

Cinéma et généalogie des médias

André Gaudreault, université de Montréal (Canada) et Philippe Marion, université de Louvain (Belgique)

Ce que le cinéma propose depuis plus de cent ans, c'est un modèle de communication médiatique basé sur l'image en mouvement et la culture audiovisuelle, un modèle qui était destiné à marquer profondément le siècle dernier de son empreinte. Le cinéma a introduit une nouvelle conception des arts performatifs qui prolongeait différents genres préexistants d'attractions populaires, tout en provoquant une rupture avec ceux-ci. En fait, on pourrait « positionner » le cinéma au carrefour de la technologie, de l'industrie, de l'art, de l'éducation et du spectacle populaire. Aussi peut-on dire que le cinéma représente un exemple singulier, et particulièrement prégnant, du cheminement que peut connaître une simple invention technologique (l'appareil cinématographique de prise de vues) pour devenir le point d'appui d'une configuration médiatique clairement identifiée, dans un espace-temps donné. Car les développements à venir d'un média ne sont jamais fixés par avance, comme l'attestent aujourd'hui les exemples, entre autres, d'Internet ou du téléphone portable. À ce titre, l'étude de la *généalogie* et de l'*archéologie* du cinéma nous paraît essentielle à la compréhension des médias contemporains. De pareilles considérations nous mènent à la question cruciale de la « naissance » du cinéma et, plus généralement, à celle de la « naissance » d'un média. Mais, qui dit naissance dit aussi mort... Amorçons notre réflexion sur la naissance, en nous questionnant d'abord, justement, sur... la *mort*, puisqu'il a été plus souvent question de la mort du cinéma que de sa naissance ces derniers temps, malgré les célébrations, encore assez récentes, du centenaire de l'invention du Cinématographe Lumière. En effet, depuis quelque temps déjà, s'agite le spectre de la *fin* du cinéma. La *fin*... Remarquons que, comme le cinéma est un art nar-

ratif, il y existe toujours, en quelque sorte, une certaine angoisse de la fin (au sens de clôture) : celle du récit, et celle de l'histoire racontée.

Depuis une trentaine d'années, c'est plutôt l'angoisse de la fin même du cinéma lui-même, en tant que média, qui habite les esprits. Il s'agit là d'une angoisse directement liée à la *technologie*. Il est vrai que le dispositif cinématographique est, à l'heure actuelle, en pleine transformation et que les opérations qui mènent à la réalisation d'une œuvre se « virtualisent ». Le cinéma, comme d'ailleurs plusieurs autres médias, se *dématérialise*. Et cette dématérialisation se polarise notamment sur le support : en se rendant beaucoup moins préhensible qu'il ne l'a déjà été, celui-ci tend à la fois à la démultiplication et à l'évanescence. Auparavant, le montage était une question de pulsion et de pulsation, une affaire de rythme, maintenant il est plutôt affaire d'algorithme. Certes, les pulsions sont souvent remplacées par les équations, mais est-ce pour autant la mort du cinéma ?

Le support film est voué à la mort, c'est à peu près certain, et l'on projettera peut-être bientôt les films dans les salles par le biais d'un satellite géostationnaire. La disparition, la mort du film comme support signifie-t-elle pour autant la mort du cinéma, la mort du média ? Pas du tout. Pour dire le contraire, il faudrait se résoudre, d'une part, à réduire un média à l'une de ses composantes techniques ou matérielles et il faudrait aussi, d'autre part, ignorer la dimension évolutive, historique, dans laquelle s'inscrit toute forme d'*identité médiatique*. Un jour, il n'y aura vraisemblablement plus de circulation de copies de film, mais il continuera à y avoir une circulation des signes cinématographiques, et c'est là l'essentiel. Nous entrons d'ailleurs dans une ère de circulation effrénée des signes, avec Inter-

André Gaudreault et Philippe Marion

Cinéma et généalogie des médias

net notamment, et la convergence des médias (au sens technologique du terme) est un paramètre dont il faudra bientôt tenir compte de façon beaucoup plus résolue que nous ne l'avons fait jusqu'à présent.

