

Université de Montréal

**Déployer le réseau en images :
Les *Googlegrams* d'Abu Ghraib**

par Christelle Proulx

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques

Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures

en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès arts (M.A.) en histoire de l'art

Février 2014

© Christelle Proulx, 2014

Université de Montréal
Faculté des études supérieures et postdoctorales

Ce mémoire intitulé :
Déployer le réseau en images : les *Googlegrams* d'Abu Ghraib

Présenté par :
Christelle Proulx

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Johanne Lamoureux, président-rapporteur
Suzanne Paquet, directeur de recherche
Olivier Asselin, membre du jury

Résumé

Le web et les images qui y foisonnent font désormais partie de notre quotidien et ils façonnent notre manière de penser le monde. Certaines œuvres d'art permettent, semble-t-il, de réfléchir à la fois sur l'image, les technologies web, les relations qu'elles entretiennent et les enjeux sociopolitiques qui les sous-tendent. C'est dans cette perspective que ce mémoire s'intéresse aux travaux de la série des *Googlegrams* (2004-2006) de Joan Fontcuberta, particulièrement à deux œuvres qui reprennent les photographies de torture de la prison d'Abu Ghraib devenues iconiques. Ce sont des photomosaïques utilisant ces images comme matrices dans lesquelles viennent s'insérer des milliers de petites images qui ont été trouvées dans le web grâce au moteur de recherche d'images de Google, selon certains mots-clés choisis par l'artiste de façon à faire écho à ces photographies-matrices. Ces œuvres sont ici considérées en tant qu'outils d'études actifs nous permettant de déployer les assemblages d'images et de technologies qu'elles font interagir. Il s'agit de suivre les acteurs et les réseaux qui se superposent et s'entremêlent dans les *Googlegrams* : d'abord les photographies d'Abu Ghraib et leur iconisation ; ensuite le moteur de recherche et sa relation aux images ; finalement les effets de la photomosaïque. Cette étude s'effectue donc à partir des interactions entre ces différents éléments qui constituent les œuvres afin de réfléchir sur leurs rôles dans le façonnement de la représentation de l'information.

Mots-clés : Culture visuelle ; web ; photomosaïque ; Abu Ghraib ; *Googlegrams* de Joan Fontcuberta.

Abstract

The Web and its proliferating images have become part of our daily lives, thereby shaping the way we think about the world. It seems that some artworks allow us to ponder on the role of the image, Web technologies and their intricate relationship, as well as underlying socio-political issues. In this regard, this thesis examines the works of Joan Fontcuberta's *Googlegrams* series (2004-2006), more specifically two artworks that are reworking iconic torture photographs of the Abu Ghraib prison. Thousands of smaller images are inserted into the photographs to refashion them into photomosaics. The images are found on the Web using Google Images search function with key words chosen by the artist in order to echo the source photographs. Considered here as tools of active study, these artworks allow us to unfold the assemblage of images and technologies that they are making interact. The aim is to follow the actors and the networks that are superimposed and interwoven within the *Googlegrams*: the Abu Ghraib photographs and their iconization; the search engine and its relationship with images; as well as the effects of the photomosaic. This study is driven by the interactions between these various elements that form the artworks as a means of reflecting upon their shaping roles in the representation of information.

Key words: visual culture; Web; photomosaic; Abu Ghraib; Joan Fontcuberta's *Googlegrams*.

Table des matières

Résumé.....	i
Abstract.....	ii
Table des matières.....	iii
Liste des figures.....	v
Remerciements	ix
INTRODUCTION.....	1
<i>Un tournant iconique : des images agissantes</i>	1
<i>Vers les images du web</i>	4
<i>Chaînes et réseaux</i>	8
1. LES IMAGES D’ABU GHRAIB ET LES <i>GOOGLEGRAMS</i>	11
1.1 De la guerre contre la terreur à la prison d’Abu Ghraib	11
1.2 Les photographies.....	13
1.2.1 <i>Procédures, tortures et mises en scène</i>	13
1.2.2 <i>Montrer les preuves, définir les crimes</i>	16
1.2.3 <i>Images et assujettissement</i>	17
1.3 Interprétations	18
1.3.1 <i>Récurrences et démultiplications</i>	22
1.4 Iconisation	25
1.4.1 <i>Hyperreproductibilité, hypercirculation et iconicité</i>	28
1.4.2 <i>Critique de l’iconisation</i>	29
1.3 Les images-sources et les chaînes de mots-clés des <i>Googlegrams</i>.....	32
1.3.1 <i>L’homme en laisse, Lynndie England et la chaîne de commande</i>	32
1.3.2 <i>L’homme cagoulé et la Passion du Christ</i>	35
1.3.3 <i>Interroger les icônes avec des mots-clés et des images</i>	38
2. LE MOTEUR DE RECHERCHE WEB ET LES IMAGES	41
2.1 Une culture de recherche	41
2.1.1 <i>La recherche web : synonyme de Google ?</i>	44
2.2 Archiver, indexer et représenter le web	45
2.3 Assemblages algorithmiques.....	49
2.3.1 <i>Les données de l’usage</i>	53
2.4 Assemblages idéologiques	55
2.5 Chercher l’image	62
2.5.1 <i>Une image, des mots et des images</i>	66
3. RAMIFICATIONS MOSAÏQUES.....	71
3.1 Magazines photographiques et photomontages	71
3.2 Photomosaïques numériques et tensions internes.....	76
3.2.1 <i>Cyberespace public et photographique</i>	80
3.2.2 <i>Mosaïque : figure de l’unanimité et de la mondialisation</i>	83
3.3 Penser par images	89
3.3.1 <i>Metapicture et « méthode des mosaïques »</i>	89
3.3.2 <i>Hyperphotographie : activer l’image</i>	91
3.3.3 <i>Intertextualité et porosité des images</i>	95

CONCLUSION	98
Bibliographie	104
Figures.....	116

Liste des figures

Figure 1.1 : *Googlegram: 11-S NY*, 2005, Joan Fontcuberta. Épreuve chromogénique, 95 x 165 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 1.2 : *Googlegram: 11-S NY* (détail), 2005, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 2.1 : *Googlegram: Abu Ghraib*, 2004, Joan Fontcuberta. Épreuve chromogénique, 120 x 155 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 2.2 : *Googlegram: Abu Ghraib* (détail), 2004, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 3.1 : *Googlegram: Crucifixion*, 2006, Joan Fontcuberta. Épreuve chromogénique, 160 x 114 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 3.2 : *Googlegram: Crucifixion* (détail), 2006, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 3.3 : *Googlegram: Crucifixion* (détail), 2006, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 4 : Photographie de Lynndie England tenant un prisonnier en laisse à la prison d'Abu Ghraib, Irak, 2003, prise par Charles Graner.

Source : <http://wodumedia.com/the-decade-in-news-photography/this-is-a-file-image-obtained-by-the-associated-press-which-shows-pfc-lynn-die-england-holding-a-leash-attached-to-a-detainee-in-late-2003-at-the-abu-ghraib-prison-in-baghdad-iraq-ap-photo-file/>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 5 : Photographie du prisonnier surnommé « Gilligan » se tenant sur une boîte, à la prison d'Abu Ghraib, Irak, 2003, prise par Ivan Frederick.

Source :

http://rawstory.com/news/2007/Seymour_Hersh_shocking_new_Abu_Ghraib_0617.html, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 6 : Photographie de Sabrina Harman et du cadavre de Manadel al-Jamadi à la prison d'Abu Ghraib, Irak, 2003.

Source : http://graphics8.nytimes.com/images/blogs/morris/posts/27morris_2728_C_11.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 7 : Photographie de prisonniers nus et empilés, aux côtés de Charles Graner et Lynndie England à la prison d'Abu Ghraib, Irak, 2003.

Source : <http://www.aljazeera.com/indepth/features/2013/07/2013715113237109200.html>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 8 : Capture d'écran partielle de la page des « Tendances des recherches » du le moteur de recherche de Google, pour les mots-clés « Abu Ghraib », de 2004 à janvier 2014. Accessible au : <http://www.google.fr/trends/explore#cmpt=q>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.

Figure 9 : Capture d'écran partielle de la page des « Tendances des recherches » du moteur de recherche de Google, pour les mots-clés « Abu Ghraib photos », de 2004 à janvier 2014. Accessible au : <http://www.google.fr/trends/explore#cmpt=q>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.

Figure 10 : *iRaq/iPod*, Forkscrew Graphics, affiche installée à New York, NY, 2004, photographie par W.J.T. Mitchell. Reproduit avec la permission de W.J.T. Mitchell. Source : http://www.indybay.org/newsitems/2004/06/19/16860801.php?show_comments=1, consultée le 8 janvier 2014. En noir et blanc dans : MITCHELL, W.J.T. (2011). *Cloning Terror: The War of Images, 9/11 to the Present*, Chicago : University of Chicago Press, p.106.

Figure 11 : Photographie du prisonnier surnommé « Gilligan », encagoulé, Ivan Frederick à droite, à la prison d'Abu Ghraib, Irak, 2003, prise par Sabrina Harman. Source : <http://reseauinternational.net/2013/09/12/irak-la-guerre-la-plus-humaine-de-lhistoire/>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 12.1 : Centre d'exploitation de données de Pryor en Oklahoma, capture d'écran partielle du site de présentation des *Data Centers* de Google, accessible au <http://www.google.com/about/datacenters/gallery/#/places/18>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.

Figure 12.2 : Centre d'exploitation de données de Douglas County en Georgie, capture d'écran partielle du site de présentation des *Data Centers* de Google, accessible au <http://www.google.com/about/datacenters/gallery/#/places/8>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.

Figure 13 : Capture d'écran partielle de la page de résultats sur le moteur de recherche d'images de Google, pour le mot-clé « ecce homo », captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.

Figure 14 : *Schnitt mit dem küchenmesser Dada durch die letzte weimarer Bierbauchkulturepoche Deutschlands*, 1919-1920, Hannah Höch, photomontage, 90 x 144 cm, Staaliche Museum, Berlin. Source : http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/dada/arthistory_dada.html, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 15 : *AIDS Faces*, 1994, publicité de Benetton. Source : http://www.benettongroup.com/40years-press/imgs/image_gallery/03_Our_Campaigns/Institutional_Campaigns/13_1994_camAIDSFace.s.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 16.1 : *JFK*, Robert Silvers, 2006. Reproduit avec la permission de Robert Silvers. Source : http://www.photomosaic.com/images/jfk_big.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 16.2 : *JFK* (détail), Robert Silvers, 2006. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/jfk_detail.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 17.1 : *Flag*, Robert Silvers, 2004. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/american_flag.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 17.2 : *Flag* (détail), Robert Silvers, 2004. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/amer_flag_detail.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 18.1 : *Newsweek Pictures of the Week: A Tribute to Lady Di*, en page couverture du *Newsweek*, 22 décembre 1997, Robert Silvers. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : <http://www.photomosaic.com/images/newsweek600x800.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 18.2 : *Newsweek Pictures of the Week: A Tribute to Lady Di* (détail), en page couverture du *Newsweek*, 1997, Robert Silvers. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/diana_detail2.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 19.1 : *Dollar Bill*, Robert Silvers, [s.d.]. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : <http://www.photomosaic.com/images/dollarbill.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 19.2 : *Dollar Bill* (détail), Robert Silvers, [s.d.]. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/dollar_det.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 20 : *Carnaval de patinage, patinoire Victoria, photographie composite, Montréal, QC, 1870*, William Notman, 1870, Papier albuminé, 137 x 176 cm, © Musée McCord, licence Creative Commons.

Figure 21 : Image tirée de *Des_Frags*, 2001, Reynald Drouhin, œuvre en ligne (qui n'est plus accessible). Reproduit avec la permission de Reynald Drouhin.
Source : <http://www.reynalddrouhin.net/rd/wp-content/uploads/2007/03/desfrags.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 22.1 : *War President*, 2004, Joe Wezorek, publié originalement sur le blogue *American Leftist*, accessible au http://www.amleft.blogspot.ca/archives/2004_04_01_amleft_archive.html, consulté le 8 janvier 2014. Reproduit avec la permission de Joe Wezorek.
Source : <http://giantoutstallationart.tyo.ca/wp-content/uploads/2005/12/War-President-Joseph-Wezoreks-photomosaic-portrait-of-President-Bush-composed-from-960-images-of-American-soldiers-killed-in-Iraq.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.

Figure 22.2 : *War President* (détail), 2004, Joe Wezorek. Reproduit avec la permission de Joe Wezorek.

Figure 23.1 : *Googlegram: Guantanamo*, 2004, Joan Fontcuberta, Épreuve chromogénique, 120 x 150 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Figure 23.2 : *Googlegram: Guantanamo* (détail), 2004, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier ma directrice de recherche, Mme Suzanne Paquet, pour sa disponibilité, sa rigueur, son support et son enthousiasme. Il convient également de remercier le département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques de l'Université de Montréal pour son appui, de même que le FRQSC et le CRSH pour leur soutien financier. Je veux également remercier Mme Christine Bernier de m'avoir encouragé à me joindre au département afin d'y effectuer des études supérieures. Un remerciement particulier aussi à Aurele Parisien, chargé de cours à l'Université Concordia, pour son aide précieuse avant mon entrée à la maîtrise. Un autre merci spécial à Fanny Gravel-Patry pour son écoute et son amitié tout au long de la maîtrise. Merci à mes collègues et amis pour leur support, tout particulièrement à Camille Bédard et à Karine Bouchard pour leurs relectures, ainsi qu'à Marc-André Hubert pour avoir toujours été à mes côtés.

INTRODUCTION

Les images cohabitent avec nous, que l'on s'y attarde ou non. L'arrivée des technologies numériques de l'image dans les années 1990, rapidement suivie de l'émergence de l'internet et du « World Wide Web », a fait de ce dernier une gigantesque archive d'images. À la fois accumulées, stagnantes et redondantes ou dynamiques et marquantes, les images qui s'accumulent dans le web en font un gisement extrêmement riche en représentations numériques. Plusieurs d'entre nous ont d'ailleurs l'impression que tout a déjà été photographié et se trouve maintenant accessible en ligne. La massification des usages du web, au début des années 2000, est marquée par la présence croissante des images sur la Toile, qui était auparavant très textuelle. Les images y sont déposées et s'y multiplient à une vitesse effarante grâce à la facilité d'utilisation des appareils photographiques, des plateformes de partage et des outils de postproduction. L'immense archive d'images qui est contenue, reproduite et actualisée dans le cyberspace s'accroît de façon exponentielle, un accroissement encouragé par la quantité et l'accessibilité des outils de captation et de visualisation d'images numériques. C'est en partie ce qui a été qualifié de « déluge d'images » par Sigrid Wiegel en 2004. L'impressionnante quantité de matériel visuel disponible dans le cyberspace encourage un régime de production de l'image dans lequel sont réutilisées des images déjà en ligne, tant par les artistes que par les amateurs. Qu'on appelle ce phénomène appropriationnisme ou culture du remix, l'univers du web démultiplie les exemples d'images qui commentent notre culture visuelle en y ajoutant une nouvelle couche de signification. Ainsi, certaines images parviennent à produire de la connaissance, à nous parler des images, ou du moins à nous montrer quelque chose à propos d'elles. Elles sont devenues omniprésentes dans les processus de communication. Il importe donc de tracer les ramifications de savoirs qui s'assemblent *dans* et *par* l'image, ses origines multiples, ses trajectoires et sa consommation.

Un tournant iconique : des images agissantes

Au cours des années 1990, face à ce qui commence à ressembler à un déluge d'images, W.J.T. Mitchell aux États-Unis et Gottfried Boehm en Allemagne proposent tous deux, indépendamment l'un de l'autre, un *tournant* important dans la pensée, qui serait de l'ordre de

l'image, du pictural ou de l'iconique. Il s'agit d'un changement de paradigme qui succède au précédent tournant, linguistique celui-là, théorisé par Richard Rorty en 1967 dans *The Linguistic Turn: Recent Essays in Philosophical Method*¹. Rorty souhaitait aller à l'encontre de la visualité dans la réflexion philosophique, afin de se concentrer sur le langage, et cette manière de faire s'est rapidement étendue à plusieurs domaines qui ont exploré leurs objets comme s'ils étaient des textes. Cette importance accordée au discours et aux mots prend rapidement place à l'avant-plan des sciences humaines. Selon les tenants du tournant linguistique, la philosophie ne pourrait exister que par une étude du langage et la réalité ne serait accessible que par la langue. Celle-ci irait jusqu'à constituer la réalité. Presque trente ans après le tournant préconisé par Rorty, Boehm et Mitchell suggèrent un autre tournant afin d'allier la théorie à cette accumulation d'images qui ne cesse de croître, avant même la popularisation des technologies numériques.

Boehm introduit sa vision du tournant iconique en 1994 dans *Was ist ein Bild ? (Qu'est-ce qu'une image ?)* où il propose que les images puissent être tout aussi signifiantes, sinon plus, que le langage. Dans son article « Par-delà le langage ? Remarques sur la logique des images » (2008 [2004]), il écrit que « les images possèdent une logique propre qui n'appartient qu'à elles ». Selon lui, le logos de la langue aurait cessé depuis peu de dominer l'image dans la hiérarchie du savoir. Le tournant iconique est donc en partie une critique « du primat du langage, du mot ou du texte » (Boehm 2008 [2004] : para. 17), mais aussi une critique de l'image. Pour Boehm, il s'agit d'une suite logique du tournant linguistique qui visait à montrer le rôle du langage comme fondement de la connaissance. Ce tournant basculerait ensuite vers un dépassement des mots, au-delà de la nature langagière (Boehm 2008 [2004] : para. 20), vers quelque chose de beaucoup moins déterminé, c'est-à-dire les images. Les processus générateurs de sens que les théoriciens du tournant linguistique étudient dans le discours écrit, ceux du tournant iconique le considèrent par rapport à l'image, en passant ainsi du lisible au visible (Boehm 2009 : 105-106). Boehm (2009 : 106) soutient en outre que ceux qui étudient l'image, les historiens de l'art, savent déjà avec *certitude* qu'il existe quelque chose comme l'*intelligence iconique*.

