sur eux-mêmes toutes catégories confondues. Regard cavalier à la complaisance galopante, en dépit de quelques percées critiques tournant vite en faire valoir : on y mêle demi-mot

et hyperbole, *mea culpa* affligé et gloriole, enflure et vacuole, mais surtout l'on renvoie inlassablement aux mêmes clichés sur les difficultés et les limites de l'écrit face à l'image dévoratrice, l'exaltation des vocations et des compétences des « pros », et le respect d'exigences déontologiques préalablement laissées au vestiaire, bref, toutes les hautes « missions » d'information, divertissement, culture, pédagogie et réflexion s'évertuant à hisser les médias (et l'on entend gronder le chœur des « oh ! hisse ! ») au rang de hérauts incontournables de la civilisation moderne.

Sous la limpidité du programme, la formule que nous avons prise pour cible, « les médias vus par les médias », véhicule une lourde charge interrogative, ouvre une problématique ressortissant au tac au tac (renvoi en balle de ping-pong) : qui regarde qui ? qui regarde quoi ? qui regarde où ? quels mécanismes opèrent dans ces regards en miroir ? quels types de regards trouvent place dans l'espace paradoxal, à la fois étranglé et illimité, ménagé par cet entre-médias et monopolisé par ces entremetteurs en scène ?

Si diverses motivations se dessinent assez clairement, les unes relevant de projets rationnels (curiosité, savoir, éthique de justice), les autres plus douteuses et plus fréquentes (cupidité, soif de pouvoir, ressentiment, exhibitionnisme), la première instance qui vient à l'esprit, qu'imparablement nous renvoient ces jeux de miroir, mais surtout qu'atteste, affirme et exploite avec une exceptionnelle intempérance « le flot sans honneur » de la production télévisuelle, c'est le narcissisme. Tristounet ancêtre Narcisse, qui ne pouvait contempler sa parfaite beauté qu'en éphémère reflet sur un mythique plan d'eau fort probablement polluée et que le moindre souffle d'air ridait et troublait. Voyez en revanche comme le « pro » télé, le téléaste, le producteur-animateur-présentateur (PAP) cultive et contemple, lui, son image rendue admirable, idéale, sublimée sublimante par la trinité esthétique maquillage/habillage/éclairage, nuit et jour, sans interruption, des années durant, souvent sur plusieurs chaînes à la fois (fascinant avatar du don d'ubiquité), presque toujours répercutée et amplifiée aux dimensions d'un espace immense et exposée en plus en toutes artères et

Roger Dadoun

Cercles et miroirs

tous carrefours et en outre reproduite en millions d'exemplaires sur toutes sortes de couvertures, tissus, papiers, cartons, supports lumineux. Il tire à soi d'un geste impérialiste toute la *couverture* imaginaire publique – et l'homme du commun, l'anonyme de rue, le téléspectateur, tout ébahi ébaubi hébété, tournant de l'œil vers soi, se sent l'âme piteusement chiffonnée et nue.

Jardin des miroitants délices

Or, que croyez-vous ? *L'homo mediaticus* lui-même, ladite « star » elle-même l'a, l'âme chiffonnée nue – et cela à peine a-t-elle quitté son royaume lumineux, son jardin des miroitants délices, et qu'à peine viennent de la quitter, égarés dans l'obscur, les regards adulateurs de ceux qui religieusement l'audimataient. Perspective terrorisante : hors écran, point de salut. Il faut, à *l'homo telex*, rester lui-même collé à la télé, s'enter en télé, son *Alma Mater*, tel Antée en terre. Aussi cherche-t-il frénétiquement à multiplier les prestations, court-il d'une émission l'autre, d'une chaîne l'autre, d'un « ami » l'autre – ici plus que partout ailleurs la suppression de la préposition « à » ne relève pas d'une rhétorique à la sauce célinienne, elle révèle la précipitation, la porosité et le jeu des imbrications. Tout est bon à qui transporte sa propre image et qui, en même temps et surtout, rapporte – et pas que « peau de balle » (cf. *supra*). Qui travaille au papier ou sur papier n'a de cesse de passer à l'écran : il n'y a désormais guère de quotidiens, hebdomadaires, « quinzainiers » ou mensuels qui ne fournissent à la télé (à la radio, en attendant ou en cumulant) leur contingent de journalistes émissionnaires, producteurs, chroniqueurs, consultants, « experts », « spécialistes », « invités » – et il n'est guère de téléastes qui, pour peu que le jeu vaille plus que leur trente-six chandelles écraniques, ne se ménagent une ou plusieurs rentables niches économiques dans des périodiques parisiens ou/et de province, ou/et à l'étranger, ou/et entreprises éditoriales, publicitaires ou autres. Le cumul est la règle, *casque d'or*.