La disparition du support film et son remplacement par différentes formes de rétention de la « trace » cinématographique participeraient plutôt, selon nous, d'un mouvement d'atomisation, de parcellisation, de dissémination ; et même si ce mouvement a toujours peu ou prou caractérisé l'évolution de tout média, il semble s'accroître dans le contexte actuel. Nos médias contemporains afficheraient ainsi un penchant marqué envers la *dissémination intermédiaire*, ce qui n'est pas forcément incompatible, nous le verrons, avec la conservation d'une *identité médiatique* singulière.

Pour une définition dynamique du média

Posée sans nuance, cette question de la mort d'un média trahit en fait une conception figée et monolithique du média. Or, un média ne peut se définir que selon un certain découpage de l'environnement médiatique dans lequel il baigne, et selon, aussi, un certain axe de pertinence. En effet, toute *identité médiatique* avérée risque de se voir diluée, selon que l'on choisit tel ou tel axe de pertinence. Un média peut donc se comprendre comme une fédération provisoirement stabilisée de différents paramètres, dont la vocation de circulation transmédiatique s'inscrit dans une perspective plus *intermédiaire* que strictement *médiale*. C'est surtout le processus d'institutionnalisation du média qui contribue à cette cristallisation provisoire – ou plutôt à cette cristallisation évolutive – des matériaux *composites* qui constituent un média. Ces matériaux composites, qui pourraient s'étoiler, se disperser au gré des vents de l'intermédialité, se trouvent en effet organisés, fédérés par la directivité – le faisceau de déterminations – de la poussée institutionnalisante.

Pour appuyer notre conception du média en tant, au fond, qu'*homéostasie fragile et institutionnalisée*, nous voudrions mener ici deux types de réflexions, que nous allons poser à partir du cinéma.

La première piste de réflexion nous amènera à développer brièvement la dimension nécessairement composite du média et à montrer à quel point un média n'est en fait qu'un *système* de paramètres qui connaissent une évolution propre, en amont et en aval de cet équilibre singulier, mais provisoire, qui le constitue en tant que média. Pour ce faire, nous examinerons l'une ou l'autre de ces composantes qui, si elles participent pourtant bien d'un média singulier, n'en existent pas moins en dehors de lui, lorsqu'elles ne sont pas elles-mêmes, ces composantes, des médias à part entière, comme l'atteste l'expression même de « multimédia ».

La seconde piste de réflexion, plus historique, rejoindra le modèle de la « double naissance des médias », que nous avons proposé voici quelques années déjà¹. Ce modèle repose en effet sur le refus de considérer le média comme une entité figée et statique, comme essence complète, fermée et définitive. La généalogie du cinéma conforte notre thèse à l'effet que l'institutionnalisation serve à unifier, en les fédérant, des paramètres aussi divers que le dispositif, le support, la technologie, les modalités de représentation, les matériaux sémiotiques ou encore les genres et les « séries culturelles ».

Composantes constitutives mais non exclusives du cinéma

Pour arriver à bien comprendre le fonctionnement d'un média comme le cinéma, il nous faut considérer celui-ci comme un faisceau de convergences – un *prisme* en quelque sorte –, ayant comme effet d'entrelacer différents paramètres. Le plus souvent, ces paramètres n'appartiennent pas exclusivement au seul média considéré. Au contraire, ils sont souvent pris dans un système de relations intermédiales.

Appréhender la singularité différentielle d'un média, ce serait donc tenter d'en saisir la « médiativité² ». Celle-ci concerne et rassemble tous les paramètres qui définissent le potentiel expressif et communicationnel développé par le média. De manière plus systématique, on peut apprécier la médiativité selon la combinaison de quelques dimensions importantes. Tout d'abord, deux paramètres de nature externe et globale. Il s'agit, d'une part, des condi-

tions de diffusion et de circulation attachées au média observé ; par exemple, le type de périodicité de la presse écrite ou le type de distribution d'un dépliant publicitaire. Il s'agit, d'autre part, des modalités d'usage et de « consommation » publique du média, saisies dans leur interdépendance avec le contexte culturel et social. À ses débuts, la photographie était ainsi considérée et pratiquée comme un substitut technologiquement nouveau des portraits picturaux en vogue chez les notables.