En 1994 également, Mitchell explique ce tournant dans *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representations*, un ouvrage où il affirme le potentiel théorique des images qui nous forment et nous transforment, à travers une analyse du rapport de celles-ci au texte. Il remet en

¹ Dans cet ouvrage, Rorty attribue l'origine de l'expression « tournant linguistique » à Gustav Bergmann.

question l'étude de l'image comme texte et soutient que nous sommes dans une ère de l'image qui nécessite une réflexion approfondie sur les jeux de relations qu'entretiennent la visualité, la technique, l'iconicité, le discours, les institutions, les corps et la figuralité (Mitchell 1994 : 16). Il théorise aussi dans cet ouvrage la notion de « *metapicture* », un type d'image – ou de *picture*, c'est-à-dire une image matérialisée sur un support – qui serait apte à nous parler de la représentation visuelle. Mitchell, en abordant ce tournant pictural, souligne également le potentiel critique d'une réflexion faite par l'image face à l'idéologie dominante. Ce point de vue nous semble particulièrement pertinent afin d'aborder les possibilités d'une critique du statut de l'image, de sa circulation et de sa consommation, telles que structurées par des appareils idéologiques encodés dans l'environnement web. Dans leur échange de lettres publiées en 2009, « Iconic versus Pictorial Turn: Two Letters », les deux auteurs à l'origine de ce tournant s'entendent pour dire que leurs approches divergent à propos de cette critique de l'idéologie. Boehm ne souhaite pas, comme Mitchell, ouvrir son tournant iconique aux problématiques d'ordre sociopolitique qui lient la construction idéologique à celle de certains types d'imageries. Ceci demande, par exemple, de s'attarder sur le rôle actif de l'image dans les conflits sociopolitiques actuels. Bernd Stiegler (2008) aussi, dans un texte où il trace un portrait du tournant iconique, souligne qu'il est du devoir des théoriciens de ce tournant d'articuler une réflexion sociale. Horst Bredekamp (2008) présente également les images comme des acteurs pouvant intervenir de façon historique et politique, ce qu'il appelle des « *actes d'images* ».

L'image ainsi définie par les différentes théorisations du tournant iconique est à la fois agissante et productrice de connaissance. Boehm et Mitchell s'accordent sur le fait que le tournant iconique encourage un dialogue renouvelé entre les domaines de l'image et ceux des sciences et des techniques (Boehm et Mitchell 2009). L'imagerie scientifique sert souvent d'exemple, mais nous verrons comment certaines œuvres d'art portent aussi un tel potentiel. De même, le pouvoir de l'image est explicité dans l'ouvrage de David Freedberg, intitulé justement *Le pouvoir des images* (1998), où il décrit les divers modes de production et les différentes réponses que produisent les images chez les spectateurs. Mitchell abonde dans ce sens, dans *Picture Theory*, en faisant état de leur potentiel constitutif de savoir. Dans un plus récent ouvrage, *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images* (2006), il en vient à prêter des désirs aux images qu'il présente comme des organismes vivants avec lesquels il serait possible de construire

un dialogue². Dans *Vie et mort de l'image* (1992), Régis Debray prête une vitalité similaire aux images et aborde aussi une pensée par l'image lorsqu'il soutient que l'image s'impose par elle-même, sans que les mots soient nécessaires. Il approche ces questions du point de vue de la médiologie, un terme qu'il a façonné afin de désigner une méthode pour étudier les effets de la transmission culturelle et des changements de régimes technologiques³.

Les technologies numériques nous apparaissent comme ayant un rôle primordial à jouer dans la vie de l'image actuelle, ou dans la faculté agissante de celle-ci. Antérieurs à l'arrivée du numérique, les écrits de Marshall McLuhan s'avèrent pionniers en la matière. Dans *Pour comprendre les médias* (1964), et même avant, dans *La Galaxie Gutenberg* (1962) où il se penche sur la reproductibilité et la visualité de la culture imprimée, il tente de montrer comment les technologies de communication modèlent la société et façonnent notre compréhension de la réalité. Pour lui, les médiums et les images sont des producteurs de sens, non pas de simples intermédiaires, mais des médiateurs. Dans un chapitre de *Pour comprendre les médias* intitulé « La photographie. Le bordel imaginaire », il écrit, pour illustrer le télescopage de l'espace que provoque la diffusion de la photographie, que le magazine *Vogue*, dans un numéro présentant la mode internationale en 1953, a produit « un nouvel hybride né du croisement entre la photographie et l'avion » (McLuhan 1992 [1964] : 305). McLuhan met ainsi de l'avant l'importance de la connexité des images aux véhicules de diffusion qui permettent leur accessibilité. Cette conception du processus de transmission des images s'incarne encore plus profondément dans le numérique, dans lequel l'encodage constitue à la fois l'image, son mode de transport et le réseau dans lequel elle circule.

Vers les images du web

Il est par ailleurs pertinent de relever une coïncidence historique entre l'annonce d'un tournant iconique par Boehm et Mitchell en 1994 et la mise en ligne du premier navigateur web cette même année. Deux décennies plus tard, même si les théories de ce tournant ne sont pas réductibles à l'arrivée des « nouvelles » technologies, il nous apparaît important d'associer ces

² Freedberg (1998 : 311) consacre d'ailleurs un chapitre à ce qu'il appelle « Les images vivantes », qu'il associe surtout aux visions expérimentées dans le cadre de cultes religieux de l'image.

³ Le terme est apparu pour la première fois dans son ouvrage de 1979, *Le pouvoir intellectuel en France*, mais est expliqué dans *Cours de médiologie générale* en 1991.

réflexions au cyberspace, car la culture numérique doit aussi être pensée par l'image. Certains écrits sur la culture visuelle numérique ont déjà avancé dans cette direction, comme par exemple *Info-aesthetics* de Lev Manovich (2013), dans lequel il aborde les possibilités d'une représentation iconique de la société de l'information. Les articles d'André Gunthert, « L'image partagée. Comment internet a changé l'économie des images » (2009) et « La révolution de la photographie vient de la conversation » (2012), abordent encore plus explicitement les rapports que nous entretenons avec la photographie dans le web. Les textes qui réfléchissent sur les images du web les approchent souvent par la voie de la pratique amateur et du partage dans les réseaux sociaux. La consommation d'images se fait aussi beaucoup et de façon moins visible⁴ à travers les moteurs de recherche comme Google, façonnant la culture visuelle des internautes. Une part de notre recherche se positionne donc dans le domaine émergent de l'étude de l'accès et des algorithmes web que des chercheurs comme Dominique Cardon, Jonathan Roberge⁵, et Ted Striphas⁶ contribuent à construire. Malgré le tournant iconique, les ouvrages qui se penchent sur le rôle du moteur de recherche sont très axés sur l'aspect linguistique et textuel de l'information en circulation (Jeanneney 2007 ; Halavais 2009 ; Hillis, Petit et Jarret 2012), priorisant par exemple Google Books aux dépens de Google Images⁷. Penser les modes de consommation de l'image dans le cyberspace nous permet donc de nous pencher non seulement sur sa circulation et ses usages, mais aussi sur ce que fait l'image, ce qu'elle indique et ce qu'elle fait s'associer. Dans le web, l'image circule, elle est consommée, mais elle est aussi hybride et multiple.

C'est dans cette perspective que notre mémoire vise à démontrer comment certaines images parviennent à dévoiler *ce que fait* l'imagerie issue du web, qu'il s'agisse de l'image forte agissant sur la sphère politique, des effets que produisent son mode de diffusion ou de circulation, ou encore des conséquences de la nature composite de l'image numérique. Pour ce faire, nous

⁴ Cette consommation est moins « visible » en l'absence d'une plate-forme « sociale » encourageant la production de traces pour chaque interaction effectuée autour des images, comme par exemple la possibilité de les commenter.

⁵ Roberge décrit ses recherches en cours entre autres dans une entrevue menée par Stéphane Baillargeon, publiée dans *Le Devoir*, le 20 juillet 2013, sous le titre « Humanités 2.0 – La sociologie des algorithmes ». Accessible en ligne au <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/383333/la-sociologie-des-algorithmes>, consulté le 2 janvier 2014.

⁶ Si l'on en croit sa page web et son blogue, Striphas prépare un ouvrage qui s'intitulera *Algorithmic Culture*. Voir <http://www.indiana.edu/~bookworm/research/emergent/>, consulté le 8 janvier 2014.

⁷ En dehors du domaine des études culturelles, les nombreux écrits sur les moteurs de recherche se concentrent surtout sur l'ingénierie informatique et l'aspect commercial de ces outils, dans les publications issues du domaine du *search marketing*.

déployons notre étude à partir d'œuvres tirées de la série des *Googlegrams* (2004-2006) de Joan Fontcuberta (1955-). Cet artiste catalan diplômé en sciences de l'information est réputé pour sa démarche qui remet en question le médium photographique et les notions de vérité et de fiction qui s'y rattachent. En plus d'être le commissaire du Mois de la photo à Montréal 2015, tenu sous le thème de la condition post-photographique, il est aussi l'un des cinq commissaires derrière l'exposition *From Here On* présentée aux Rencontres d'Arles en 2011 et qui présentait des œuvres faites à partir d'images repiquées sur le web. Fonctionnant dans une logique similaire de réappropriation du matériel web, les *Googlegrams* sont utilisés dans ce mémoire comme *analyseurs* afin de réfléchir sur l'action de l'image dans le cyberspace. Non seulement ces œuvres montrent que l'image y évolue de multiples façons, mais elles permettent aussi de concevoir les technologies qui animent les images et les effets que produisent leurs associations.

La série qui nous intéresse est constituée de photomosaïques pour lesquelles l'artiste a choisi de retravailler des photographies sources qui sont pour la plupart très médiatisées et ancrées dans la culture visuelle actuelle, comme par exemple des images des attentats du 11 septembre 2001 à New York. Après les avoir trouvées grâce à l'outil de recherche d'images de Google, Fontcuberta fait passer ces images-sources dans un logiciel de photomosaïque qui les transforme en grilles dans lesquelles viennent s'insérer des milliers de petites images correspondant à la densité et à la valeur chromatique de chaque zone de l'image de référence. Les minuscules images deviennent ainsi les « tesselles » (un terme servant à nommer les fragments d'une mosaïque traditionnelle) de la photographie et fonctionnent un peu comme les pixels de l'image numérique. Grâce à l'utilisation du logiciel MacOSaiX, les petites photo-tesselles proviennent des résultats de recherche d'images dans le web, effectuées à l'aide de certains mots-clés soumis à l'engin de recherche de Google et choisis afin de faire écho aux photographies-sources sélectionnées. Par exemple, pour *Googlegram: 11-S NY* (2005), Fontcuberta reprend et juxtapose deux célèbres photos de l'attentat du 11 septembre 2001 sur les tours jumelles du World Trade Center à New York (fig. 1.1 et 1.2). Les milliers de petites photographies par lesquelles sont réassemblées le motif des photos initiales sont obtenues en utilisant comme mots-clés de recherche « Dieu », « Yahve » et « Allah » en espagnol, en français et en anglais. Les images qui correspondent à ces termes, ou qui les représentent visuellement, d'après le moteur de recherche, viennent alors reconstruire l'image-source. Selon l'artiste, cette série vise à critiquer l'impression de connectivité universelle par le web (Fontcuberta 2006). Elle s'inscrit à l'intérieur d'un corpus

plus large qui comprend aussi la série *Orogenèses*, des images de synthèse numériques représentant des paysages construits à partir d'œuvres marquantes de l'histoire de l'art. Ces deux séries ont été réunies sous l'intitulé *Datascapés*, soulignant de ce fait comment les images numériques sont d'abord des agencements de données qui s'actualisent sur l'écran, des représentations encodées.

Les œuvres choisies dans cette série afin d'élaborer ce mémoire s'intitulent *Googlegram: Abu Ghraib* (2004) (fig. 2.1 et 2.2) et *Googlegram: Crucifixion* (2006) (fig. 3.1 et 3.2). Elles reprennent deux des plus célèbres photographies de torture prises à la prison iraquienne d'Abu Ghraib, c'est-à-dire celle de Lynndie R. England tenant en laisse un prisonnier qui gît au sol (fig. 4) et celle de « l'homme cagoulé » (aussi connue sous le nom de « *Hooded Man* ») se tenant debout sur une boîte, les bras en croix (fig. 5). Ces images et les photomosaïques qu'en a faites Fontcuberta nous permettront d'examiner comment se passe la vie des images dans l'univers numérique du web. Afin d'en souligner l'hétérogénéité, il s'agira donc de saisir la diversité des éléments qui constituent le réseau des œuvres de Fontcuberta : ses images, sa technologie, sa forme et ses effets. Cela nous permettra de décrire les tensions entre l'unicité et la multiplicité des images et de l'information du web.

Puisqu'elles sont les images à la source des œuvres, nous prendrons pour point de départ les photographies qui forment la matrice des *Googlegrams* à l'étude afin d'élaborer notre premier chapitre. Ces photos, prises à la prison d'Abu Ghraib dans la ville de Bagdad en Irak, ont été produites et diffusées dans le cadre de la « guerre contre la terreur », déclarée en 2001 par le président américain George W. Bush après les attentats terroristes du 11 septembre. Il faut d'abord remettre les images d'Abu Ghraib en contexte puisque leur grande circulation tend à escamoter leur contexte d'origine. Nous décrirons les différentes interprétations qui ont été faites de ces photographies afin d'illustrer la multiplicité de sens qu'elles renferment. Leur intense circulation les a rendues iconiques et nous chercherons à montrer comment les *Googlegrams* transforment l'iconicité des photographies d'Abu Ghraib, en nous attardant aux mots-clés utilisés dans la recherche pour obtenir les milliers d'images qui forment les photomosaïques.

Notre mémoire proposera ensuite une réflexion approfondie sur cet outil qui est le centre des *Googlegrams* : le moteur de recherche. L'engin de recherche de Google est devenu

l'intermédiaire par excellence pour accéder au vaste monde de l'information numérique⁸. L'étude de ses effets sur notre rapport à l'information du web occupera donc le deuxième chapitre de ce mémoire. Nous tenterons de définir la recherche internet, d'exposer le fonctionnement de ce dispositif, aux niveaux technique et idéologique, de façon à comprendre comment il agit sur notre perception du cyberspace et des images qu'il contient. Nous porterons une attention particulière à la description des rapports qu'entretiennent les mots et les images dans cette pratique, afin de voir comment les *Googlegrams* interrogent l'autorité de ces systèmes qui structurent la diffusion et la consommation de l'information dans le web.

Dans le troisième chapitre, nous comparerons cette technologie de diffusion web aux magazines illustrés qui ont servis de matériel source aux artistes photomonteurs de l'entre-deux-guerres, un peu comme Fontcuberta remonte des images tirées du web. Il sera ainsi démontré comment le désir commun d'éclatement des points de vue, en simultané, chez des artistes que presque un siècle sépare, agit de façon à produire une image à la fois choc et multiple. Nous verrons également ce que le photomontage numérique en mosaïque fait aux images et à leur réception et comment il nous encourage à réfléchir une certaine idéologie de la mondialisation (Mélou 2006). De même, la particularité de la forme mosaïque sera considérée afin d'examiner la tension entre l'unitaire et le multiple qui s'y joue. En explicitant les jeux de récurrences et de profondeurs de l'image que montrent les *Googlegrams*, nous tenterons d'entrevoir la possibilité d'une pensée sur le web et ses images.

Chaînes et réseaux

Les séries de déplacements, d'associations et de traductions propres à l'information numérique nous incitent à utiliser une approche empruntée à la sociologie de la médiation. Il s'agit de mettre en évidence les liens entre images et technologies, et d'assumer une « posture descriptive », pour reprendre l'expression de Nathalie Heinich (1998 : 31). Considérant la technicité de l'environnement numérique, une approche théorique inspirée de la sociologie de l'innovation⁹ nous sera utile puisque, dans le web, la technique et le contenu sont intimement liés.

⁸ Hillis, Petit et Jarret (2012 : 3) rapportent les statistiques suivantes : Google aurait traité plus de 91% des requêtes mondialement en juillet 2011 et plus de 97% sur les appareils mobiles.

⁹ Voir à ce propos *La science en action* (1989) et « Les 'vues' de l'esprit. Une introduction à l'anthropologie des sciences et des techniques » (1987) de Bruno Latour.

Cette façon de faire suppose que les « non-humains », tout comme les humains, peuvent être des entités agissantes, d'où l'utilisation récurrente du terme d'« actants » dans les ouvrages consacrés à cette approche. Le moteur de recherche est l'un des principaux actants du processus de médiation et d'association qu'emploient les *Googlegrams*. C'est pourquoi nous chercherons à montrer comment l'information visuelle et sa circulation fonctionnent dans le web, en traçant les associations, en rendant l'action et les effets de la recherche web explicites.

Il s'agira donc de décrire, en suivant les différentes chaînes d'actants, les éléments liés que notre corpus nous permet de déployer. L'ANT (*Actor Network Theory*) – ainsi nommée par Michel Callon et développée avec lui par des sociologues comme Bruno Latour – nous permettra de concevoir les *Googlegrams* comme des acteurs-réseaux par lesquels différentes chaînes s'assemblent. Les réseaux que font s'intriquer ces œuvres pourraient être détaillés indéfiniment, retraçant des chaînes infinies dans plusieurs directions. Nous nous en tiendrons donc aux réseaux d'associations que notre corpus fait se lier plus densément et plus solidement, décrivant trois réseaux déterminants qui relient et que relient les *Googlegrams* et qui s'incarnent, dans notre mémoire, en trois différents chapitres. Notre étude déploiera donc la trajectoire ramifiée des images-sources de la prison d'Abu Ghraïb, qui seront considérées comme des acteurs qui contiennent et produisent aussi leur propre réseau d'actants. Il s'agit d'un assemblage formé d'individus, de médias, de textes, mais aussi d'images *qui commentent*, parmi lesquelles les *Googlegrams*. Ceux-ci, en retour, agissent également sur les images-sources. Nous détaillerons les opérations effectuées par le moteur de recherche, acteur majeur du web et de notre corpus, pour ensuite parcourir le réseau de la photomosaïque, un acteur visuel dont les ramifications formelles et théoriques nous permettront de suivre ses effets sur les images utilisées dans les *Googlegrams* et au-delà.

En déployant ces objets artistiques qui sont à la fois réseaux et acteurs, il s'agira de faire voir comment les images, leur diffusion et leur consommation se font, de même que ce qu'elles font, afin de faire apparaître la multiplicité sous-jacente de ces entités visuelles et techniques. À ce propos, soulignons que les œuvres de Fontcuberta portent un titre qui emploie le suffixe « gramme » et tracent, justement, une forme de « diagramme de Google ». Selon la définition d'un diagramme à laquelle l'intitulé « *Googlegram* » semble faire référence, il s'agit d'une sorte

Il convient de préciser que sociologie « de la médiation », « de la traduction », « des associations », « de l'innovation » ou « de l'acteur-réseau » sont diverses appellations d'une même approche, même si l'innovation est un terme qui illustre mieux sa filiation avec l'étude des sciences et des techniques.

de graphique « représentant [...] un phénomène, un processus, [...] la structure d'un ensemble [ou] le fonctionnement d'un mécanisme » (Larousse 2013). Qui plus est, ce suffixe peut se référer à une unité de mesure de masse, servant par exemple à mesurer le « poids » d'une entité comme Google dans notre conception des images. Pour ces œuvres, cela ne se résume pourtant pas à la visualisation ou à la mesure de la « pesanteur » de Google. Le moteur de recherche est cependant un excellent tenant-lieu pour réfléchir à des problématiques sociotechniques actuelles plus larges, et en l'utilisant, les œuvres permettent une mise en visibilité des actions et des effets que produisent les technologies et les images qui évoluent dans le web depuis le début des années 2000. Les *Googlegrams* évoquent aussi certains enjeux politiques de l'image et de l'accès à la connaissance qui rappellent les images-sources des œuvres choisies. C'est donc en nous inspirant des théories du tournant dit « iconique » et de la sociologie de l'acteur-réseau, que les œuvres, les images qui s'y assemblent, et la manière dont elles sont assemblées, seront conçues comme agissantes et constitutives de notre savoir sur le cyberspace et ses images. En décrivant ce que font s'associer les *Googlegrams* d'Abu Ghraïb, nous démontrerons comment les images elles-mêmes peuvent nous permettre de réfléchir les conditions de l'image et de sa circulation, dans une culture de réseau et de mondialisation.