Voilà qui devrait suffire à quiconque consacrerait déjà à ces tâches déjà lourdes jusque dans leur légèreté deux ou trois fois les trente-cinq heures de travail réglementaires. Cela ne suffit pas. Il se trouve que l'édition, déjà aux mains

et aux pieds de certains médias, joue à fond la carte médiatique et le « carton » télévisuel (« ça cartonne ! » est le mot de passe, méthode Couet ?) pour assurer la diffusion et promotion de leurs productions. Don et contre-don et échange obligent : journalistes et surtout téléastes, PAPS au premier rang, se laissent « amicalement » presser par les éditeurs de livrer dans les plus brefs délais un ouvrage où ils se racontent confessent lamentent exaltent et exultent, prenant soin de convoquer (déformation professionnelle) papa maman maîtres maîtresses amants enfants collègues et chiens et chats – ouvrage dont on peut être assuré qu'il connaîtra d'adulateurs et promoteurs retentissements d'une émission l'autre, le temps au moins de fourguer quelques signatures.

Cela ne suffit pas. La meilleure manière de s'auto-admirer (narcissisme individuel) et de s'admirer de conserve en circuit fermé (narcissisme groupal) est de pratiquer l'endogamie – c'est un modèle sexo-politique de culture dont on connaît la vénérable ascendance pharaonique (ta Mère Isis, ami lecteur, ne l'oublie pas, avec son époux frère et fils Osiris, l'illustre superbement). Elle a trouvé à la télé un de ses avatars les plus ingénieux sous la forme de ce qu'on pourrait considérer comme des « tournantes » d'un nouveau genre, qui connaissent un croissant succès. Il suffisait d'y penser : on s'invite les uns les autres sur plateau tournant d'un animateur l'autre, on se retrouve entre soi, tous légitimes naturels bâtards adultérins « enfants de la télé », et l'on reconstitue ainsi indéfiniment à la télé-même le « cercle de famille » télé, on y « cause » télé, y joue télé, s'y congratule télé entre gens de télé rémunérés télé. Et comme, en dépit des jactances intarissables de « pros » capables de parler à tout moment de tout, les palabres ont tendance à tourner court et ronronner, on mobilise quelques habitués et abonnés des plateaux (showbiz, politiciens, journalistes), « amis » qui, devant eux-mêmes pour la plupart l'essentiel de leur carrière et de leur renommée à la télé, prennent bien soin de ne point sortir du cercle familial, ni des circuits d'images et de figures, ni des circulations de parole – le PAP demeurant l'incontesté et révérend roitelet régnant en père Ubu costumé « tendance » sur son éphémère royaume édénique de verbes et d'icônes.