À l'autre extrême, et sur un plan interne, la médiativité se juge aussi en fonction des matériaux sémiotiques d'expression mobilisés par le média. On a depuis longtemps mis en perspective les mécanismes de participation cognitive et affective associés respectivement au « digital » et à l'« analogique ». De la même manière, on a souvent insisté sur la différence entre les médias « iconiques » et les médias « scripturaux ». On tente, de même, d'évaluer les effets pragmatiques complexes de l'audio-scripto-visuel. Sans parler des orientations imaginaires divergentes que sollicitent des systèmes d'expression différents au sein d'une même catégorie de représentation comme la *monstration*, par exemple. Que de différences entre une caricature signée et une photo d'agence du même personnage médiatique à une époque donnée... La nature du support et les dispositifs techniques qui lui sont associés orientent eux aussi le sens pragmatique de la médiativité d'un média. Songeons à des innovations techniques comme le système Barco, qui permettait notamment de conférer une dimension « projective » à l'image télévisée, pouvant ainsi transformer la réception du message et même agir sur son sens.

Une fois encore, il convient d'insister sur le fait que les faisceaux de sens ouverts par ces aspects de la médiativité ne sont envisageables que dans leur *combinaison* et leur *interaction*.

Revenons au cinéma et considérons-le à partir de l'un des paramètres qui constitue sa médiativité : la *projection lumineuse*, et montrons-en la « polyvalence » intermédiaire. Si l'on choisit le paramètre « projection lumineuse », l'on n'obtient pas le même découpage des configurations médiatiques que si le paramètre privilégié concerne, disons, l'axe « vue animée ». Ainsi, le Théâtre optique

d'Émile Reynaud, qui ne saurait être considéré comme partie prenante du média « cinéma », répond-il cependant aux paramètres et au mode de découpage des deux configurations que sont la « projection lumineuse » et les « vues animées ». En fait, l'axe « projection lumineuse » pointe à la fois le support et le dispositif technique. Plus globalement, il ramène dans son filet : lanterne magique, pantomimes lumineuses et, à la fois, cinématographe.

Un constat relativement similaire pourrait être posé si l'on privilégiait, dans le monde médiatique contemporain, le paramètre « écran lumineux domestique » : celui-ci « traverse » en effet plusieurs sites médiatico-génériques différents comme la télévision, le jeu vidéo, le DVD, Internet, le multimédia, etc.

La mise en valeur de l'axe « vue animée », pour ce que l'on désigne en général par l'expression, problématique, de « cinéma des premiers temps », est intéressante dans la mesure où elle permet d'inclure Reynaud et ses pantomimes lumineuses dans la même *série culturelle* que le kinéscope et le cinématographe. Du coup le « média » *vues animées* vaut synchroniquement pour désigner toute une tranche historique, transmédiatique ou transtechnologique. L'expression « machine à vues », pour désigner les divers appareils et dispositifs, permet d'ailleurs ce type d'inclusion. D'une certaine façon, l'expression « vues animées » pour désigner le cinéma des premiers temps est plus respectueuse du caractère intermédiaire des différentes manifestations multimédiatiques de la série culturelle alors en vogue, puisqu'elle renvoie au *magma indifférenciant* des diverses techniques de projection d'images animées. On peut cependant noter que cette expression de « vues animées » exclut, en principe du moins, la lanterne magique, qui sert au départ à projeter des vues fixes (quoique l'on sache pertinemment qu'une importante proportion de plaques de lanterne magique ait connu une certaine forme d'animation – d'ordre mécanique le plus souvent, et relativement limitée dans son développement). L'expression « projections lumineuses », pour désigner la série, pourrait peut-être alors rendre compte d'un grand genre, en apparence plus inclusif, qui réunirait lanterne magique, Reynaud et le soi-disant « cinéma des premiers temps ». Cependant cette série excluait, étrangement, le