1. LES IMAGES D'ABU GHRAIB ET LES *GOOGLEGRAMS*

1.1 De la guerre contre la terreur à la prison d'Abu Ghraib

Le 11 septembre 2001, trois des quatre avions détournés par les membres d'une organisation terroriste atteignent leurs cibles et attaquent le Pentagone à Washington et les tours jumelles du World Trade Center de la ville de New York. Plusieurs New-Yorkais assistent à la scène, des milliers d'individus perdent la vie suite aux attentats et des dizaines de millions de personnes voient les avions s'écraser sur les tours jumelles dans les images diffusées à la télévision et dans les journaux. L'effet est spectaculaire et produit une « image-événement » (Retort 2008 : 48). La grande diffusion de cette image nourrit la peur d'un empire de se voir attaqué et affaibli par « plus faible » que lui. La peur de la terreur grandit, dans un cercle tout particulièrement vicieux. Dès le 18 septembre 2001, l'utilisation des forces armées américaines est autorisée pour contre-attaquer. Ainsi débutent les campagnes militaires de la « Guerre contre la terreur », aussi appelée « Guerre contre le terrorisme » et « *Global War on Terror (GWOT)* ». Ces différentes actions visent à démanteler les réseaux terroristes islamistes comme Al-Qaida, ce dernier étant tenu responsable des attentats-suicides perpétrés le 11 septembre. Les actions menées dans le cadre de la guerre contre la terreur s'amorcent de façon explicite avec les hostilités entamées contre les talibans¹⁰ et Al-Qaida en Afghanistan, par l'opération « Enduring Freedom »¹¹.

En février 2002, le président américain déclare que la Convention de Genève qui impose un droit international au respect des prisonniers de guerre peut ne plus s'appliquer aux membres d'Al-Qaida et aux talibans, tout en rappelant que les détenus doivent être traités humainement. Cette dérogation est justifiée par le fait qu'il s'agit de mener un combat contre « un différent type d'ennemi » (Schlesinger 2004 : 910, trad. libre). La guerre n'est pas menée contre un État ; selon le président Bush en 2001, l'ennemi est dorénavant « l'héritier de toutes les idéologies meurtrières du vingtième siècle, poursuivant le chemin tracé par le fascisme, le nazisme et le

¹⁰ Les talibans forment un mouvement politico-religieux qui adhère au fondamentalisme musulman et a instauré en 1996 le régime de l'Émirat islamique d'Afghanistan. Il s'agit d'une entité officiellement considérée comme terroriste par plusieurs gouvernements, dont celui du Canada. Voir <http://www.publicsafety.gc.ca/prg/ns/le/cle-eng.aspx#TALI>, consulté le 4 janvier 2014.

¹¹ L'opération avait d'abord été nommée « Infinite Justice », puis a été changée en « Enduring Freedom » afin de faire taire les critiques. Le premier intitulé suggérait effectivement une grande part de la nature à la fois vindicative et interminable de la guerre contre la terreur. Voir <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/1563722.stm>, consulté le 4 janvier 2014.

totalitarisme » ; cette guerre vise à « débarrasser le monde du mal » (« *rid this world of evil* ») (Bush, cité par Danner 2009 : 551). Elle implique non seulement la neutralisation des cellules terroristes et de leurs meneurs, mais aussi plusieurs enquêtes sur les gouvernements et les personnes susceptibles d'être liés à des regroupements terroristes. Considérant que le gouvernement iraquien soutient les organisations terroristes, l'armée américaine entre en guerre contre Saddam Hussein.

L'invasion de l'Irak est amorcée dans le but de départir le pays des armes de destruction massive qui sont censées s'y trouver. La sécurité nationale est citée comme principale justification pour cette guerre, mais elle a également pour objectif une « transformation régionale » (Danner 2009 : 376). Il s'agit d'un projet aussi connu sous le nom de l'initiative du « Grand Moyen-Orient », une entreprise qu'il est aisé de qualifier de néocolonialiste. Elle vise en effet à remodeler les pays arabes en démocraties alliées aux Américains. Ce qui, selon la conseillère en sécurité nationale Condoleezza Rice (citée dans Danner 2009 : 376, trad. libre), « est la seule garantie qu'il ne sera plus produit d'idéologies haineuses qui mènent des hommes à diriger des avions contre des immeubles à New York et à Washington ». Toutefois, le danger que représentent les armes de destruction massive, de même que la possibilité qu'elles tombent aux mains terroristes, est la raison préférée pour justifier l'invasion puisqu'elle est la seule qui lui donne une certaine légitimité internationale.

Les troupes américaines envahissent donc l'Irak en mars 2003 dans le cadre de l'opération « Iraqi Freedom », menée contre le régime Baathiste de Saddam Hussein. Si l'on en croit *Cloning Terror* (2011) de W.J.T. Mitchell, où il examine les images produites dans le contexte de la guerre contre la terreur, Hussein sert de substitut à Oussama Ben Laden, leader d'Al-Qaïda, puisque le président iraquien incarne une cible plus visible et plus accessible (Mitchell 2011 : 3)¹². Toutefois, aucune arme de destruction massive n'est découverte. Le gouvernement américain déclare la guerre en Irak « mission accomplie » dès mai 2003, mais le conflit se poursuit en réalité jusqu'en 2011. En devenant le lieu d'une guerre dont les objectifs sont de plus en plus indéterminés, l'Irak se transforme en front principal de la guerre contre la terreur, qualifié par Bush de bataille critique pour « le combat idéologique de notre époque » (cité par Danner 2009 : 552, trad. libre).

¹² Dans un esprit similaire, Sontag écrit, en 2004, dans son article du *New York Times* « Regarding the Torture of Others » : « Osama bin Laden? Saddam Hussein? What's the difference? »

Dans la ville d'Abu Ghraib, près de Bagdad en Irak, un immense centre de détention est tristement célèbre. Des années soixante jusqu'en 2002, le régime de Saddam Hussein y emprisonnait, torturait et exécutait des prisonniers politiques. Déjà chargé de la mémoire de la violence qui y avait cours sous le régime baathiste, il sert, à partir de 2003, à l'armée américaine. Cette dernière lance de grandes vagues d'arrestations en Irak, souvent aléatoires, et la prison abrite ainsi rapidement plusieurs milliers de détenus, dont une importante partie s'avère être des civils innocents. De plus, les individus incarcérés ne sont pas protégés par la Convention de Genève puisqu'ils ne semblent pas considérés comme des prisonniers de guerre. Le rapport Schlesinger (2004 : 913, trad. libre) établit également que « la prison d'Abu Ghraib était sérieusement surpeuplée, manquait de ressources et était continuellement attaquée ».

1.2 Les photographies

1.2.1 Procédures, tortures et mises en scène

Selon les autorités américaines, une telle guerre asymétrique – opposant les forces armées d'un État à des combattants matériellement faibles – nécessite avant tout la quête d'information. Près de 90% des détenus ne sont pas incarcérés à Abu Ghraib parce qu'ils ont commis un crime. Ce qui justifie leur détention n'est que la possibilité d'obtenir des renseignements par l'interrogation, ce qui semble inévitablement mener à des procédures de torture (Sontag 2004). Plusieurs allégations d'« abus » dans les prisons mises en place dans le cadre de la guerre contre la terreur commencent à circuler. Il semble toutefois que les rapports écrits soient plus faciles à escamoter que les images, qui se transmettent à grande vitesse. Diffusées dans les médias de masse en avril 2004, des photographies mettent au jour des procédures d'humiliation et de torture à la prison d'Abu Ghraib. Celles-ci sont appliquées par les membres de la police et du service de renseignement militaires afin d'« assouplir » les détenus qui seront interrogés par l'équipe de renseignement. Les allégations d'abus et de torture, ainsi que la capture des photographies diffusées, coïncident avec l'arrivée à Abu Ghraib du Major général Geoffrey D. Miller, précédemment assigné au centre de détention de Guantanamo. Il est transféré en Irak afin d'obtenir plus rapidement des renseignements exploitables de la part des prisonniers (Danner 2009 : 398). Il amène avec lui des techniques d'interrogatoires de « haute pression » : l'usage « de chiens militaires, de températures extrêmes, d'inversions des habitudes de sommeil, de

privations sensorielles et de diètes se résumant à du pain et de l'eau » (Smith et White 2004, trad. libre). Afin de « briser » les prisonniers, les gardiens font aussi usage de méthodes de « diminution de l'ego » et de positions de contrainte (Smith et White 2004).

Plutôt que définis comme de la torture, les sévices commis seront considérés comme des abus par les rapports d'enquêtes. Selon le conseil légal officiel du département de justice des États-Unis, « afin de consister en de la torture, un acte doit être spécifiquement conçu afin d'infliger une douleur physique ou psychologique sévère et une souffrance qui est difficile à endurer » (Schlesinger 2003 : 910, trad. libre). Ces pratiques semblent pourtant relever d'une politique de mauvais traitements systématiques. Le témoignage d'un soldat américain assigné à la prison d'Abu Ghraib en dit long sur l'aspect vindicatif qui sous-tend l'autorisation de l'usage de ce qui a souvent été appelé des « procédures alternatives », de même que l'engouement à les appliquer, voire à en improviser :

We're at war. They blew up New York, and anything goes. So it was like we were crossing the line, but we should have crossed the line. That's what the mentality was. That's what the atmosphere was like. It was, They blew up our buildings, they're killing us out there, you know, kick the crap out of them. (Sergent Davis, en parlant du moment où il marchait sur les doigts des prisonniers, cité dans Morris et Gourevitch 2004 : 190).

Les photos prises à Abu Ghraib ont rendu ces pratiques tangibles pour le public. Pour la plupart d'entre nous qui n'avons pas vécu la guerre, celle-ci se résume en effet souvent aux images que nous avons d'elle ; les rumeurs deviennent « vraies » lorsque des photographies sont montrées. « En effet, la notion d'atrocité même, du crime de guerre, est associée à l'attente de preuves photographiques » (Sontag 2003 : 66, trad. libre).

Dans *Standard Operating Procedure* (2008), Errol Morris et Philip Gourevitch présentent plusieurs témoignages de soldats américains, parmi lesquels les membres incriminés de la 372^e compagnie de police militaire, relatant la façon dont certaines captations de photos se seraient déroulées à Abu Ghraib. En parlant des photographies du cadavre de Manadel al-Jamadi (fig. 6) prises plus tard la même nuit où a été prise la célèbre image de l'homme cagoulé, Sabrina Harman (citée dans Morris et Gourevitch 2008 : 178) raconte :

I guess we weren't really thinking, Hey, this guy has family, or, Hey this guy was just murdered [...]. It was just – Hey it's a dead guy, it'd be cool to get a photo next to a dead person. I know it looks bad. I mean, even when I look at them, I go, Oh Jesus, that looks

pretty bad. But when we were in that situation, it wasn't as bad as it looks coming out on the media.

À propos de l'une des photographies publiées où l'on peut voir Charles Graner en train de frapper un détenu accusé du viol d'un jeune garçon en prison, on raconte que Graner aurait fait semblant, le temps que Harman prenne des photos. Les témoignages des personnes présentes rapportent qu'il se serait ensuite réellement mis à frapper le détenu, jusqu'à perte de conscience, une fois la mise en scène pour la photo terminée (Morris et Gourevitch 2008 : 190-191). La pyramide humaine mise en scène plus tard, entre autres événements, aurait été faite expressément pour la photographe (fig. 7), tout comme les célèbres images de l'homme encagoulé et de l'homme tenu en laisse par Lynndie England. C'est ce que Morris et Gourevitch (2008 : 196, trad. libre) décrivent comme le passage de la photographie documentaire à des « *happy snaps* » : « L'étage de la prison était devenu un studio de photo où le sinistre travail de la police militaire était performé telle une mascarade de débauche pour les caméras, tandis que la violence crue – le piétinement et les coups – n'a pas été enregistrée ». Plusieurs raisons ont été évoquées pour expliquer la prise en photo de telles pratiques. Il semblerait qu'elles aient pu être des méthodes d'humiliation par l'image, planifiées dans « le programme », pour offenser les détenus et les obliger à devenir informateurs¹³ ou afin qu'ils ne puissent plus rentrer dans leurs familles, peut-être aussi pour le simple amusement de soldats sadiques, ou encore pour que les militaires parviennent à se distancier des atrocités commises¹⁴, ou même à témoigner d'actes criminels¹⁵.

En janvier 2004, le Sergent Joseph Darby, membre de la police militaire de la prison d'Abu Ghraib, a transmis des CD-Rom contenant certaines photographies d'abus perpétrés au centre de détention à des supérieurs qui seraient en mesure d'effectuer une enquête, puis aux médias. Six de ces images ont ensuite été diffusées par Dan Rather à CBS News à l'émission *Sixty Minutes II* le 28 avril 2004 et neuf ont été publiées dans le *New Yorker* par Seymour Hersh le 30 avril. En

¹³ Hersh (2005 : 39) rapporte les propos d'un consultant gouvernemental anonyme qui affirme que les photographies servaient à faire chanter les prisonniers avec la peur de voir ces images exposées : « I was told that the purpose of the photographs was to create an army of informants, people you could insert back in the population ».

¹⁴ À ce propos, voir le texte de Kari Andén-Papadopoulos sur la distanciation photographique et le trauma des horreurs de la guerre où elle analyse la mise en ligne d'images par les soldats dans « Body horror on the internet: US soldiers recording the war in Iraq and Afghanistan », *Media, Culture & Society*, vol. 31 no.6, 2009, p.921-938.

¹⁵ Harman a effectivement soutenu qu'elle le faisait afin de « montrer » ce qui se passait à la prison, afin de prouver au monde que les États-Unis ne sont pas « ce que l'on pense ». Morris et Gourevitch rapportent des témoignages qui racontent qu'elle était tout particulièrement fascinée par la photographie et aspirait à devenir photographe judiciaire (Morris et Gourevitch 2008 : 127).

quelques jours, elles avaient pratiquement fait le tour du monde, relayées dans les médias internationaux et sur le web où elles ont proliféré. Les photos montrent des prisonniers menottés en position de contrainte, nus, portant des sous-vêtements féminins, cagoulés, forcés de se masturber, empilés en une pyramide les uns sur les autres, souvent accompagnés des membres de la police militaire comme Charles Graner et Lynndie England, souriants aux côtés des détenus humiliés. Le reportage télévisuel de CBS n'était pas aussi dénonciateur que l'article de Hersh. Ce dernier présentait les abus comme des pratiques généralisées, voire systématiques, en citant le rapport militaire Taguba (2003) à l'appui.

1.2.2 Montrer les preuves, définir les crimes

Une fois transmises aux autorités militaires et ainsi rendues publiques, ces photographies ont servi de matériau d'enquête, « explicitement mentionnées comme autant de preuves à charge » (Gunthert 2004 : para. 7). L'agent spécial Brent Pack a analysé l'ensemble des photographies prises à Abu Ghraib à l'automne 2003, ne conservant que les images montrant des sévices, afin de les présenter aux commissions d'enquêtes militaires. Il avait deux cent quatre-vingts photos, presque toutes provenant des caméras de Charles Graner, Sabrina Harman et Ivan Frederick. En remplaçant les images par séquences et en ordre chronologique grâce à l'analyse des échanges courriels et des métadonnées contenues dans les fichiers numériques, il a pu retracer vingt-six cas d'abus. Il lui restait cependant à définir ce qui devait être considéré comme un crime et ce qui relevait d'une « procédure opérationnelle standard » (Morris et Gourevitch 2008 : 263). L'humiliation sexuelle est notamment considérée comme un crime, tandis que ce que montre la photo de l'homme cagoulé est jugé comme une procédure opérationnelle standard, tout comme toutes les positions de contrainte. Toutefois, dans le cadre des investigations mises en place, plusieurs conclusions se résument surtout aux photographies ou à un nombre d'abus plus exceptionnels que systématiques. En outre, plusieurs photographies ne se sont certainement jamais rendues jusqu'aux commissions d'enquêtes. Les soldats de la prison d'Abu Ghraib soutiennent d'ailleurs avoir reçu un mémo le lendemain de la diffusion des images afin de les informer d'une période d'amnistie où toutes les preuves additionnelles ont pu être détruites (Davis, dans Morris 2008).

Ces pratiques seraient fort probablement restées invisibles, ou du moins étouffées, sans la diffusion de photographies qui relèvent à la fois du spectaculaire et de l'effarante banalité. En fait, le crime dont les quelques membres de la police militaire ont principalement été accusés est celui d'avoir pris des photos (Danner 2009 : 405). Les seules sentences substantielles ont été réservées aux membres de la police militaire ayant pris le plus de photos¹⁶. Personne à Abu Ghraib n'a finalement été inculpé de torture ou de crime de guerre, ni pour le meurtre de Manadel al-Jamadi. Aucun membre du renseignement militaire n'a été accusé, ce qui aurait lié de façon plus directe les images et la pratique systématique de la torture et de l'humiliation qu'elles représentent aux procédures d'interrogation. Les crimes dont une poignée de militaires au bas de la chaîne de commande ont été trouvés coupables sont de l'ordre de l'assaut, de la maltraitance et de l'indécence. Des centaines de photographies et de vidéos ont aussi été publiées après la première série diffusée, mais elles n'ont pas causé autant d'indignation. Certaines des images rendues publiques en 2006 surpassaient en atrocité les premières photographies, mais elles semblent avoir été mieux acceptées, suggérant que ces sévices photographiés « relevaient d'une sorte de *fait accompli* » (Solomon-Godeau 2007 : 20).