Ce système est, littéralement parlant, admirable. D'une part, les têtes (d'affiche) de la « famille », et les revenus *ad hoc*, ne quittent pas le « milieu ». On sait qu'un principe analogue de solidarité, de clôture et d'autarcie a contribué à la longévité de certaines sociétés archaïques, et assuré la prospérité séculaire, patriotique et patrimoniale, de la famille bourgeoise. D'autre part, mis à mal par les éclairs de lucidité et les coups de pied du réel révélant que médias et « stars » ne sont, comme dit l'Écclésiaste, hormis quelques rares et illustrissimes exceptions, que « vanité des vanités », le narcissisme s'équilibre, se ressource et se régénère du fait d'être exercé dans et par le groupe. En se frottant, se nommant et s'interpellant les uns les autres, les narcissismes sont appelés à se modérer (la persévérance du narcissisme exige un minimum de modération – sinon c'est titubation de moi-même et gueule-de-moi) ; mais, dans le même temps, se mirant dans les *alter ego* qui les multiplient, ils s'affirment et s'exhaussent, le groupe fonctionnant comme miroir, garantie et tremplin. Endogamie signifie ici moins une « structure élémentaire de la parenté » que le processus par lequel, ayant besoin de partenaires, invités, interlocuteurs et assistants, on prend les membres de sa propre « famille » – politique, culturelle, sexuelle, sociale, sectaire, familiale – avec concentration croissante en cercles de plus en plus intimes et homogènes : on passe des camarades et voisins politiques et connaissances de salon aux copains de promotion et d'école ; puis à des complices avec lesquels on a partagé quelques « coups » fumants ou foireux ; puis aux « vrais amis » de plus en plus proches ; puis à la famille nucléaire, l'épouse et les enfants, dans la tradition séculaire du népotisme ; puis à soi-même institué cercle (noyau) ultime et parfait. Et l'on verrouille.

Les médias se veulent reflets de la réalité – sociale, politique, psychologique, historique, voire métaphysique. Mais dans la vision platonicienne de la caverne que l'on cite toujours avec force clins d'œil vers le petit écran, une substance de monde, un monde d'idées se tenaient derrière le spectateur ; et l'on pouvait toujours à ce dernier proposer (c'est le principe même de toute exacte philosophie) : « Tourne-toi et regarde par toi-même » –

serait-ce le néant que l'on donne à voir. Au contraire, les médias renvoyant aux médias, se contemplant dans les médias en cercles autarciques et jeux de miroirs, s'interpellant en échos répercutés à l'infini (expressions symptomatiques : « tout le monde en parle », « On en parle beaucoup » – où les formules « *tout le monde* », « *on en* » désignent onanistement les médias eux-mêmes), le monde en tant que réalité substantielle est dilapidé, mis en miettes, bric-à-brac livré à la brocante médiatique. Les narcissismes en cercles et miroirs sur lesquels nous avons insisté ne sont pas de simples processus individuels, ils ne concernent pas seulement des enflures de têtes et des icônes de supermarché – ils se logent, structurellement, tels des parasites, dans les images et les discours du monde, qui sont le matériau médiatique même, et le rongent et le sapent (sens commun et sens argotique) et défont de l'intérieur.

Or, tel est le hurlant paradoxe, c'est les médias eux-mêmes qui nous en apportent, c'est notre pain quotidien d'images, de paroles et d'émotions, les effrayants témoignages – ce qui nous conduit, dans l'impossibilité de vraiment conclure, à finir et ouvrir d'un même mouvement sur la réjouissante et ferme perspective d'une télévision d'audace et de rigueur, en tête de médias qui soient véritablement médiateurs, et donc édificateurs, du réel.

Notes

1. Roger Dadoun, « Toutes les voix du monde et idiotisme planétaire : de l'anarchie d'Armand Robin à la schizo-analyse de Deleuze, à travers poésie, radio, télévision », in *Corps politiques, Cosmopolitismes, XVIII^e-XXI^e siècle*.
2. *Textuel*, n° 44, université de Paris 7, juin 2004. « Péguy, un journalisme d'éternité », in *L'Amitié Charles Péguy*, Le centenaire des « Cahiers de la quinzaine », n° 93, janv.-mars 2001, p. 135-147.
3. Marcel Mauss, « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », article paru originellement dans *L'Année sociologique*, seconde série, 1923-1924 ; publié dans *Sociologie et anthropologie*, recueil de textes, préface de Lévi-Strauss, PUF, 1950.
4. Péguy, *Victor-Marie, comte Hugo* (1910), Gallimard, 1934.
5. Cf. la revue *Mortibus, Critique du capitalisme incarné*, n° 2, automne 2006, « Désirs d'oseille. Pour une critique de l'argent ».
6. Fred J. Cook, *Le F.B.I. inconnu*, préface et traduction de Roger Dadoun, Denoël, 1977.
7. Émile Couet, *La méthode Couet*, préface de Roger Dadoun : « Moi je crois que... Une simple psychanalyse pour Émile Couet », Paris : éditions Manucius, 2006.