André Gaudreault et Philippe Marion

Cinéma et généalogie des médias

mutoscope de même que le kinétoscope, car ceux-ci, on le sait, se présentaient au public sous la forme d'un dispositif de visionnement direct (sans projection sur une toile). Les regroupements de ce type varient donc grandement en fonction des séries culturelles dans lesquelles on situe les médias et, surtout, en fonction des pratiques sociales d'appropriation publique plus ou moins incorporées dans ces médias. Les exemples peuvent être multipliés à l'envi. Ainsi, des vues animées d'Edison, saisies par son Kinetograph à l'intérieur de son studio goudronné de West Orange et offertes au public par le kinétoscope déjà évoqué ci-dessus, et dont on sait qu'elles ont précédé le Cinématographe Lumière. Ces vues d'Edison, donc, sont en parfaite résonance avec les recherches et productions chronophotographiques d'Anschütz, de Muybridge ou de Marey. Assez logiquement, les vues d'Edison et leur mode de consommation publique se trouvent aussi en étroite filiation avec la tradition des jouets optiques qui se plaisaient à donner l'illusion d'un mouvement, d'une performance physique ou sportive surgissant à la faveur d'une succession d'images organisées en boucle.

La généalogie comme compréhension dynamique du « prisme » médiatique

En étudiant de près la soi-disant « naissance » du cinéma, on s'aperçoit que l'affirmation de l'identité médiatique singulière de ce média a été loin de s'imposer d'emblée. Ce qu'on nomme habituellement « cinéma des premiers temps » est une sorte de « bric-à-brac » d'autres formes expressives. Avant d'être érigé en média bien identifié, le cinématographe s'est d'abord fondu dans l'environnement médiatico-culturel existant : de façon plus ou moins explicite, on considérait le cinématographe comme un moyen d'enregistrer et de reproduire des spectacles et des attractions « vivantes », déjà existantes. L'ambition placée dans le cinéma se bornait alors à faire de celui-ci une surprenante machine à reproduire et à amplifier les pratiques culturelles établies.

Mais toute l'ambiguïté provient du brusque saut qualitatif que l'arrivée du cinématographe aurait inauguré. Dans les discours dominants à propos de l'invention du cinéma, il y

a souvent inférence d'un point de rupture (qui se situerait autour de 1890 pour les « edisoniens » et autour de 1895 pour les « lumiéristes »). Le moment de l'invention de l'« appareil de base » est certes un point décisif dans l'évolution des technologies de prise de vues, mais il faut s'interroger sur la question de savoir si ladite invention s'est accompagnée d'un passage à un nouveau *paradigme*, à un nouvel ordre des choses. Il faut en effet se demander si l'avènement du Kinetograph Edison et/ou du Cinématographe Lumière représente un véritable moment de rupture. Pour notre part, nous en doutons : les moments de rupture, les changements de paradigme ne sont pas nécessairement synchrones avec l'invention de nouveaux procédés. La disponibilité subite d'une nouvelle technologie révolutionne-t-elle nécessairement les comportements et les agissements des divers agents culturels ? Transforme-t-elle le paysage culturel et provoque-t-elle derechef des mutations significatives qui fassent accéder à un nouvel ordre culturel, artistique, ou médiatique ? Rien n'est moins sûr. Les médias naissants sont réputés faire leurs premières armes en reproduisant de manière assez servile les autres médias, dont ils seraient plus ou moins les dérivés. Le cinéma semble ne pas s'éloigner de ce modèle-là.

Selon nous, le cas du cinéma est exemplaire par la méprise qu'a entraînée l'apparition, en tant que *novelty* fascinante, de son procédé technologique de *captation-restitution* du réel, que l'on aurait eu le tort de considérer comme établissant à elle seule l'identité du média cinéma. Au contraire, la quête de singularité du cinéma en tant que média relève d'un long processus de développement et elle ne peut en rien se confondre avec sa « première naissance », soit cette irruption historiquement ponctuelle d'une technologie nouvelle.