1.2.3 Images et assujettissement

Quelles que soient les raisons initiales des prises de photos, elles font partie intégrante du processus d'assujettissement et de déshumanisation que produit la torture. Les soldats contribuent à rendre *autres* les détenus en prenant de telles photographies. Ils transforment des prisonniers en images, ils en font des écrans de veille sur leurs ordinateurs (Taguba 2003) et des fichiers numériques à partager entre collègues, amis et famille. Graner, l'un des photographes les plus prolifiques de la prison, distribuait des copies de CD-Rom contenant des photographies visiblement prises et échangées « pour s'amuser » à qui voulait bien en avoir à la prison (rapporté par England, dans Morris 2008). Les photographies présentent aussi les poses traditionnelles de la photographie vernaculaire : de grands sourires et des pouces en l'air. Encouragés par la facilité de capture et de reproductibilité numérique, les usages de la photographie par les militaires à Abu

¹⁶ Frederick et Graner sont ceux qui ont obtenu les sentences les plus lourdes, respectivement dix et huit ans de prison, pour conspiration, manquement au devoir, assaut, maltraitance et indécence. England a quant à elle eu une sentence de prison de trois ans après avoir été déclarée coupable de conspiration, de mauvais traitements et d'actes indécents. Harman a été accusée de conspiration, de manquement au devoir et de maltraitance et a été condamnée à six mois de prison et à une réduction de rang militaire (Morris et Gourevitch 2008 : 270).

Ghraib mettent en relief l'importance du partage dans la photographie numérique (Gunthert 2009 ; 2012) : le numérique « rend la prise de vue libre et gratuite » (Gunthert 2004 : 133) et ce, même pour des photographies de violence.

À la prison, il s'agit aussi d'une pratique de différenciation et d'exclusion qui devient tout particulièrement visible lorsque les soldats se prennent en photo auprès de leurs victimes, souriants aux côtés d'hommes cagoulés et ainsi rendus anonymes. Lorsque la torture est employée, la mise en scène de l'abjection semble de mise ; « [i]l faut avilir le détenu [...], l'extraire de l'humanité pour pouvoir continuer à se penser soi-même comme un être humain, un sujet » (Wieviorka 2004). La caméra engendre sa propre violence et la documentation contribue à la torture. Du moins, comme Susan Sontag (2003 : 64, trad. libre) l'a formulé dans « Regarding the Pain of Others », « les photographies objectivent : elles transforment un événement ou une personne en quelque chose qui peut être possédé ». Les photographies rejouent ainsi la domination euroaméricaine et la dynamique impérialiste. Cette domination est tout à fait explicite dans la photographie de Lynndie England tenant un prisonnier en laisse, tel un animal ou un esclave. Les prisonniers sont sans cesse représentés dans des positions de contrainte et de soumission, de capitulation et de vulnérabilité.

1.3 Interprétations

De tels sévices et de telles photographies, à la fois atroces, hyperreproduites et au potentiel politique puissant, incitent à tenir sérieusement compte de leur réception et de leurs interprétations afin de découvrir comment elles agissent. Par la capture photographique, ces actes entrent dans le régime de la culture visuelle. S'est alors développé tout un éventail d'interprétations autour de ces images qu'il nous semble important de résumer. Des figures telles que Susan Sontag, André Gunthert, Jean Baudrillard, Nicholas Mirzoeff, Abigail Solomon-Godeau, Slavoj Žižek, Stephen Eisenman, W.J.T. Mitchell et Peggy Phelan ont contribué à la construction de différents points de vue sur ces images. Dans ces écrits, on cherche des significations, à débattre et à expliquer les actes et les photographies, ou encore à en décrire les causes.

Plusieurs auteurs en sont venus à comparer les images d'Abu Ghraib aux photographies de lynchage puisqu'il s'agit de l'une des rares instances de photographies d'atrocités dans laquelle les tortionnaires posent auprès de leurs victimes, souriants et satisfaits de leur action collective qu'ils considèrent justifiée. Ces photographies, souvent transformées en cartes postales, servaient ainsi de trophées afin de féliciter les participants de leurs actions. Susan Sontag est l'une des premières à avoir proposé cette filiation dans son texte publié dans le *New York Times Magazine* en mai 2004, « Regarding the Torture of Others »¹⁷. Solomon-Godeau, dans « Torture à Abu Ghraib : Les médias et leur dehors » (2007), aborde également les photographies de lynchage afin de souligner l'autoreprésentation de communautés spécifiques, ce qu'elle compare à la communauté militaire d'Abu Ghraib. Hazel Carby fait de même, dans « A Strange and Bitter Crop: The Spectacle of Torture » (2004), en installant les images d'Abu Ghraib dans la généalogie des photos de lynchages américains et de la spectacularisation du racisme – ces photographies en seraient des « descendantes directes ». Il s'agirait d'une réitération de la violence raciale à l'origine de la nation américaine ; pour Carby, les images ne sont que trop familières et tout à fait américaines. Elle fait ainsi écho à Sontag qui écrit : « *the photographs are us* » (2004). En réalité, pour plusieurs, la culture américaine serait ce qui est donné à voir dans ces photographies : celle de la domination militaire et du racisme persistant. Pour Žižek (2012 : 232), dans *Violence : six réflexions transversales*, ces photographies évoquent l'obscénité sous-jacente à la culture populaire américaine et il va jusqu'à proposer que ce que ces photographies de torture disent à leurs victimes, ce serait : « vous voulez être comme nous ? Ok, voilà l'essence même de notre mode de vie... ». Selon lui, à Abu Ghraib, « les prisonniers étaient bel et bien *initiés à la culture américaine* » (Žižek 2012 : 236, emphase dans l'original), une culture de l'image mise en scène et de la violence.

La sexualisation de la torture chorégraphiée dans plusieurs images de l'archive d'Abu Ghraib a encouragé maints commentateurs à invoquer la pornographie afin d'interpréter le sens des images ou d'en établir la cause. C'est d'ailleurs là où en vient Sontag après avoir différencié les

¹⁷ Luc Sante, avant Sontag, avait aussi comparé les photographies aux cartes postales de lynchage dans l'article qu'il a publié une semaine après la parution des images dans le *New York Times*. Dora Appel suggère une comparaison similaire en 2005 dans le *Art Journal* « Torture Culture: Lynching Photographs and Images of Abu Ghraib », *Art Journal*, vol.64 no.2, été 2005, p.88-100.

photographies d'Abu Ghraib de celles de lynchage, mais c'est aussi cette interprétation qui prédomine dans le texte de Mizroeff, « Invisible Empire: Visual Culture, Embodied Spectacle, and Abu Ghraib » (2006). Il y détaille la façon dont la différenciation par rapport à l'Autre est renforcée – et forcée – dans la mise en scène des détenus arabes comme sodomites. La juriste et militante féministe Catharine A. MacKinnon (2006) a quant à elle soutenu que l'industrie du film pornographique est la cause de l'utilisation de ces méthodes de torture à Abu Ghraib. Le fait que les images d'Abu Ghraib consistent non seulement en des représentations de sexualité, mais aussi de domination et de souffrance, a motivé la comparaison fréquente aux pratiques sadomasochistes. Pourtant, la « laisse » autour du cou du détenu que tient Lynndie England sur l'une des photographies n'a rien d'un collier BDSM, symbole d'une pratique consentante ; elle exprime plutôt l'aliénation de la relation de domination du maître et de l'esclave (Eisenman 2007 : 34). Malgré la sexualisation des actes, les photographies ne respectent pas non plus le désir de mimesis proposé par la pornographie, elles installent une exacerbation de la différence : « elles exposent une parodie impérialiste plutôt qu'un mimétisme colonial » (Eisenman 2007 : 35, trad. libre).

Pour Baudrillard, l'aspect pornographique des photographies tient surtout à leur « parodie de violence » qui se présente sous les termes de l'humiliation, de l'abjection et de l'acharnement pervers. Ce n'est pas de représentation sexuelle explicite dont il est question, mais de la « face pornographique de la guerre », « qui s'étend dans un reality-show ubuesque et infantile, dans un simulacre désespéré de la puissance » (Baudrillard 2004). De même, « Welcome to the Desert of the Real » (2001) est un article de Žižek qui aborde les images du 11 septembre 2001, mais démontre principalement comment la recherche du Réel verse dans le spectacle de la violence. La comparaison qu'il établit ainsi entre les images de violence réelle – comme celles que produisent à la fois le terrorisme et la guerre contre la terreur – et les *snuff movies* nous apparaît plus pertinente que le parallèle avec la pornographie, afin d'observer l'effet des photos d'Abu Ghraib. De tels films se caractérisent par la réalité de la violence perpétrée. Foncièrement différents du film explicite traditionnel ou sadomasochiste, ils mettent en scène la torture et le meurtre réel de la victime, généralement dans un cadre pornographique¹⁸. Plutôt que de la pornographie violente,

¹⁸ Le terme « snuff » vient de l'expression « to snuff out », c'est-à-dire mourir (Roy 2007 : 406). Même s'il s'agit d'un phénomène encore souvent qualifié de légende urbaine, le web semble laisser place à la consommation de telles images. Pour plus de détail sur la culture du *snuff* sur le web voir l'article de Lesley Anderson « Snuff : Murder and Torture on the Internet and the People who Watch it », *The Verge*, 13 juin 2012, accessible en ligne au

les photographies de la prison iraquienne sont des images de souffrance réelle, même si elles ont possiblement été scénarisées pour la caméra, qu'il serait légitime de qualifier de *snuff* sans meurtre (ou presque). Ceci tend ainsi à éviter une certaine « normalisation » problématique des images d'Abu Ghraib lorsqu'elles sont conçues comme pornographiques afin de les replacer dans la réalité d'une souffrance physique. Ce rapport au réel est d'ailleurs exacerbé dans les images d'Abu Ghraib par l'usage et le fini amateur de ces photographies numériques.

Dans « L'image numérique s'en va-t'en guerre : les photographies d'Abou Ghraib » (2004), Gunthert met de l'avant le fait que, malgré l'annonce de la mort de la photographie et de sa valeur indicielle dans le numérique, ces photographies numériques d'amateurs n'ont jamais été remises en question. C'est justement leur caractère brut et leur amateurisme qui confère ce réalisme et cette impression de véracité aux images. Gunthert nous apprend d'ailleurs l'existence d'une controverse autour d'images montrant des pratiques de torture similaires sur des prisonniers iraqiens, perpétrées par des troupes britanniques et publiées le 1^{er} mai 2004. Mais, considérant la facture visiblement professionnelle des images, leur authenticité a rapidement été remise en question¹⁹. Les événements qui entourent ces photos ont démontré comment « Abu Ghraib a fait entrer de plain-pied les photographies numériques dans l'Histoire. On s'en souviendra » (Gunthert 2004 : 133). Elles sont donc non seulement d'une grande importance sur le plan géopolitique et éthique, mais aussi pour l'histoire du médium photographique et de son rapport à l'authenticité. La photographie numérique demeure, plus souvent qu'autrement, une captation du réel.

Solomon-Godeau, dans son texte de 2007, indique l'importance de l'autorité de la photographie comme document du réel dans ces images, même en régime numérique. Toutefois, selon elle, les autoreprésentations mises en scène dans la prison iraquienne relèveraient encore une fois davantage « des conventions de la pornographie que de celles qui régissent la documentation photographique » (Solomon-Godeau 2007 : 8). C'est d'abord une dimension

<http://www.theverge.com/2012/6/13/3076557/snuff-murder-torture-internet-people-who-watch-it>, consulté le 4 janvier 2014.

¹⁹ Gunthert se réfère à cet article : BYRNE, Paul. « Rogue British troops batter Iraqis in mockery of bid to win over people », *Daily Mirror*, 1er mai 2004, et la controverse a été relayée dans « Army photos: Claims and rebuttals », *BBC News*, 14 mai 2004, accessible en ligne au <http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk/3680327.stm>, consulté le 4 janvier 2014. Il ajoute que, plutôt qu'une inversion de l'authenticité auparavant attribuée à la trace analogique qui serait désormais associé à l'amateurisme numérique, ce serait surtout le statut de preuve de ces photographies numériques dans une enquête criminelle qui aurait permis de croire en leur véracité (Gunthert 2004).

cinématographique qu'elle attribue aux images, vu « l'organisation du spectacle » dans ce qu'elle appelle « Abu Ghraib, le film ». Ceci semble faire référence à la familiarité cinématographique de telles scènes, rappelant sans doute à plusieurs des extraits de films qui mettent régulièrement en scène des pratiques d'humiliation et de torture. Elle fait ainsi écho aux propos de Žižek sur le passage du Réel au spectacle. Phelan, dans « Atrocity and Action: The Performative Force of the Abu Ghraib Photographs » (2012), soutient que ces photographies sont performatives et produisent, parallèlement, un nouveau point aveugle, en fixant le regard sur quelques événements de l'ensemble. Ce rapport à l'aveuglement et aux relations entre visibilité et invisibilité est également prééminent dans l'article de Mirzoeff. De façon similaire, l'aveuglement est au centre de l'argumentaire d'Eisenman dans *The Abu Ghraib Effect* (2007). C'est justement l'aveuglement, voire la paralysie morale, qui constitue cet « effet Abu Ghraib » dont l'auteur a fait le titre de son ouvrage. Ce livre vise à dénoncer le mutisme qui, malgré le scandale, prédomine autour de la torture aux États-Unis. Pour Žižek (2012 : 77), « [c]et oubli [signifie que je] suis au courant, mais je refuse d'en assumer pleinement les conséquences afin de pouvoir continuer à faire comme si de rien n'était ».

1.3.1 Récurrences et démultiplications

Plusieurs de ces auteurs ont aussi comparé les photographies à des œuvres d'art illustrant les atrocités de la guerre. Pour Eisenman (2007 : 39), la cause culturelle des images s'étend cependant beaucoup plus loin, et les comparaisons aux œuvres de Goya, de Picasso, de Bacon ou de Ben Shahn lui apparaissent comme un lapsus freudien. Il souhaite installer ces photographies de torture dans la lignée d'une plus longue histoire des images, parmi un ensemble plus grand et prestigieux d'images de torture et de supplice (Eisenman 2007 : 9). L'origine approximative du motif qui le préoccupe dans les photographies d'Abu Ghraib se situerait dans l'Antiquité gréco-romaine et resurgirait tout au long de l'histoire de l'art, dans les représentations de martyrs chrétiens par exemple. Après une sorte d'accalmie du pathos chez les avant-gardes, il aurait ensuite repris toute sa force dans la culture populaire. L'ouvrage d'Eisenman démontre que les images de domination et de torture sont fortement intégrées à notre mémoire visuelle ; elles seraient dorénavant trop familières pour créer un réel outrage. C'est cet aveuglement moral qu'il appelle l'« effet Abu Ghraib » (Eisenman 2007 : 15). Ces images captées dans la prison

iraquienne ne seraient aucunement exceptionnelles dans l’histoire de la représentation occidentale. En fait, elles y sont centrales : « elles sont la règle » (Eisenman 2007 : 44, trad. libre).

Afin de parler de cette récurrence historique, il utilise la notion de *pathosformel*, empruntée à Aby Warburg. Cette notion est abordée en lien avec la « survivance » (*Nachleben*) de gestes expressifs qui resurgissent dans le temps, sous la forme d’anachronismes, par la voie d’une transmission inconsciente. Cette survivance s’effectue dans une conception historique non linéaire permettant l’apparition de résurgences dans les images, devenant à la fois fantômes, symptômes et traces. Georges Didi-Huberman a consacré un ouvrage majeur au sujet, *L’image survivante : histoire de l’art et temps des fantômes selon Aby Warburg*, dans lequel il explique qu’« [u]ne image, chaque image, est le résultat de mouvements provisoirement sédimentés ou cristallisés en elle. Ces mouvements la traversent de part en part et ont chacun une trajectoire – historique, anthropologique, psychologique – partant de loin et continuant au-delà d’elle » (Didi-Huberman 2002 : 39). Le *pathosformel* est donc intimement lié aux mouvements du corps représenté et au dynamisme du temps, en plus de former, comme cette citation le suggère, tout un réseau qui *traverse* les images.

Si Warburg se préoccupait surtout des représentations du deuil, Eisenman (2007 : 54) s’attarde à ce qu’il appelle l’internalisation du châtement, de la subordination, ou encore de l’érotisation de la souffrance. Cette formule récurrente, sans être un archétype, serait utilisée par les différents régimes afin de penser une pratique d’exploitation impériale (Eisenman 2007 : 54). Eisenman en situe l’origine dans l’impérialisme hellénistique et le rituel *basanique* afin d’illustrer comment, dans les représentations canoniques, la cruauté est intimement associée à la vérité. Le mot torture en grec, *basanos*, est aussi le nom de la pierre contre laquelle les métaux précieux sont frottés afin d’en vérifier l’authenticité. Il a souvent été démontré que les Grecs considéraient la cruauté comme un outil nécessaire afin d’obtenir la vérité (Eisenman 2007 : 46). Plus encore, le témoignage d’un non-citoyen ou d’un esclave n’ayant pas été obtenu sous la torture n’était pas considéré comme honnête, inscrivant ainsi la nécessité de la cruauté dans la différence nationale (Peters 1999 ; Eisenman 2007 : 47). Eisenman trace donc les résurgences du *pathosformel* de la figure du dominé, torturé et érotisé, à travers l’histoire de l’art occidentale. Il indique comment celles-ci vont souvent de pair avec la représentation d’une race conquise et rendue abjecte,

quoiqu'esthétisée. En faisant encore écho aux photographies d'Abu Ghraib, Eisenman souligne aussi que ces résurgences surviennent dans plusieurs représentations qui démontrent l'islam par rapport au christianisme.

Mnemosyne, l'intitulé du célèbre projet de l'atlas warbugien qui signifie « mémoire » en grec, définit aussi la faculté de mémoire collective des images (Eisenman 2007 : 54). Selon cette notion théorisée par Maurice Halbwachs en 1950, on pourrait emmagasiner certains motifs dans la mémoire et le corps, telle une hantise, et les reproduire d'une façon qui ne relève pas de l'imitation intentionnelle. Les photographies d'Abu Ghraib seraient donc le produit d'un « héritage entreposé dans la mémoire » (Gombrich 1986 : 244-245). Pour Eisenman, il s'agit ainsi non seulement d'une mémoire collective du geste, mais d'une mémoire biologique : « les gardiens à Abu Ghraib, tout comme les hommes qui ont pris des photographies du lynchage des Afro-américains pour en faire des cartes postales, n'avaient pas besoin de connaître le Grand autel de Pergame pour mettre en actes son langage, son *pathosformel* – ils le connaissaient dans leurs yeux et leurs mains, ils le sentaient dans leurs muscles et leurs os » (Eisenman 2007 : 100, trad. libre). Mitchell va dans un sens similaire en soutenant que c'est une double archive d'images pornographiques et religieuses qui hante les mémoires et sous-tend ces photographies (Mitchell 2011 : 115).