Il faudra attendre que les artisans du cinématographe développent une compréhension réflexive de leur moyen d'expression et que la pratique culturelle du cinéma acquière un certain degré d'institutionnalisation pour que le média gagne sa part d'autonomie. C'est dans ce sens que l'on peut considérer qu'un média *naît toujours deux fois*. Une première naissance intervient lorsqu'une technologie nouvelle est utilisée pour donner l'opportunité d'un

nouveau déploiement à des pratiques plus anciennes, sous l'autorité desquelles vient se placer cette technologie. Une seconde naissance se manifeste lorsque les ressources expressives que le média a développées gagnent une légitimité institutionnelle et imposent leur spécificité.

Selon la perspective qui est la nôtre, au lieu de parler de la naissance d'un média, ou du moins de sa seconde naissance, nous préférons évoquer plutôt l'*avènement* du média. En effet, la seconde naissance d'un média ne peut être associée à un événement précis ni être arrêtée à une date bien identifiée sur la ligne du temps. Elle ne serait envisageable qu'au prix d'une réduction du média à l'avancée technologique qui l'a rendue possible ou qui a contribué à son développement.

Le modèle que nous proposons repose en fait sur une gradation à trois *temps*, que nous avons identifiés par trois termes situés dans un même champ sémantique, mais auxquels nous avons donné un coefficient connotatif spécifique. Ces trois termes sont : *apparition*, *émergence* et *avènement*. L'histoire du cinéma des premiers temps nous ferait donc ainsi passer, successivement, de l'*apparition* d'un dispositif technique (une technologie), les machines à vues, à l'*émergence* d'un dispositif socioculturel, celui des vues animées, puis à l'*avènement* d'une institution socioculturelle, celle du cinéma.

Sur le plan de la production, les agents sociaux et culturels responsables de l'*apparition* du dispositif technique cinématographique sont ses nombreux *inventeurs*. Les agents responsables de l'*émergence* de la culture des vues animées, ce sont les *cinématographistes* (comme on le disait à l'époque, des opérateurs et des « metteurs en scène »). Les agents responsables de l'*avènement* du cinéma, ce sont les premiers *cinéastes*, au sens plein du terme, ainsi que les diverses autres instances, au plan culturel et social, ayant mis l'épaule à la roue de l'institutionnalisation.

Après l'apparition du dispositif d'enregistrement, la production de films s'est elle-même définie comme une *pratique* qui devait rendre possible le passage à un autre stade : l'émergence des vues animées. Et ce fut la première « culture cinématographique », bien que l'institutionnalisation de celle-ci demeure encore fort ténue. Une telle culture restait nécessairement intermédiaire et elle se

caractérisait par une institutionnalisation en procès, en devenir – c'est-à-dire par un bric à brac d'institutions plus ou moins voisines, qui ne partageaient pas encore la définition commune de cinéma. C'est à partir de cette culture instable que le *cinématographe* a amorcé le cheminement qui allait le transformer en un média d'expression autonome, qui allait l'ériger en un média singulier et bien établi. Le cinéma pouvait alors entrer de plain-pied dans sa seconde culture, celle de sa seconde « naissance ». Une culture qui, cette fois, se voulait réellement « média-centrée ». Trois phases et deux « cultures » ont donc rythmé la quête institutionnelle du cinéma. Une première phase marquée par la subordination aux institutions environnantes, qui fut suivie par une deuxième phase se caractérisant par un processus de détachement de l'environnement institutionnel préexistant et, enfin, par une troisième phase qui consiste en une période d'insubordination, condition nécessaire à l'institutionnalisation/autonomisation du cinéma.

Pour une généralisation du modèle de la double naissance

Cette double naissance se réalisant en trois phases dynamiques pourrait-elle constituer un modèle susceptible d'être généralisé et appliqué à d'autres médias, voire peut-être à tous les médias ? Dans quelle mesure d'autres médias importants (la photographie, la bande dessinée, la radio, la télévision, Internet, etc.) ont-ils eux aussi emprunté leur propre cheminement historique de la double naissance ?

Une remarque importante s'impose ici lorsque nous évoquons l'identité d'un média. Semblable identité doit être entendue dans le sens suggéré par Paul Ricœur. Elle doit s'inscrire, en effet, dans une perspective résolument historique : celle d'un état de transformation permanente qui se trouve au cœur du principe ricœurien d'ipséité et qui offre la possibilité de dépasser quasi-dialectiquement l'antithèse du *même* et du *différent*. Cette dimension d'« ipséité » signifie qu'une identité médiatique est en partie composée de traits permanents mais que, dans un mouvement solidaire, tout média se voit engagé dans un

André Gaudreault et Philippe Marion

Cinéma et généalogie des médias

processus de constante évolution. Son identité doit dès lors être sans cesse réajustée, voire redéfinie. Bref, l'identité d'un média renvoie à un faisceau de questions bien plus complexes qu'il n'y paraît. Il convient d'insister : spécificité ne signifie en rien séparation ou isolement. Une bonne manière d'appréhender un média peut précisément résider dans la compréhension de la façon dont ce média tisse sa relation aux autres médias : c'est à travers sa dimension intermédiaire – à travers sa manière de gérer sa relation, forcément intermédiaire, avec d'autres *prismes d'identités médiatiques* – qu'un média devrait être compris.

Transposons cette idée dans le cadre de notre modèle de la double naissance en trois phases. Ou, si l'on préfère cette métaphore empruntée à la mécanique des moteurs : la double naissance « à deux temps et à trois vitesses ».

La première naissance constituerait en quelque sorte la *naissance intégrative* du média et la deuxième, sa *naissance différentielle*. Au moment de son apparition (et le sens « spectral » ou « médiumnique » – tiens, tiens ! – du terme « apparition » n'est sans doute pas à négliger), une nouvelle technologie reste confinée au statut de *crypto-média*. Sa singularité en tant que média n'apparaît pas clairement. Ou plutôt, ce qui apparaît trop clairement, c'est toute l'attirance, en termes de *novelty*, d'une nouvelle technologie qui s'annonce comme ayant la capacité de révolutionner les moyens d'accès aux séries culturelles dominantes. Mais l'aspect *novelty* du nouveau procédé rend difficile, voire opaque, la prise d'identité d'un nouveau média. Et l'identité de celui-ci ne transparaît pas clairement.

La technologie nouvelle se trouve donc engagée dans le contexte sériel formé par des médias, des genres et des pratiques préexistants et qui connaissent déjà une certaine visibilité, une certaine légitimité identitaire. Elle s'adapte dès lors aux usages sociaux et culturels associés – à un certain moment de l'histoire et dans une certaine société – aux autres séries culturelles reconnues et acceptées. Le besoin de rendre cette technologie autonome, de tirer parti de ses possibles en termes de spécificité médiatique n'est pas encore ressenti, ou du moins n'est pas encore ressenti comme déterminant. Les nouvelles possibi-

lités offertes par le média en restent donc à l'état de complémentarité, de dépendance ou de continuité vis-à-vis de pratiques génériques et médiatiques plus anciennes et mieux établies. En héritant d'un « *apparatus* » qui se situe à l'intersection de diverses combinaisons intermédiaires déjà existantes, le *crypto-média* devient *proto-média*. À cette étape, il demeure néanmoins encore un simple auxiliaire des genres existants. Et sa tâche d'auxiliaire consiste à faciliter l'accès à ces genres établis en améliorant leur performance et en leur offrant une plus large diffusion. Le *proto-média* n'a pas encore acquis la conscience identitaire qui caractérise un média pleinement et légitimement établi. Une atmosphère d'indécision l'entoure, une sorte d'hésitation qui se trahit dans la manière dont il tente maladroitement de décliner ses nombreux traits identitaires, ce qui tend sans doute à masquer sa véritable singularité. Après avoir relayé mimétiquement les genres environnants, un média prend alors le chemin de sa cristallisation identitaire. Voilà notre phase d'émergence. La *possibilité d'autonomie* est donc connectée à l'évolution et au potentiel du média. La seconde naissance de celui-ci, notre phase d'avènement, surviendra lorsque sa quête d'identité et d'autonomie coïncide avec la reconnaissance institutionnelle.