C'est pourtant la notion de clonage, en tant que plus récente évolution de la reproductibilité technique, qui se démarque dans l'analyse que fait Mitchell des photographies d'Abu Ghraib. Dans *Cloning Terror*, il présente une relation métaphorique qui existerait entre les images et les organismes. Il fait se lier le débat et la peur qui marquent la question du clonage, un débat qui battait son plein avant le 11 septembre 2001, et les images produites pendant la guerre aux *cellules* terroristes. Ces cellules, tout comme les images d'Abu Ghraib, prolifèrent tels des organismes viraux. Non seulement l'usage de la cagoule tel qu'il a été capté sur les photographies renforce l'image d'une guerre menée contre des clones acéphales, mais la « clonophobie » et l'inquiétante étrangeté du double semblent se poursuivre dans la guerre contre la terreur et la peur de l'Autre « orientalisé ». Mitchell (2011 : 74) souligne qu'il n'est pas étonnant, dans ces conditions, que l'hypercirculation de l'image à l'ère de la « *biopicture* » soit si souvent comparée à une maladie infectieuse, à une circulation virale, à la fois invasive et évolutive, surpassant notre capacité à développer des défenses contre elle. Tandis qu'Eisenman soutient que ce *pathosformel*

est ce qui a empêché le réel outrage du public, Mitchell (2011 : 115) affirme que c'est ce même *pathosformel* qui rend les images si puissantes. Il fait aussi remarquer que chaque effort de suppression des images de la part du gouvernement a mené à une augmentation de leur circulation : « Tels des terroristes clonés, proliférant dans des cellules latentes dans tous les coins du monde, la suppression des images a eu l'effet paradoxal de les cloner et d'augmenter leur circulation virale » (Mitchell 2011 : 118, trad. libre).

Il insiste aussi sur le fait que ces photographies numériques existent maintenant dans le réseau mondial de perception, de mémoire et d'imagination collectives qu'est le web, « téléchargées dans le système nerveux global » (Mitchell 2011 : 124 et 130, trad. libre). Contrairement à Gunthert qui a cherché à faire la démonstration que les photographies d'Abu Ghraib sont des images imprimées qui n'ont pas circulé dans le web autant que l'on pourrait le croire²⁰, il nous semble, comme à Mitchell, que la nature numérique et virale des images est ce qui fait leur force. Elles peuvent ainsi réellement circuler, proliférer et marquer les esprits. Leur grande circulation sur la Toile devient évidente lorsqu'on observe la pointe sur le graphique des statistiques de recherche sur Google pour les mots-clés « Abu Ghraib » et « Abu Ghraib photos » en 2004 (fig. 8 et fig. 9). Aujourd'hui, une telle recherche présente plus d'un million trois cent mille résultats. Si le *pathosformel* qui habite les photographies d'Abu Ghraib peut simultanément procurer force et faiblesse aux images, leur prolifération tend vraisemblablement à en augmenter la puissance. Le statut à la fois public et historique de ces images n'est en effet possible que par leur grande circulation, propulsée par le numérique et le web (Sousslouff : 178 ; Gunthert 2004). En conséquence, quelques-unes de ces photographies deviennent iconiques. Elles tendent ainsi à se figer dans nos mémoires en devenant des « icônes » de la guerre contre la terreur.

1.4 Iconisation

Pour Gunthert, comme pour Mark Danner, les images d'Abu Ghraib sont devenues des « icônes “ayant pris place de longue date dans la galerie des images marquantes, aussi immédiatement reconnaissables que celle de Marilyn aux prises avec sa jupe” » (Danner, cité par

²⁰ « Loin du modèle de l'instantanéité de la communication de fichiers numériques par les médias électroniques, la publication des premières images des tortures d'Abou Ghraib relève de mécanismes qui ne se distinguent en rien de ceux auxquels sont soumises les photographies classiques » (Gunthert 2004 : para. 9). Néanmoins, ceci n'enlève rien au fait qu'il s'agisse de photographies numériques, captées par un appareil numérique, peut-être imprimées entre temps et numérisées, mais surtout transmises et diffusées dans leur forme encodée.

Gunthert 2004 : 125). Quelques clichés d'Abu Ghraib sont effectivement entrés dans la lignée des photographies à la fois horribles et iconiques qui ponctuent la tradition photojournalistique. Les images étant les plus simples d'un point de vue formel sont « les meilleures candidates à la monumentalisation » (Gunthert 2004 : 132). L'homme en laisse et l'homme cagoulé sont particulièrement efficaces et fonctionneraient ainsi « sur un mode proche de l'emblème (le martyr, le bourreau et la victime, le dénuement face à la violence) » (Gunthert 2004 : 132). Les photographies à la composition plus chargée sont plus difficiles à interpréter, à se remémorer et donc à réutiliser. C'est ce « devenir-icône des photographies » (Gunthert 2004 : 132) que nous souhaitons interroger afin de voir comment contrer l'effet réducteur ou aplanissant qui résulte de ce processus de célébrité iconique. L'iconicité des photographies est stimulée par le *pathosformel* qui les habite et leur hyperreproduction numérique. Nous cherchons donc à savoir comment cette archive d'images amateurs, brutes et violentes, parvient à atteindre un niveau de célébrité qui les transforme en icônes.

Il convient d'abord de se demander ce qui permet de qualifier une image d'iconique. Le mot icône, provenant du grec *eikon*, signifiant image, a surtout été appliqué au cours de l'histoire aux images votives issues du christianisme orthodoxe. Dans son article « My iPod, my iCon: How and Why do Images Become Icons? » (2008), Éric Jenkins compare les modes de représentation de l'icône orthodoxe à une publicité d'iPod en mettant en relief les effets de composition similaires dont ils usent. Il est pertinent de souligner que cette publicité est la même qui est associée à l'image de l'homme cagoulé d'Abu Ghraib sur une affiche installée à New York en 2004. Il s'agit d'une affiche produite par Forkscrew Graphics intitulée *iRaQ/iPod* où est insérée la silhouette de l'homme cagoulé parmi les différentes silhouettes de la publicité d'Apple (fig. 10) (Mitchell 2011 : 106). L'image votive qui est à l'origine de la définition de l'icône est celle qui vise à montrer l'invisible, à illustrer le divin, et c'est également ce que font les images de la science comme la double hélice ADN devenue iconique (Kemp 2012). Cette visibilité rendue possible par l'icône sous-tend également la prise de photographies à Abu Ghraib dont la diffusion a permis de rendre visible des pratiques qui sont traditionnellement faites pour l'être le moins possible. Cela s'illustre plus encore lorsque les corps de prisonniers fantômes, comme l'était al-Jamadi, sont photographiés.

L'icône possède donc cette capacité à incarner des abstractions. Pour Robert Hariman et John Louis Lucaites (2007 : 198), dans *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture and Liberal Democracy*, l'icône est une « forme de médiation de la relation à l'étranger ». L'étranger se définit ici comme ce qui est difficile à concevoir ou à imaginer. Les photographies d'atrocités issues du photojournalisme prennent souvent le rôle d'objets de conceptualisation d'un conflit ou de la violence commise, d'ordinaire aussi situés *ailleurs*. Les guerres sont donc généralement associées à quelques images, souvent violentes, transformées en icônes reconnaissables. « L'image iconique incarne un moment d'éloquence visuelle » (Hariman et Lucaites 2007 : 30). Ainsi, les photographies iconiques appartiennent à la sphère publique et sont un lieu de mémoire collective. En ajoutant de la réalité aux événements grâce à leur statut d'images tangibles, elles servent habituellement la commémoration de faits marquants et ont ainsi des conséquences sur la vie publique. Les photographies d'Abu Ghraib ont eu pour effet d'enclencher les échanges sur les pratiques de torture dans le cadre de la guerre contre la terreur, en plus d'inciter des interprétations diverses et d'enflammer les débats sur le rôle politique de telles images, tant en Occident qu'au Moyen-Orient.

Avant tout, une icône se caractérise par sa très grande « reconnaissabilité ». Comme le titre de l'ouvrage de Hariman et Lucaites le suggère, nous n'avons *presque* « pas besoin de légende » pour reconnaître ces images. Quelques traits simplifiés suffisent à évoquer l'image d'origine devenue icône. Cette iconisation s'articule également chez Mitchell (2011 : 113, trad. libre) autour de la question de la mémoire collective : « elles ont été montrées tellement de fois qu'elles sont imprimées dans la mémoire collective et ne nécessitent qu'une mention verbale pour les faire apparaître à l'esprit ». Outre les caractéristiques formelles qui se retrouvent souvent dans les images devenues iconiques, comme la frontalité et la simplicité de la composition, l'iconisation demeure principalement un processus. Il est habituellement possible de tracer la chaîne des mouvements clés par lesquels l'image parvient à ce niveau de célébrité extrême qui en fait une icône.

C'est aussi la vivacité des légendes, des mythes, des controverses et des scandales qui, en faisant vivre les images, les aident à atteindre ce statut iconique. Puis, les images devenues iconiques encouragent à leur tour le déploiement des discours et des légendes, embarqués dans un cercle vertueux du devenir-icône. Ces multiples acteurs assurant la *vie* de l'image en densifient le

réseau d'associations pour ainsi la rendre de plus en plus « marquante ». Comme nous en avons déjà tracé un bref aperçu, les photographies d'Abu Ghraib ont effectivement soulevé maints débats, tant dans l'arène politique, journalistique, éthique, que culturelle. Les versions et les rumeurs ont foisonné. En plus de ces écrits, l'hypervisibilité par la reproduction numérique est aujourd'hui pour beaucoup dans cette iconisation. La très grande circulation, « en augmentant les occasions de mémorisation, [est] un facteur accélérant de la monumentalisation des images » (Gunthert 2004 : 312).

1.4.1 *Hyperreproductibilité, hypercirculation et iconicité*

Les reproductions, réinterprétations et pastiches de quelques photographies iconiques d'Abu Ghraib sont nombreuses et démontrent qu'elles sont, pour reprendre les termes de Bruno Latour et Adam Lowe (2011), des images « à forte prégnance ». C'est-à-dire qu'elles sont extrêmement fécondes et qu'elles peuvent ainsi être largement reproduites. Sans cette prolifération qui prolonge la trajectoire de l'image (ou de l'œuvre, pour Latour et Lowe), celle-ci s'assèche, privée de ses reproductions, elle perd son aura. L'aura est ici très étroitement liée au statut iconique de l'image. En effet, la valeur culturelle est au centre de la notion d'aura telle que proposée par Benjamin dans *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, en plus d'être à l'origine de celle de l'icône²¹. Dans cette perspective, on peut voir comment se dessine un réseau très dense de reproductions qu'il serait possible de suivre à partir des photographies initiales d'Abu Ghraib. Maintes applications, versions, variantes, pastiches ou parodies de ces images devenues iconiques ont vu le jour²². Elles ont été parodiées, dessinées, peintes, reperformées, voire tatouées²³. En plus de l'affiche de Forkscrew Graphics précédemment décrite, notons une prolifération dans le domaine académique – des couvertures de livres et des affiches de colloques²⁴ – et de la propagande à la fois antiaméricaine et antiguerre. Elles ont également été

²¹ Tandis que pour Benjamin l'aura et la valeur culturelle des œuvres d'art déclinent avec le développement des technologies de reproductibilité et la valeur d'exposition, Latour et Lowe soutiennent que les reproductions nourrissent l'aura de l'œuvre.

²² Pour d'autres exemples, voir *Cloning Terror* (2011) de W.J.T. Mitchell.

²³ « Years later, Harman herself had even acquired a Gilligan [Hooded Man] tattoo on one arm, but she considered that a private matter » (Morris et Gourevitch 2008 : 182).

²⁴ « The call for papers for a conference in Great Britain, "The Barbarisation of Warfare," quoted the image in shadow behind the printed notice. Here the "hooded man on the box" represents barbarism visualized, indicating the significance of the events at Abu Ghraib – not even named in the text of the poster design – for our contemporary understanding of all acts of violence by humans against their fellows » (Soussloff 2007 : 160).

exposées à l'International Center of Photography de New York à l'automne 2004 sous l'intitulé *Inconvenient Evidence*. Plusieurs artistes ont aussi repris les images de l'archive dans leurs œuvres, la série la plus célèbre étant celle de Fernando Botero, mais on peut souligner au passage le travail que Richard Serra, Hans Haacke et Clinton Fein ont fait à partir de ces photographies, pour ne nommer que ceux-là.

Griselda Pollock, dans « Photographing Atrocity: Becoming Iconic? » (2012), rappelle l'épisode de la publication de la photographie iconique de Kevin Carter, *A Starving Child near Ayod, Southern Sudan* (1993), qui montre une jeune enfant affamée, effondrée au sol, et un vautour l'observant. Cette image avait provoqué, chez les regardeurs, le désir de connaître les détails de l'histoire entourant la captation et l'histoire de la petite fille photographiée, allant ainsi au-delà de l'iconicité de la photographie (Pollock 2012 : 74). Ce désir d'en apprendre plus sur le sujet et le contexte de captation photographique serait selon nous le principal aspect positif de l'iconisation des photographies d'Abu Ghraib. Solomon-Godeau (2007 : 18) mentionne également cette iconisation qu'elle décrit comme un « processus au cours duquel certaines images acquièrent, pour tout un ensemble de raisons, une portée symbolique générale qui va au-delà de l'événement particulier qu'elles représentent ». Si ceci entretient la possibilité de nourrir le pouvoir significatif des images iconiques, en les faisant circuler et en les démultipliant, en plus de démontrer leur puissance et leur adaptabilité, cette « portée symbolique générale » peut aussi les déraciner de leur contexte d'origine.

1.4.2 Critique de l'iconisation

Aplanissant la multiplicité de sens que produisent et reproduisent les photographies d'Abu Ghraib, leur iconisation peut aussi les neutraliser. Il s'agit pourtant du genre d'images qu'il est nécessaire de garder sémantiquement « ouvertes » plutôt que d'en clore la signification. Les plus célèbres photographies d'Abu Ghraib peuvent cristalliser à la fois une icône antiguerre, une icône de la torture ou une icône antiaméricaine²⁵, voire même un trophée de la domination américaine sur le Moyen-Orient. La familiarité ou l'accoutumance à l'image sans cesse reproduite, devenue iconique, est également ce qui a permis de discréditer l'horreur des sévices photographiés. Les

²⁵ « The Hooded Man has taken his place among the symbols calling forth, in some parts of the world, a certain image of the United States and what it stands for » (Danner 2009 : 410).

photographies d'Abu Ghraib ont par exemple été comparées à des pratiques d'initiations ou à des « gens qui s'amuse » , comme l'a fait l'animateur de radio Rush Limbaugh en mai 2004. Ce même animateur les a d'ailleurs comparé à de la « *bonne vieille* pornographie américaine » (cité dans Eisenman : 98, trad. libre, emphase ajoutée). Le problème, Sontag l'avait déjà formulé, c'est que « l'image choc et l'image cliché sont deux aspects de la même présence » (Sontag 2003 : 21, trad. libre).

C'est pourquoi il nous semble primordial de ne pas séparer l'image de ce qu'elle montre et d'éviter de la placer dans une sphère séparée qui ne relève que du symbole général ou du pur spectacle. Il s'agit bien d'une captation photographique du réel : les images sont donc au centre d'un réseau complexe de chaînes d'acteurs qui ont menées à leur production, à leur diffusion, à leurs premières réceptions, puis aux discours, à la propagande et aux réinterprétations artistiques. Cette multiplicité est à l'opposé de l'inclination problématique qui tend à symboliser la pratique de la torture ou la guerre contre la terreur par ces photographies, comme si, à la manière d'une synecdoque, cette guerre pouvait se résumer en quelques images captées dans une prison iraquienne. « Une guerre, une occupation, c'est inévitablement une immense tapisserie d'actions » (Sontag 2004, trad. libre). En effet, « [l]e problème n'est pas que les personnes se souviennent à travers les photographies, mais qu'ils ne se souviennent que des photographies » (Sontag 2003 : 70, trad. libre).

Ajoutons aussi que les icônes d'Abu Ghraib ne sont pas partout les mêmes. Hassan Fattah, un journaliste d'origine iraquienne ayant publié un reportage sur l'identité de l'homme cagoulé dans le *New York Times* en 2006, signale que, au Moyen-Orient, ce n'est pas la photographie de l'homme cagoulé qui est l'icône : « En fait, dans le monde arabe, l'image iconique c'est *elle* souriant à côté d'un cadavre » (Fattah, cité dans Morris 2011 : 95, trad. libre, emphase dans l'original). Il se réfère à la photo où l'on voit Sabrina Harman avec un large sourire aux côtés du corps inerte d'al-Jamadi. D'autre part, la fétichisation de quelques images tend à oblitérer ce qui n'a pas été montré. Comme les recherches de Morris et Gourevitch (2008 : 283, trad. libre) le rapportent, « beaucoup de ce qui importe à Abu Ghraib n'a jamais été photographié. Les photographies ont une place dans l'histoire, mais elles ne sont pas toute l'histoire ». Symboliser la pratique de la torture avec quelques images est à la fois nécessaire pour en faire reconnaître l'importance au public et néfaste pour l'élargissement du dialogue et des enquêtes à ce qui est invisible, ce qui se trouve dans le point aveugle décrit par Phelan, c'est-à-dire ce qui n'a pas été

photographié. Selon les témoignages de soldats, les pires tortures auraient eu lieu durant les interrogations, là où il n'y a bien sûr pas eu de photos. Le niveau d'invisibilité de la torture augmente encore lorsqu'on aborde l'existence des prisonniers fantômes et des « *black sites* », des prisons « secrètes » dirigées par la CIA, en dehors du territoire américain et de tout cadre juridique²⁶.

L'hyperreproduction et le surplus de visibilité ne nous semblent pas être ce qui anesthésie la sympathie et l'engagement devant de telles images de souffrance, comme Sontag l'a soutenu dans *On Photography* en 1977²⁷ et comme Eisenman le démontre dans *The Abu Ghraib Effect*. Dans le cas des images d'Abu Ghraib, il s'agit selon nous d'un effet de l'iconisation (vraisemblablement inévitable) qui tend à faire disparaître, amoindrir, ou du moins escamoter le contexte d'origine. La diversité des contextes et des individus qui se trouvent dans les images, ou qui ont menées à leur production, forme un réseau à la complexité tridimensionnelle. Ces différents niveaux de sens montrent la stratification des images qui tend souvent à être écrasée au profit d'une interprétation unique. En simplifiant les photographies d'origine en quelques traits ou en une silhouette permettant de les reprendre dans d'autres contextes, cet aplanissement est aussi quelquefois formel. C'est-à-dire que ce processus d'iconisation en vient parfois à vider l'image afin de la faire glisser plus aisément entre les contextes, les fonctions et les interprétations, contribuant à produire une forme de nivelage sémantique qui a le pouvoir de transformer les sujets en symboles, voire en stéréotypes. Comme Paul Schmelzer le signale dans « Logoizing Abu Ghraib » (2004, trad. libre) : « La transformation en silhouette nie les détails de la victime. Tout comme l'insignifiance inhérente du logo de Nike, l'image n'existe plus qu'en tant que contenant servant à y verser un message de marque ». Il s'agit alors de ne pas confondre la puissance d'une image avec sa clôture iconique, simplifiée, scellée et applicable. Il convient donc d'éviter de transformer les photographies d'Abu Ghraib en « scandale figé » (Danner 2009 : xxvi, trad. libre). C'est l'ouverture à la complexité et à l'ambiguïté qui permet de garder le dialogue et la controverse, amorcés par la diffusion des photographies, encore animés sur les plans éthiques, politiques et visuels. Le devenir-icône facilite la mise en place du débat, mais en travaillant à laisser l'icône ouverte à la multiplicité, ou à l'ouvrir afin de ne pas perdre les

²⁶ Le président Bush a avoué leur existence en 2006. Voir http://www.rfi.fr/actufr/articles/081/article_46003.asp, consulté le 3 janvier 2014.

²⁷ Ce qu'elle a mis en doute en 2003 dans *Regarding the Pain of Others*.

tensions de l'image, il nous semble possible de parvenir à conserver son pouvoir dénonciateur. Les *Googlegrams* de Fontcuberta qui reprennent ces photographies travaillent en ce sens, en apportant une imagerie supplémentaire *dans* les images d'Abu Ghraib et les rendent justement plus difficiles à déchiffrer. Ces œuvres permettent ainsi d'ouvrir un pan de leur complexité, de façon principalement visuelle, mais aussi grâce à l'usage de certains mots. En demandant au moteur de recherche d'images de trouver le matériel qui constituera les tesselles de sa mosaïque, Fontcuberta laisse Google illustrer, par ses résultats d'images, les mots-clés que l'artiste associe aux photographies les plus emblématiques d'Abu Ghraib.

1.3 Les images-sources et les chaînes de mots-clés des *Googlegrams*

1.3.1 *L'homme en laisse, Lynndie England et la chaîne de commande*

L'une des plus célèbres photographies d'Abu Ghraib est certainement celle de Lynndie England tenant un prisonnier en laisse. Publiée le 9 mai 2004 dans le *Washington Post*, donc après la première série, cette image a été grandement discutée. Non seulement parce que la scène présente une composition classique de la femme dominatrice, mais parce que, justement, la photographie prise dans le cadre masculiniste de la culture militaire montre une femme soldat faisant subir l'humiliation à un prisonnier²⁸. Morris et Gourevitch relatent l'évènement selon les témoignages qu'ils ont recueillis. Le prisonnier sur le sol était surnommé Gus, il avait été emprisonné quelques jours auparavant et s'était montré, selon England, particulièrement difficile. C'est pourquoi il avait été mis en isolement. C'est quand vint le temps de le sortir de là que la photo a été prise. L'évènement est décrit ainsi dans *Standard Operating Procedure* :

Graner took a cargo tie-down strap, put his camera in his pocket, and told Ambuhl and England to follow him. « I was immediately behind him and Megan was behind me, » England said. « We went downstairs. When he opened the door Gus was in there. He was naked. He wouldn't come out of the cell. He was laying down on the floor. He didn't want to stand up. So that's why we brought the tie-down strap. Graner went in there and he put the strap around his neck. He was going to make him crawl out. Then Gus was crawling out of the cell. When he was about halfway out of the doorway, Graner turned around and handed me the strap and said "Hold this." So I did. I just grabbed it, and he went over and he took a picture. Gus continued to crawl out. In the first picture he's half – and then the last two he's fully – out of the cell. There was three total. He was crawling, and then he

²⁸ À ce propos, voir : BURKE, Joanna (2012). *Fallgirls: Gender and the Framing of Torture at Abu Ghraib*, Ashgate co ; KAUFMAN-OSBORN, Timothy (2005). « Gender Trouble at Abu Ghraib? », *Politics & Gender*, no. 1 vol. 4, p.597-619.

kind of laid there. You can see Megan on the side, standing. I'm just kind of holding the tie-down strap. You can see the slack on it. I know people said that I dragged him, but I never did. After Graner was done taking the pictures, he put the camera back in his cargo pocket, walked over, took the strap off me, and I guess Gus wanted to cooperate then, so he took it off of his neck, and he dragged him up, and he took him to his cell. That was the end of that event. [...] *Snap, snap, snap*: the entire photo session took twenty-two seconds » (England, citée dans Morris et Gourevitch 2008 : 137-138).

La photographie diffusée par la suite a été rognée de façon à couper Megan Ambuhl qui se tenait près d'England. Graner aurait ainsi tenu à soigner la composition de l'image ou à protéger Ambuhl (Morris 2008).

Afin de reconstituer cette photographie en photomosaïque de dix mille tesselles, Fontcuberta a utilisé comme mots-clés dans sa recherche d'images sur Google les noms et grades d'une vingtaine de personnes mentionnées dans le rapport Schlesinger. Il demande ainsi au moteur de recherche de définir, en images, les noms cités. Le rapport Schlesinger est un rapport d'expert relatif aux opérations de détention du Département de la défense des États-Unis paru en août 2004, présidé par James R. Schlesinger, ancien secrétaire de la défense sous l'administration Nixon. Ce rapport confirme que les abus sont généralisés, tout en précisant qu'ils ne faisaient pas partie des méthodes d'interrogations autorisées : « Ils représentent un comportement déviant et un échec du leadership et de la discipline militaire » (Schlesinger 2004 : 909, trad. libre). Il accuse le développement des procédures alternatives d'interrogation, leur transmission dysfonctionnelle sur le terrain en Irak et mentionne brièvement que la responsabilité incombe aussi à des institutions et des personnes de plus haut rang (Schlesinger 2004 : 911).

Les enquêteurs de ce type de commissions militaires ont toutefois délibérément tenu leur regard au bas de la chaîne de commande, en se concentrant sur les photographies afin d'isoler les actes qu'elles présentent, pour ainsi ne pas lier les événements de façon à ce qu'ils traduisent un réseau de politiques systématiques. Chacune des enquêtes ne permettait de s'attarder que sur un nombre limité de liens dans la chaîne des ordres donnés et des actions commises, en séparant les chaînons les uns des autres. Le général Taguba a par exemple enquêté sur la brigade de la police militaire, tandis que le renseignement militaire a été abordé séparément, dans le rapport du général George Fay (Danner 2009 : 404). Par ces procédures, une construction bureaucratique se met en place de façon à rendre moins aisé la connexion des morceaux de chaînes en des réseaux plus longs qui atteindraient de hauts dirigeants et propageraient la controverse. Le rapport

Schlesinger, grâce auquel Fontcuberta a constitué sa série de mots-clés, est une partie de ce réseau d'investigations sciemment morcelé.

En reprenant la photographie d'England tenant un prisonnier en laisse, ce *Googlegram* y insère des images que Google associe aux personnes qui forment la chaîne de commande. Cette association suggère ainsi une proposition allant à l'encontre de la ligne de défense de l'administration Bush, qui affirme que les agissements commis ne représentent qu'une exception relevant de la liberté d'action des soldats, plutôt que le résultat des ordres d'individus plus haut placés dans la hiérarchie militaire. La série de noms utilisés par Fontcuberta permet de mettre en relief le fait que l'existence de cette photographie implique beaucoup plus de personnes que celles qui se trouvaient là lors de la prise. La succession de mots-clés passe du nom de l'actrice principale de l'image qui se situe au bas de la chaîne de commande, « *Private First Class Lynndie England* », jusqu'au « *President George W. Bush* ». Cette chaîne montre comment l'évènement pris en photo à Abu Ghraib dépend d'une multiplicité d'individus et de circonstances rassemblées. Ce *Googlegram* fait ainsi écho aux propos du journaliste Seymour Hersh qui a tenté de démontrer le systématisme de tels abus dans le traitement des détenus de la guerre contre la terreur. Ce travail de recherche journalistique culmine d'ailleurs dans l'ouvrage *Chain of Command: The Road from 9/11 to Abu Ghraib* (2009). L'œuvre de Fontcuberta travaille cette chaîne de commande de façon visuelle, à partir d'images obtenues grâce à quelques mots qui déploient les différents niveaux hiérarchiques que parcourent les ordres pour être exécutés. Les résultats des requêtes web, suivant les mots-clés, font que la trame de l'image photomosaïque se constitue de photos personnelles et officielles de ces personnes disponibles sur le web, de même que d'autres photographies d'humiliations prises à Abu Ghraib. La compréhension de l'image-source peut se modifier à travers la présence de ces tesselles qui sont aptes à en complexifier le sens, en individualisant les acteurs de l'image par exemple, en les montrant sous un autre jour. England y apparaît probablement parmi les petites images en tant que jeune et fière soldate ou avec ses amis lors d'une occasion spéciale, insérée quelque part dans un coin de la photographie qui l'a rendue célèbre.

Googlegram: Abu Ghraib parvient donc à signaler que la photo source n'est pas si simple, que cela ne se résume pas à une photographie de torture. Cela est aussi une photographie qui illustre les effets d'une culture militaire, qu'il s'agisse d'une chaîne de commandes strictes, de la

liberté d'action des soldats ou encore de différentes compréhensions de l'aspect moral des actions commises en zone de combat. Elle est aussi l'image de personnes bien réelles, bourreaux ou victimes, qui ne sont pas que des icônes de l'évènement, pas que des Arabes et des Américains, mais aussi des êtres humains avec une vie et une identité propres en dehors de cette image. Cela se présente en un continuum d'images qui complexifie une interprétation première de la photographie en tant que représentation cohérente et close du bourreau et de la victime. Le rapport Schlesinger soutient que la chaîne de commande était dysfonctionnelle, que de telles violences – ou de telles photographies ? – ont été causées par un manque de leadership. Ceci masque la chaîne de commande qui est réellement à l'œuvre dans l'application des techniques de torture permises par l'administration Bush. Pourtant, ces actes photographiés ne semblent pas pouvoir se résumer ni à des commandements stricts, ni à des actes de cruauté isolés. Culture américaine, militaire ou carcérale, histoire de l'art occidentale ou de la violence raciale, les chaînes se prolongent bien au-delà du Président américain. Ce *Googlegram* intègre visuellement l'une des ramifications de l'ensemble de chaînes qui se dessinent derrière, mais aussi devant les photographies prises à Abu Ghraib.

1.3.2 *L'homme cagoulé et la Passion du Christ*

L'image la plus célèbre et la plus ubiquiste de l'archive d'Abu Ghraib est certes celle de l'homme cagoulé, aussi connue sous le nom de « *Gilligan on a Box* » ou « *The Wired Man* ». Selon les témoignages recueillis par Morris et Gourevitch sur les événements qui ont entouré la prise de cette photo, voici ce qu'on nous apprend : un prisonnier accusé d'avoir tué deux Américains a été amené à Graner par l'agent Romero et il n'aurait cessé de leur donner de fausses identités. Graner affirme avoir reçu les informations suivantes de la part de son supérieur : « Fais de sa vie un enfer pour les trois prochains jours et découvre son nom » (cité dans Morris et Gourevitch 2008 : 175, trad. libre). Graner l'a surnommé Gilligan et l'a assujéti au « traitement standard » : « les cris, les changements de températures, la boîte à tenir ou sur laquelle se tenir » (Morris et Gourevitch 2008 : 176, trad. libre). On aurait dit à Graner qu'il pouvait en faire ce qu'il voulait, pourvu qu'il ne le tue pas. Graner affirme avoir remarqué des fils électriques à proximité, s'être assuré qu'ils n'étaient pas électrifiés pour ensuite les installer aux bras et au cou

de Gilligan, avec Davis et Harman. Cette dernière dit au prisonnier de ne pas tomber de sa boîte, sinon il serait électrocuté.

« I knew he wouldn't be electrocuted, » she said. « So it really didn't bother me. I mean, it was just words. There was really no action in it. It would have been meaner if there really was electricity coming out, and he really could be electrocuted. No physical harm was ever done to him. » [...] The whole mock-electrocution business has lasted no more than ten or fifteen minutes, just long enough for a photo session. As soon as the wires were attached to Gilligan, Frederick had stepped back, instructed Gilligan to hold his arms out straight from his sides like wings, and taken a picture. Then he took another, identical to the first: the hooded man, in his poncho cape, barefoot atop his box, arms outstretched, wired trailing from his fingers. *Snap, snap* – two seconds – and three minutes later, Harman took a similar shot, but from a few steps back so that Frederick appears in the foreground at the edge of the frame, studying the picture he's just taken on the display screen of his camera (fig. 11), the picture that would become the best known, most recognized, and most widely reproduced image of the war (Morris et Gourevitch 2008 : 177).

Dans *Googlegram: Crucifixion*, Fontcuberta a juxtaposé la célèbre photo à celle de Ali Shalal Qaissi, un iraquien qui s'est aussi fait connaître sous le nom de Haj Ali, et se réclamait être celui qui se trouve sous la cagoule de la photographie de Frederick. L'image utilisée par Fontcuberta montre Qaissi reperformant, sans cagoule, la pose de la photographie pour une émission de télévision. Dans un article de Hassan M. Fattah publié dans le *New York Times* le 11 mars 2006, Qaissi est identifié comme étant l'homme cagoulé en prenant pour preuve sa main abîmée qui semble apparaître sur la photographie de basse résolution. Sa main lui avait valu le pseudonyme de « Claw Man » à la prison. Qaissi était effectivement un des prisonniers détenus à la prison d'Abu Ghraib à l'automne 2003 et avait hérité de ce nom. Il a potentiellement été soumis au même traitement, mais suite à la publication de l'article de Fattah, une photo de plus haute résolution – probablement celle prise par Harman – a prouvé qu'il ne s'agissait pas de lui. Le *New York Times* corrige les faits une semaine plus tard, dans un article intitulé « Cited as Symbol of Abu Ghraib, Man Admits He Is Not in Photo ». Pour Qaissi, il semble que le meilleur moyen d'obtenir une tribune afin de dénoncer les pratiques de torture était d'incarner la photographie iconique. « L'homme cagoulé (*The Hooded Man*) était le candidat idéal – un symbole vivant des abus perpétrés. Une icône. » (Morris 2011 : 82, trad. libre). Qaissi avait lui-même « logoisé » la photographie en présentant la silhouette cagoulée sur sa carte d'affaires, en en faisant une « marque de commerce » qui lui permettait de dénoncer les violences subies par les prisonniers irakiens à la prison d'Abu Ghraib.

En donnant un visage à la silhouette cagoulée devenue iconique, la juxtaposition effectuée par Fontcuberta (et les médias qui ont diffusé la comparaison) vient miner l'iconicité de la photographie en fournissant une identité et une histoire individuelles à la silhouette anonyme représentée. Surtout, le jumelage des photos signale le soupçon avec lequel peuvent être traitées les images, peu importe si elles sont numériques ou argentiques. Le choix de mettre de l'avant l'une des victimes est aussi significatif puisqu'il rappelle qu'il y avait des personnes réelles sous les cagoules photographiées. Il n'y avait pas que des bourreaux souriants dont on connaît les noms et dont l'histoire a été racontée, par Morris et Gourevitch par exemple. Même le *Googlegram* de l'homme en laisse utilise toute la chaîne de commande militaire américaine derrière Lynndie England, tandis que l'individu au bout de la laisse ne se résume qu'à une victime anonyme. Les différentes histoires et scandales entourant les photographies d'Abu Ghraib se profilent à travers la juxtaposition d'une photo iconique, dont la « véracité » n'a pas été remise en question, mais qui s'ouvre à de multiples interprétations, et la photo de Qaissi, une réelle victime des abus perpétrés à Abu Ghraib qui ne pouvait être écoutée que grâce à la célèbre photographie et qui a également été discréditée par une photographie du même sujet, prise quelques minutes plus tard. Ce revirement démontre bien la position récurrente, tendue entre confiance et méfiance, que nous entretenons face aux images. D'autre part, en observant la posture du corps dans la photographie-source, on remarque que c'est cette seconde photographie de plus haute définition qu'a utilisé Fontcuberta dans son *Googlegram*. La version rognée de celle-ci, c'est-à-dire sans Frederick à l'avant-plan, est en effet devenue plus populaire que la photographie initiale puisqu'elle est plus claire.

Afin de constituer les tesselles qui s'insèrent dans les photos de l'homme cagoulé et de Qaissi, Fontcuberta a utilisé comme mots-clés pour sa recherche d'images des termes tirés des évangiles relatant la Passion du Christ : « *sacrifice* », « *martyr* », « *torment* », « *torture* », « *sufferance* », « *flagellation* », « *scaffold* », « *execution* », « *crucifixion* », « *eccehomo* » et « *redemption* ». Ces mots évoquent à la fois la souffrance que produit la torture et la conception religieuse de l'icône. Le Christ et son image sont probablement ce qui s'associe le plus fortement à la notion de l'icône, non seulement dans l'origine du terme, mais aussi dans la reconnaissabilité du motif. Toutefois, les évangiles d'où sont tirés les mots-clés sont un récit écrit et non une image fixe. Plusieurs « images » textuelles forment la narration de la Passion, c'est-à-dire de l'ensemble

des souffrances et des supplices qu'a endurés Jésus Christ avant sa mort sur la croix. *Googlegram: Crucifixion* fait donc s'intriquer les images des châtiments à l'origine de la religion chrétienne à celles des violences subies par les détenus de la guerre contre la terreur. Cette association réitère l'argumentaire d'Eisenman dans *The Abu Ghraib Effect* à propos de l'omniprésence du motif dans l'iconographie chrétienne et la culture populaire²⁹, de même que le conflit religieux qui sous-tend la guerre contre la terreur, ainsi que la notion de rédemption au cœur des attentats-suicides terroristes à l'origine de cette guerre. Sabrina Harman affirme justement avoir eu envie de prendre des photos pour la première fois à la prison lorsque la posture du corps d'un prisonnier en position de contrainte lui rappelait Jésus (Morris 2008 ; Mitchell 2011 : 114 et 136). Mitchell soutient aussi que c'est la photographie de l'homme cagoulé qui parvient à mieux évoquer toutes les images de la Passion du Christ. Tandis que la position des bras rappelle à la fois les gestes de bienvenue et de lamentations du Christ, la cagoule rappelle le Christ aveuglé et le piédestal, l'Ecce Homo. Cette association à l'imagerie chrétienne serait « conditionnée par l'inquiétante étrangeté de la ressemblance au plus fameux répertoire d'images du monde » (Mitchell 2011 : 114, trad. libre).