Assez logiquement, lorsqu'il acquiert son identité (du moins, celle que les forces en présence finissent par lui reconnaître), le média perd son intermédialité initiale – cette intermédialité spontanée qui caractérise la période de sa première naissance. Cependant, et malgré la perte de cette intermédialité initiale, il en gagne une autre, compatible cette fois avec l'affirmation de son identité. Il s'agit d'une forme d'intermédialité qu'il conserve toujours en lui, mais qu'il négocie de façon propre, en sympathie avec son propre potentiel. Cette intermédialité tardive, que nous pourrions nommer *intermédialité sous contrôle*, ressemble à ces formes d'intermédialité présentes dans tous les processus de production culturelle. Une telle intermédialité négociée s'avère particulièrement importante dans le paysage médiatique contemporain, placé sous le signe du flux, de la contamination, de l'interconnexion généralisée et de la « toile » globale.

Conclusion

La genèse de l'institutionnalisation d'un média, comparable à celle qu'a vécue le cinéma autour des années 1910, pourrait être comprise comme la résultante d'une intersection de nombreux paradigmes qui gouvernent le média au cours de ses premières années. La métaphore du prisme, dont la fonction consiste à fondre les couleurs du spectre dans le blanc, est sans doute celle qui peut le mieux rendre compte de l'institutionnalisation d'un média comme le cinéma. Le prisme fait en sorte que le bric-à-brac des couleurs de l'arc-en-ciel se transforme en une lumière « organique » simple et directe. Chaque paradigme (tel le paradigme technologique des images projetées, qui n'est pas spécifique au cinéma) existe bel et bien avant de se trouver concentré dans le prisme. Après s'être trouvé concentré à l'occasion d'un processus d'institutionnalisation, chaque paradigme peut facilement se perpétuer dans un autre contexte et, éventuellement, sous une autre forme.

Nous décrivons donc un média comme un « moment prégnant » au cours duquel des « couleurs » différentes – nos paradigmes – se rencontrent et se transforment à travers la médiation (la convocation, la contingence, l'attraction) d'un prisme. Chacun de ces paradigmes-couleurs peut se soumettre ou se diluer dans le média. Alternativement, ou simultanément, il peut aussi suivre un autre parcours. Bref, un média est un prisme qui s'emploie, à un certain moment de l'histoire, à concentrer (à organiser le syntagme ? à marquer ? à fédérer ?) plusieurs paradigmes

préexistants avant l'avènement du prisme de « dissolution », des paradigmes qui peuvent continuer d'exister en dehors de lui.

« Un prisme qui s'emploie, à un certain moment de l'histoire... », disions-nous... Si l'on reprend la terminologie du vieux Saussure, le média serait alors une *synchronie provisoire*, ou peut-être une *illusion synchronique* dans l'évolution implacable et décisive de la diachronie... Elle qui, en définitive, fait et défait les collusions médiatiques. Pour continuer sur le mode des références anciennes, on pourrait aussi évoquer les intuitions d'un MacLuhan pour qui tout média porte en son sein le média qui va lui succéder et le supplanter. Mais l'« emboîtement diachronique des médias » suggéré par MacLuhan devrait surtout, aujourd'hui, se jauger, pensons-nous, à l'aune de la synchronie. Nos médias contemporains se caractériseraient par une tendance centrifuge : ils posséderaient une propension à l'étoilement transmédiatique, une tendance à la dissémination de leurs paramètres constitutifs. Il faudrait alors reformuler l'idée de MacLuhan et avancer plutôt que tout média porte en son sein – se laisse traverser par – les médias qui lui sont contemporains...

Notes

1 André Gaudreault et Philippe Marion, « Un média naît toujours deux fois... », *Sociétés & Représentations*, Paris, Publications de la Sorbonne, n° 9, 2000, p. 21-36.

2 Voir Philippe Marion, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », in *Recherches en communication*, n° 7, 1997, p. 61-87.