Selon Mitchell (2011 : 137, trad. libre), la photo de l'homme cagoulé est aussi une *metapicture*, c'est-à-dire non seulement une icône, mais « une icône de la production de l'image comme telle, symbole du nouveau statut de l'image à l'ère de la biocybernétique » et du pouvoir de l'image. C'est son caractère iconique « global », imprimé dans la mémoire visuelle collective, symptomatique d'un conflit planétaire et d'un régime de production de l'image numérique, en plus de sa profonde résonance avec la représentation du pouvoir, qui font de cette photographie une *metapicture* (Mitchell 2011 : 142). En ce sens, le *Googlegram* de l'homme cagoulé semble être encore plus approprié pour parler de cette relation « meta » à l'image puisqu'il ajoute visuellement au discours sur la représentation. Il montre à la fois la méfiance, la croyance, le pouvoir et la prolifération qui précède, entoure et poursuit de telles images.

1.3.3 Interroger les icônes avec des mots-clés et des images

Ce qui a souvent été dit de leurs images-sources demeure aussi vrai pour les photomosaïques d'Abu Ghraib de Fontcuberta : elles montrent à la fois trop et trop peu. De loin, distraitemment,

²⁹ Par exemple, des images du film *La Passion du Christ* (2004) de Mel Gibson apparaissent parmi les tesselles.

l'œuvre n'est qu'une image, de près, elle est des milliers de gens, de multiples points de vue et des centaines d'histoires alternatives à l'histoire officielle, à l'évènement unifié par la photo. Elles montrent peut-être plus de cette façon, mais ce surplus brouille également la vision, mettant de l'avant un régime de l'indéterminé que Boehm associe à la pensée par images. « Or, sans le divers, le polysémique, le sensuel et le polyvalent, l'on ne saurait réfléchir véritablement sur les images » (Boehm 2008 [2004] : para. 27). Cet indéterminé que proposent les *Googlegrams* parvient aussi à démontrer ce qu'une image peut *contenir*.

En brisant et en supplémentant ainsi les photographies d'Abu Ghraib, les *Googlegrams* effectuent une redensification visuelle des icônes. Les photomosaïques de Fontcuberta installent une forme d'iconoclasme léger qui, comme le suggère Mitchell (2006 : 8) dans *What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, permet de frapper l'image juste assez pour la faire « résonner ». Cette méthode tenterait de faire « sonner les idoles » grâce à une approche qui s'inspire du marteau de Friedrich Nietzsche dans le *Crépuscule des idoles* (1888), un marteau qui sert à interroger plutôt qu'à détruire. Il s'agirait pour Mitchell (2006 : 8-9, trad. libre) de pratiquer une « critique délicate, qui frappe les images avec juste assez de force pour les faire résonner, mais pas assez pour les briser ». Au seuil de l'iconoclasme, il s'agit d'une approche similaire à celle de l'*iconoclash* proposée par Bruno Latour en 2002. Le concept d'*iconoclash* ou d'*iconocrise* est cette incertitude par rapport au rôle de la main humaine dans la production de l'icône³⁰. Brouillant sa signification jusqu'à ne laisser que l'ambiguïté face au statut des images, l'*iconocrise* est aussi très liée à la haine et au fanatisme. Cela fait ainsi écho au contenu des images-sources des *Googlegrams* d'Abu Ghraib et à leur contexte, cette guerre « globale » contre la terreur. Les œuvres de Fontcuberta réitérent le statut iconique des photographies d'Abu Ghraib tout en brisant leurs surfaces. Elles nous apparaissent alors comme une tentative de mise en crise de ces icônes en les problématisant, en soulignant l'incertitude qu'ils produisent, ou à tout le moins en les interrogeant, par mots-clés, par images. Il s'agit d'un iconoclasme qui ne souhaite pas détruire les images, mais qui veut provoquer la cascade d'images plutôt que l'arrêt sur image,

³⁰ « On peut donc définir l'*iconoclash* ou l'*iconocrise* comme ce qui se passe lorsqu'une *incertitude* persiste quant au rôle exact de la main laborieuse dans la production du médiateur. Est-ce la main armée du marteau, et prête à mettre à nu, à dénoncer, à discréditer, à manifester, à décevoir, à désenchanter, à dissiper les illusions, à dégonfler ? Ou est-ce, au contraire, la main prudente et attentive, paume retournée comme pour attraper, tirer au clair, extraire, accueillir, générer, recevoir, maintenir, rassembler la vérité et la sainteté ? » (Latour 2002 : 5-6).

comme le demande Latour, ou encore d'une critique de l'iconisation de telles images, par des images. La fixité de la signification de l'icône est combattue en faisant défiler un flux quasi-ininterrompu d'*autres images* qui viennent s'imbriquer en elle. Or, l'histoire de l'iconoclasme religieux est très liée aux débats entre le pouvoir de l'image et celui des mots. Par opposition à l'iconophile, l'iconoclaste privilégie habituellement le texte sur l'image. Les images-sources des *Googlegrams* sont des icônes de la guerre contre la terreur et les mots-clés soumis à la recherche, en cherchant à remettre en question ou à ajouter à l'image de référence, sont un passage légèrement iconoclaste dans la trajectoire de l'œuvre. Cette association brise délicatement la surface de l'image iconique avec les tesselles issues des résultats de recherche, mais elle transforme surtout littéralement l'« unicité » de l'image-source, devenue matrice, en une cascade d'une dizaine de milliers d'images refusant au regard la fixation sur une seule icône.

2. LE MOTEUR DE RECHERCHE WEB ET LES IMAGES

Comme les *Googlegrams* nous ont aidés à le faire pour l'imagerie iconique d'Abu Ghraib, il s'agit de faire « sonner les idoles » (Mitchell 2006 : 8) une nouvelle fois afin de faire apparaître leur hétérogénéité sous-jacente. Nous cherchons donc à faire s'ouvrir la boîte noire de l'idole technologique qu'incarne Google. Explicitement employé par Fontcuberta dans la production de ses œuvres au point de l'inclure dans le titre de la série, ce moteur de recherche est effectivement très fréquemment considéré comme une idole du culte techno-utopique. Souvent vénéré pour son efficacité et son succès commercial, il est certes l'objet d'idolâtrie ou encore de totémisme lorsqu'il devient l'emblème d'une communauté d'entreprises de haute technologie. Le moteur de recherche est d'abord le médiateur de notre relation au web. Il régule la manière dont les internautes sont exposés au web en ordonnant la visibilité de ses contenus. L'élaboration d'une réflexion sur le moteur de recherche entre alors dans un débat de nature technique et politique que les *Googlegrams* nous incitent à engager. La description de cette technologie pourra faire apparaître ce que fait ce dispositif à notre compréhension du cyberspace.

2.1 Une culture de recherche

Dans le cyber-environnement où la surcharge d'information (*information overload*) est la norme, la nécessité de s'y retrouver est primordiale. Un peu comme l'invention de l'imprimerie a démultiplié les ouvrages écrits et mené à l'élaboration des tables des matières et des index, l'utilisation du web requiert rapidement les moteurs de recherche (Jeanneney 2007 : 71). La recherche web est une expérience devenue banale qui débute pour l'internaute par des mots-clés soumis au moteur, qu'il s'agisse d'un nom commun ou propre, d'un titre, d'un lieu ou d'une notion. Les étapes de repérage de l'information sont ensuite invisibles et effectuées de façon presque instantanée afin que soit renvoyée à l'utilisateur une liste de résultats sous forme d'hyperliens accompagnés de brefs résumés extraits de la page. L'usage de la recherche web est devenu pour la majorité des internautes une routine quasi instinctive. Les moteurs de recherche sont des points de relais ou de passage de plus en plus obligés, mais ils s'effacent derrière les résultats. Ils sont à la fois les plus visibles et les moins visibles du web. Leur usage est pourtant devenu une sorte de culture, si on se fie à la définition de Lee Thayer (1987 : 45, trad. libre) :

« faire partie d'une culture humaine spécifique, c'est percevoir et connaître le monde – communiquer – d'une manière qui permette la reproduction quotidienne de cette culture ».

Il convient donc de définir ce que Ken Hillis, Michael Petit et Kylie Jarret qualifient de « culture de recherche » dans leur ouvrage *Google and the Culture of Search* (2012). Le terme anglais « *search* » exprime bien ce dont il s'agit, même si nous devons nous en remettre à sa traduction littérale française, « recherche ». En français, l'activité de recherche est surtout associée au milieu académique et implique habituellement une démarche à plus long terme, un peu comme « *research* » en anglais. Par contre, « *to search* » est de l'ordre de la requête, de la demande d'information ; il s'agit surtout de *chercher* pour trouver ou retrouver, d'extraire, de localiser ou d'interroger le contenu du web. Le moteur de recherche concerne donc *l'action de chercher* plutôt que celle de *faire de la recherche*. Cette action est dorénavant très souvent le point de départ de notre accès à l'information numérique. De plus, la recherche, chez Google, ce n'est pas seulement le moteur de recherche, c'est aussi Google Maps, Google Street View, Google Images et Google Books. La culture de « recherche » est également une dynamique culturelle plus large qui s'étend jusqu'à inclure la recherche de connaissances sur Facebook, de l'amour sur un site de rencontre, de mots dans une boîte courriel ou encore des suggestions de livres sur Amazon. La recherche dans les bases de données académiques en ligne ou d'un item sur eBay en font aussi partie. Cette culture s'élabore autour de la petite *boîte blanche* que l'on retrouve dorénavant sur tant de pages web. Ainsi conçue, la recherche semble être devenue la plus populaire des activités du Net³¹. Les internautes cherchent à la fois pour trouver, pour retrouver et pour découvrir. La recherche, c'est un peu un mode de vie sur le web ; à tout le moins une condition d'utilisation du web. Elle définit nos interactions avec l'internet (Battelle 2005 : 4).

Hillis, Petit et Jarret (2012 : 8) vont jusqu'à proposer une appellation latine pour illustrer notre attachement actuel à la recherche en qualifiant les chercheurs web de « *Populus Scrutatus – the "People of Search"* ». Pour ces internautes, la marchandise de prédilection est l'accès à l'information. Comme le formulent également les auteurs de *Google and the Culture of Search*, « chercher est la marchandise fétiche ultime »³². Cela signifie aussi que la culture de recherche

³¹ Selon les statistiques que rapportent Hillis, Petit et Jarret (2012 : 3), elle dépasserait même l'utilisation de la messagerie électronique.

³² « Search is the ultimate commodity fetish » (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 4).

participe à cette logique de l'« expérience-marchandise » ayant remplacé la marchandise objet, dont parle Rifkin dans *L'âge de l'accès* (2000) : l'action est devenue marchandise dans le réseau d'information en ligne. Déjà en 1994, l'écrivain et techno-utopiste de renom Kevin Kelly (1994 : 27, trad. libre, cité dans Hillis, Petit et Jarret 2012 : 4) aborde cette logique :

A distributed, decentralized network is more a process than a thing... It's not what you sell a customer, it's what you do for them. It's not what something is, it's what it is connected to, what it does. Flows become more important than resources. Behavior counts.

L'activité de recherche web se caractérise par des valeurs « technofondamentalistes » comme l'objectivité, la pertinence et la rapidité – voire l'instantanéité (Hillis, Petit et Jarret 2012). L'objectivité et la visée exhaustive sont associées à l'automatisation des procédures, tandis que la pertinence provient du domaine de la science de l'information, traditionnellement responsable du classement des documents. À propos de rapidité, Marissa Meyer (citée dans Vaidhyathan 2011 : 54, trad. libre), ex-membre de la direction de Google, explique que les utilisateurs « réagissent à la vitesse. Tandis que le web devient plus rapide, que Google devient plus rapide, les gens cherchent plus ». Les internautes cherchent l'instantanéité de l'accès. « Cela accroît notre appétit pour la consommation de biens, de services, d'information, d'amusement, de distraction et d'efficacité. Nous sommes accros à la rapidité et à la commodité pour l'amour de la rapidité et de la commodité » (Vaidhyathan 2011 : 55, trad. libre). Le service de recherche web est aussi offert gratuitement afin de s'assurer la fidélité des utilisateurs. La gratuité et l'abondance nourrissent l'impulsion de chercher. Malgré la critique virulente de Google déployée dans *Le côté obscur de Google* (2011), le collectif Ippolita y exprime l'importance du sentiment d'exploration que procure la recherche web. Celle-ci serait « le chemin de fuite quotidienne hors de la claustrophobie des écrans numériques. Ce sont des bols d'air, des fenêtres privilégiées, grandes ouvertes sur le monde fascinant de la Toile » (Ippolita 2011 : 8). L'expérience d'une navigation web dénuée de ces petites boîtes blanches de recherche serait sans doute ardue, chaotique et effrayante. La boîte blanche et son curseur clignotant canalisent, sécurisent et apaisent le web et l'internaute.

2.1.1 La recherche web : synonyme de Google ?

19,2 milliards de requêtes web ont été effectuées aux États-Unis au cours du mois de juillet 2011 seulement. De ce nombre, Google en a traité 12,5 milliards (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 3). Il traite environ 90 % des recherches dans le monde en 2013³³. En plus de dominer le marché, il domine notre conception de la recherche d'informations en ligne. Officiellement lancé en 1998, il a survécu à l'éclatement de la bulle technologique et a pris son essor au moment de la massification des usages du web, au début des années 2000. En transformant la pratique de la recherche web, il en a fixé la plupart des paramètres idéologiques. Le statut de monopole de Google est l'une des caractéristiques qui lui est le plus souvent reproché, tant par les défenseurs de la culture européenne comme Jean-Noël Jeanneney que par les libertariens militant pour la libre concurrence commerciale. Malgré l'impression généralisée que Google ait toujours été là, il y a eu d'autres moteurs de recherche : Webcrawler, Excite, Lycos et AltaVista, dont certains se souviennent encore. Aujourd'hui on peut également chercher avec Yahoo ! et Bing, le moteur de recherche de Microsoft, qui compétitionnent tous deux avec Google. Les alternatives les plus populaires se sont grandement inspirées de l'algorithme de hiérarchisation de Google afin d'être plus « performants » et « efficaces ».

Le verbe « googler » fait dorénavant partie de notre quotidien et « To Google » est accepté par le *Oxford English Dictionary* depuis 2006 pour signifier : « chercher de l'information (sur quelque chose ou quelqu'un) » (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 4, trad. libre), c'est-à-dire pour définir l'action de chercher, au-delà des outils de Google. Dans cette logique, on pourrait certainement « googler » une information dans Bing. Grâce à la popularité de Google, « [l]'activité de recherche est confondue avec l'un des moyens pour la réaliser » (Ippolita 2011 : 194). Le nom du moteur est utilisé comme une synecdoque afin de symboliser la recherche d'information, voire l'usage du web en entier³⁴. Cette transformation de l'outil (ou du nom de domaine et de la corporation qui gère l'outil) en verbe illustre l'importance qu'ont les verbes par rapport aux noms dans la logique de réseau. Faisant écho aux remarques de Kelly et de Rifkin sur

³³ Ces statistiques sont tirées de *StatCounter 2013*, accessible en ligne au http://gs.statcounter.com/#search_engine-ww-monthly-201207-201307, consulté le 4 janvier 2014.

Il est toutefois important de noter que la domination de Google sur le marché des moteurs de recherche web ne s'étant pas au Japon, en Chine ou en Corée du Sud, par exemple (Vaidhyanathan 2011 : 25).

³⁴ Ceci s'illustre plus encore lorsqu'on considère les usages de gmail, de YouTube ou du stockage nuagique offert par Google, mais ce qui nous intéresse ici c'est la prédominance de la recherche.

l'importance grandissante des actes et des flux, le nom d'une chose permettant l'accès devient le nom d'une action.

Google est également devenu synonyme de cyberculture. Pour plusieurs, ce moteur de recherche équivaut à l'« âge de l'information ». Afin d'illustrer ce phénomène, Hillis, Petit et Jarret donnent l'exemple du numéro d'un journal de théologie qui porte sur l'Église « après Google », mais dans lequel aucun article n'aborde le moteur de recherche ou la compagnie. L'équipe éditoriale utilise ce nom comme tenant-lieu pour aborder la massification des usages du web et le défi que cela représente pour les modes d'accès traditionnels au divin (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 193). Le moteur de recherche apparaît alors comme un acteur majeur dans la définition de la culture de réseau. En plus des *Googlegrams* qui nous occupent, une série d'œuvres d'art produites avec les images du web et le moteur de recherche dont le titre se réfère directement à Google, les expressions forgées par certains auteurs afin de qualifier ce statut particulier foisonnent. Alexander Halavais (2009 : 54), dans son ouvrage *Search Engine Society*, présente les internautes comme ayant dorénavant une « pensée-moteur-de-recherche » (*search-engine-minded*), dans une société « centrée sur la recherche » (*search-centric*) (Halavais 2009 : 117). Tandis que Geert Lovink (2009 : 45, trad. libre) parle plutôt d'une « société de la requête » et soutient que « la recherche est maintenant la façon de vivre », Hillis, Petit et Jarret (2012 : 5) rapportent l'usage de l'expression « *Google-shaped world* », en plus de toutes sortes de propositions comprenant le marqueur « post-Google ». John Battelle (2005 : 261) présente quant à lui la recherche comme une interface d'accès au monde.

2.2 Archiver, indexer et représenter le web

Puisque n'importe quel internaute peut publier presque n'importe quoi de plus en plus facilement sur la Toile, le web se déploie comme un espace documentaire sans processus de sélection éditoriale préalable. Les pages web prolifèrent et composent une archive vivante, à la fois instable et en croissance constante. Pour contrebalancer cette instabilité, lorsqu'on effectue une requête dans un moteur de recherche, celui-ci ne cherche pas dans le web, mais dans son index. Afin de constituer le sien, Google envoie dans le web des programmes informatiques qui sont des robots (*crawlers*) faits pour ratisser le cyberspace sur une base régulière. Ces robots sont programmés pour « sauter » d'un hyperlien à l'autre afin d'arpenter et de saisir les pages

web pour les archiver dans ses bases de données. Cette phase d'exploration et de collecte précède les requêtes de repérage d'information subséquentes faites par l'utilisateur. Selon le site de Google, plus de trente milliards de pages individuelles sont archivées dans leurs bases de données en 2013. Chaque page est explorée et indexée selon des centaines d'éléments distincts afin d'en déduire le contenu, par exemple grâce à l'URL, le titre, la date de publication, la langue, les termes récurrents, la vitesse de téléchargement, etc. L'archive du web que constitue Google tend ainsi à équivaloir à son index. Ce dernier est une base de données possiblement plus densément hyperliée que le web puisque l'information collectée est découpée en différents modules informationnels codés qui permettent de lier les informations entre elles afin de les repérer.

Ce processus d'archivage et d'indexation accumule non seulement des reproductions qui forment une archive parallèle à la Toile – quoique toujours incomplète –, mais incarne également une remédiation du web dynamique en une archive interrogeable. L'index forme alors une sorte de remédiation du web : il est une archive remédiée en plus de se poser comme supérieur au web – *sur* lui en l'interprétant *a posteriori*. Pris dans son ensemble, cela semble donc être de l'ordre de la remédiation³⁵ plus que de la reproduction puisque le contenu, lorsqu'il est indexé, est transformé par ce processus. D'ailleurs, selon Google, dans le cadre de maints débats sur les droits d'auteurs qui occupent ses représentants, Google Books ne serait pas une bibliothèque, mais seulement un index (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 163). L'indexation plein texte et la recherche qui morcellent les pages en changeraient le statut. Même si cet argument est tout à fait réfutable en ce qui a trait aux droits d'auteurs puisqu'il demeure possible de lire des ouvrages en entier, il exprime à tout le moins comment la recherche dans l'index est une recherche dans un web transformé. Déjà, dans *l'Archéologie du savoir* Michel Foucault (2008 [1969] : 179, emphase dans l'original) parlait de l'archive (pré-web) comme d'un « *système général de la formation et de la transformation des énoncés* ».

Ce déplacement et ce stockage du cyberspace dans les bases de données de Google, afin de faire fonctionner ses outils, entraînent la construction de complexes architecturaux dans l'espace physique, des édifices appelés des sites d'exploitation de données (*data centers* ou *data farms*) (fig. 12.1 et 12.2). Ces « fermes de données » sont les lieux où se constitue un pouvoir de

³⁵ Nous utilisons le terme de remédiation au sens où Jay David Bolter et Richard Grusin le théorisent dans leur ouvrage *Remediation: Understanding New Media* (2000).

domination. Elles occupent la fonction des centres de calcul dont parle Latour dans *La science en action* (1989), c'est-à-dire là où la connaissance s'accumule, là où les données collectées s'agrègent et se calculent. Google les présente sur son site comme les lieux physiques de l'internet : « Là où vit Internet »³⁶. Le moteur supplée ainsi à l'entièreté du web, tout en remplaçant ses données dans plusieurs architectures concrètes qui centralisent l'information. Cela ramène l'archive de Google à la définition originale d'une archive en tant que complexe architectural³⁷. Derrida explique, dans *Mal d'Archive* (1995), que l'origine de la notion d'archive est également intimement liée aux lieux d'autorité et de commandement. Elle est le lieu d'une mémoire collective qui doit être gérée et interprétée. L'index de Google se pose alors comme un clone « amélioré » de la Toile, dessinant à la fois un nouveau graphe de son contenu, le faisant interagir autrement dans ses centres de données. L'idée que Google puisse être le tenant-lieu du web semble encore plus réelle lorsque les internautes disent chercher quelque chose « sur Google » plutôt que dans le web, via Google.

Au-delà de l'index qui tente de rassembler toute l'information du monde, une archive gigantesque doit être interrogeable et *accessible* afin d'être livrée aux utilisateurs. Une fois que les internautes se sont mis à croire que tout est accessible en ligne, la navigation basée sur l'intention a pris le dessus sur l'exploration. D'une part, on désire explorer et de l'autre, *accéder*. Il y a une grande différence entre chercher et trouver et la recherche motivée par l'intention permet surtout de trouver. Ce mode d'accès est satisfaisant, puisque lié « à la sensation d'accumulation » (Ippolita 2011 : 196), de même qu'à la gratification immédiate du désir. Les parcours riches et complexes qui sont inhérents à l'action de chercher avant de trouver sont toutefois beaucoup plus longs et le développement des nouvelles technologies nous rend de plus en plus intolérants à l'attente, si enrichissante puisse-elle être. Avec le moteur de recherche, l'accès a réellement remplacé la notion de propriété (Rifkin 2000) puisque le cybermoteur rend accessible des contenus qu'il ne possède pas³⁸.

³⁶ « Where the internet lives. » Citation tirée du site de présentation des centres de données de Google, accessible au <http://www.google.com/about/datacenters/gallery/#/>, consulté le 4 janvier 2014.

³⁷ Cela va également à l'encontre de l'idée que les compagnies en ligne demandent peu de responsabilités matérielles. « As Google's lawyer Dana Wagner says, "Competition is a click away." Of course, that argument relies on the myth that Internet companies are weightless and virtual. It might be valid if Google were merely a collection of smart people and elegant computer code. Instead, Google is also a monumental collection of physical sites such as research labs, server farms, data networks and sales offices » (Vaidhyathan 2011 : 19).

³⁸ Pour la plupart, puisque Google possède néanmoins les contenus de plusieurs sites.

La sélection et la discrimination documentaires sont également redéfinies par la recherche numérique. Ces procédures étaient autrefois perçues comme indispensables par les archivistes en raison des limitations physiques de l'entreposage analogique. Dans le régime numérique, elles demeurent nécessaires, mais opèrent plutôt comme des filtres de façon à rendre possible la production de sens pour les chercheurs devant trop d'information disponible (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 164). Afin de rendre accessible et compréhensible cette surcharge d'information, il faut donc non seulement l'ordonner, mais également la réduire le plus possible en la filtrant. Après la collection de données, la hiérarchisation des contenus et l'association des éléments entre eux par les algorithmes, le moteur est prêt à traiter la requête de l'utilisateur. La liste de résultats équivaut donc à l'étape de représentation où l'utilisateur entre en contact avec l'information cherchée³⁹. Ce qui est visible, c'est-à-dire ce qui est représenté dans les résultats de la première page, tend à équivaloir à ce qui est vrai ou réel. Ce qu'on voit du web est ce que l'on en comprend. Conséquemment, il importe de se demander comment fonctionne cette sélection draconienne qui permet d'accéder plus rapidement aux contenus.

La censure sur les résultats effectuée par Google a fait scandale lorsque la compagnie a fondé une filiale en République populaire de Chine en 2005, là où le gouvernement exigeait une telle censure⁴⁰. En plus de cet épisode médiatisé, les modifications manuelles dans les listes de résultats de recherche font l'objet de plusieurs études portant sur le moteur de recherche. On apprend entre autres que Google, en souhaitant respecter les lois locales, efface les résultats de pages antisémites des versions françaises (Google.fr) et allemandes (Google.de) de son index, tandis qu'aux États-Unis ils demeurent aisément accessibles (Hinman 2008 : 74). Précisons également que les photographies de torture d'Abu Ghraib que reprennent les *Googlegrams* ont disparu des résultats du moteur de recherche d'images de Google pendant plusieurs mois sans explications en 2004 (Hinman 2008 : 74). Cette omission inexplicquée (par les représentants de Google) démontre que les résultats « organiques » de Google sont certainement manipulés sciemment. Lorsque de tels reproches leur sont adressés, les représentants de l'entreprise soutiennent que les résultats sont produits « automatiquement » par les algorithmes et qu'il ne

³⁹ Cette dernière étape peut d'ailleurs être complètement escamotée au profit d'une présentation immédiate, actualisant automatiquement la page du premier résultat, en appuyant sur le mystérieux bouton « J'ai de la chance ».

⁴⁰ Son retrait de ce même marché, supposément pour défendre les droits humains et la liberté d'expression, a également fait scandale en 2010.

peut donc pas y avoir de biais⁴¹ : « [i]ls sont idiots et cette idiotie est le meilleur garant de leur “neutralité” » (Cardon 2013b : 83). Ce que Google juge inopportun dans ses résultats peut toutefois être modifié grâce à une tournure mathématique dans les algorithmes afin que les résultats demeurent « automatiques ». En fait, ce n’est pas la censure directe sur le contenu qui semble être le plus grand pouvoir de Google, mais plutôt sa fonction de guide incomparable pour tant de gens sur tant de sujets. Le web se résume bien souvent pour les internautes à la représentation qu’en font les moteurs de recherche et c’est en partie ce que nous montrent les images assemblées dans les *Googlegrams*, en re-représentant des résultats de recherche. Les œuvres de Fontcuberta nous encouragent ainsi à nous attarder sur la manière dont ces procédures mathématiques se déroulant en coulisse agissent dans le web et sur notre conception de celui-ci.

2.3 Assemblages algorithmiques

Les algorithmes sont des suites de règles ou de calculs appliquées à un ensemble de données afin d’arriver à un résultat. Ces règles prédéterminées sont à la base de tout programme informatique et de l’automatisation des procédures de recherche en ligne. Elles justifient la prétention à l’objectivité des résultats proposés par les moteurs de recherche. Considérant l’importance de ces règles et calculs, il semble sage de suivre le conseil promulgué par Lovink (2009 : 52) dans « Society of the Query » : arrêter de chercher un peu pour mieux interroger. Les procédures et méthodes de calcul des métriques du web qui se cachent derrière nos recherches sont opaques et leur fonctionnement méconnu. La plupart des études menées en dehors du domaine de l’informatique « s’arrêtent devant les algorithmes en les enfermant, sans discussion ni enquête, dans une boîte noire » (Cardon 2013a : 17)⁴². Nous croyons qu’il faut plutôt ouvrir cette boîte noire qui se cache derrière la boîte blanche de la recherche, non pas en des termes informatiques, mais en explicitant les notions et les idéologies qu’elle renferme, de même que les effets produits par ce mode d’organisation et de représentation de l’information. Le désir, voire le

⁴¹ Alors que la page d’explication des résultats de Google disait auparavant « A site’s ranking in Google’s search results is *automatically* determined by... », en mai 2007 cela est devenu : « ...search results *relies heavily* on computer algorithms... » (Vaidhyanathan 2011 : 66, emphase ajoutée).

⁴² Le processus de recherche web est aussi comparé à une boîte noire dans *Google and the Culture of Search* à la p.14 et dans *The Googlization of Everything* à la p.9. Dans *In the Plex: How Google thinks, works and shapes our lives* (2011), Steven Levy parle de deux boîtes noires : celle de la recherche et celle du système publicitaire. La notion de boîte noire n’est toutefois pas définie.

besoin de rapidité et d'instantanéité auquel nous a conditionné le développement des technologies numériques participe à l'ignorance de ce qui se trouve dans cette boîte noire.

La boîte noire est une notion issue de la cybernétique, une science qui a connu son âge d'or dans les années 1940 et 1950. Ayant grandement contribué à l'essor de l'informatique, elle est également aux origines du cyberspace et on lui doit le préfixe « cyber ». Norbert Wiener (1971 : 45) est le père fondateur de cette science qui consiste en « l'étude des processus de contrôle et de communication chez l'être vivant et la machine ». En développant une théorie des messages, la cybernétique considère les relations humaines comme des échanges d'information et étudie le rapport des humains aux machines et aux systèmes de rétroaction. Dans *Cybernétique et société, ou l'usage humain des êtres humains* (1971), Wiener pose un regard à la fois utopique et critique sur les effets du progrès technique et du développement de l'automatisation sur les relations sociales. Il fait dériver le mot « cybernétique » du mot grec *kubernetes*, c'est-à-dire « pilote ». Il s'agit de la même racine grecque qui est à l'origine du verbe « gouverner » (Wiener 1971 : 42). Les algorithmes informatiques qu'utilisent les moteurs de recherche font fortement écho à cette origine étymologique de la cybernétique. Une fois automatisés, ils agissent en effet comme des gouvernails, voire des gouverneurs, dans le web.

L'expression boîte noire est souvent utilisée « pour désigner un appareil ou une série d'instructions d'une grande complexité [dont] seules comptent [...] leurs entrées et leurs sorties » (Latour 1989 : 10). Le mécanisme qui se trouve entre l'information entrante et l'information sortante de l'appareil est donc escamoté. Bruno Latour (1989 : 196, emphase dans l'original) emploie ce concept dans l'étude des technosciences afin de démontrer qu'il s'agit en fait d'un *ensemble d'éléments hétérogènes* éventuellement « utilisé comme *une seule pièce* d'équipement standard ». Ouvrir une boîte noire est par conséquent une méthode qui cherche à décrire les éléments liés et la manière dont ils sont liés pour fonctionner, en fin de compte, comme un tout cohérent formant un mécanisme qui ne se laisse pas voir au moment de l'usage.

La boîte noire que nous souhaitons entrouvrir est donc derrière la boîte blanche dans laquelle nous entrons nos mots-clés de recherche. Entre l'information entrante des mots-clés de la requête et l'information sortante de la liste de résultats, un très grand nombre d'éléments assemblés travaillent ensemble derrière l'interface. Les algorithmes agissent en effet *comme un tout unique*

afin de livrer les résultats d'une requête. Latour présente une définition de la machine qui s'applique particulièrement bien au système automatisé régissant le dispositif de recherche web :

Comme son nom l'indique, une machine est d'abord une machination, un stratagème, une sorte de ruse, où les forces mises en œuvres se tiennent mutuellement en respect de façon à empêcher que l'une d'elles s'échappe du groupe. C'est ce qui fait la différence entre une machine et un outil, élément unique que l'on peut tenir directement en main (Latour 1989 : 209).

L'organisation hyperliée de la base de données, une fois alliée aux assemblages algorithmiques, permet de tisser solidement les données accumulées dans l'index, tandis que l'usage répété les noue de façon de plus en plus durable. Avec l'accroissement constant du web et de ses usages, le réseau d'éléments liés est de plus en plus grand, mais le moteur « se présente pourtant comme un tout beaucoup *plus* simple » (Latour 1989 : 213, emphase dans l'original). Plus son utilisation est simple malgré la longueur du réseau d'actants, plus le moteur de recherche et ses résultats gagnent en réalité et en autorité pour les utilisateurs. La boîte devenue noire peut ainsi être intégrée comme un élément de routine et produire une culture de recherche⁴³.

La machine Google est tissée particulièrement serrée. La boîte noire derrière le portail épuré de Google est non seulement bien scellée, mais elle s'intègre de façon presque transparente dans l'architecture du web. Elle se situe entre l'internaute et le contenu mis en ligne comme « une membrane transparente » (Ippolita 2011 : 224) que l'utilisateur traverse presque sans s'en rendre compte. Le moteur de recherche est un assemblage complexe, mais il est aussi bien obscur. Tout le processus derrière la recherche tend à être invisible pour l'utilisateur. Ne serait-ce qu'au niveau technique, il est difficile de s'imaginer que chaque requête entrée dans la boîte de recherche blanche de Google fait s'activer près d'un millier d'ordinateurs différents dans divers centres de données. En survolant les index en à peine 0,16 seconde, ces ordinateurs génèrent des millions de résultats pour l'utilisateur (Vaidhyathan 2011 : 54). En considérant tout ce matériel qui s'anime, les options de recherche de Google évoquent également la définition d'un mécanisme, soulignant de ce fait la *mécanique* interne du *moteur* de recherche. Ce que Fontcuberta (2006) appelle des « bruits d'archives », en parlant des défauts de correspondances entre les résultats et

⁴³ Le moteur de recherche de Google est d'ailleurs exemplaire de cette transformation qui permet son insertion dans d'autres contextes lorsqu'on considère le passage du nom d'un moteur de recherche à un verbe, « googler », dorénavant utilisé pour parler de l'action de chercher. D'un point de vue plus technique, on peut également observer l'inclusion de la boîte blanche de Google sur plusieurs autres sites afin d'illustrer cette réutilisation d'un assemblage complexe d'une telle cohésion qu'il apparaît toujours *comme une seule pièce* dans plusieurs contextes.

les mots-clés utilisés dans les *Googlegrams*, nous l’associons aux cliquetis d’une boîte noire similaire à un moteur mécanique traditionnel qui se faille. La boîte noire de la recherche qui semblait pourtant bien scellée laisse apparaître de petites ouvertures, des failles que ces œuvres mettent en images et auxquelles nous pouvons nous agripper afin de l’ouvrir un peu plus pour y voir plus clair.

En premier lieu, la matrice algorithmique de Google, le PageRank, sur laquelle a été construite sa réputation, doit être décrite. Les grandes lignes de sa structure ont d’abord été publiées dans un essai universitaire rédigé par les fondateurs de Google, Sergey Brin et Larry Page, lorsqu’ils étaient encore étudiants à l’Université Stanford en 1998, s’intitulant « The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine ». Brièvement, il s’agit d’un système qui hiérarchise les sites web en ordre d’« importance » selon le nombre d’hyperliens qui pointent vers eux de façon à calculer leur popularité. Cette popularité accordée par les pairs (par les producteurs de contenu plutôt que par les internautes) est un calcul d’autorité et de pertinence inspiré du concept de comité de lecture scientifique (*peer-review*). Le PageRank tente d’appliquer au web l’essence de l’ambition du projet d’Eugene Garfield et de son *Science Citation Index*, un calcul de légitimation qui cherchait à « représenter la science par le tissu de ses citations » (Cardon 2013b : 68, emphase dans l’original). Ce système établit l’influence ou l’autorité d’un article ou d’un auteur en fonction du nombre de fois où il a été cité. Avant le PageRank, les moteurs de recherche hiérarchisaient l’information surtout selon le niveau de concordance avec les mots-clés. Ce nouveau calcul permet l’obtention de résultats beaucoup plus « pertinents » pour les utilisateurs. Pour y arriver, il faut collecter les liens avec un *crawler* qui ratisse le web, pour ensuite les entreposer de façon à tracer un graphe inversé des liens. Comme le formule Dominique Cardon (2013b), il s’agit d’une forme de sociométrie et de scientométrie appliquées afin de produire une « webométrie ». Son calcul de la pertinence considère le web comme un ensemble de relations plutôt que d’objets et adapte le processus de classification à son espace fluctuant.

2.3.1 Les données de l'usage

Il faut également clarifier le fait que les utilisateurs de Google-le-moteur-de-recherche ne sont pas ses clients. Ils sont sa marchandise – à tout le moins leur attention l'est. Les clients de Google-l'entreprise sont les annonceurs publicitaires. Ils achètent les mots-clés de recherche les plus populaires et donc notre attention⁴⁴. Lorsqu'il collecte de l'information pour son index, le moteur de recherche ne puise pas seulement dans le contenu du web pour constituer sa base de données, il enregistre aussi les usages, c'est-à-dire l'historique de mots-clés utilisés pour faire des recherches. Des « biscuits » ou « témoins de connexion » (*cookies*) sont également installés par défaut dans nos navigateurs web afin de pouvoir tracer les chemins que nous empruntons dans le cyberspace et chacun de nos clics sur les hyperliens. Ce travail de profilage invasif contribue à l'accumulation de données liées qui nourrissent les algorithmes du moteur de recherche. En ce sens, nous sommes aussi des données de la base et nous participons au modelage de l'information (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 169).

Plusieurs des utilisateurs de Google savent qu'il conserve en mémoire toutes les recherches effectuées, même s'ils ont souvent de la difficulté à en imaginer l'ampleur et la précision⁴⁵. Battelle a qualifié ces agrégats de données collectées de « *Database of Intentions* » dans *The Search* (2005) puisqu'il s'agit en fait d'une base de données qui porte en elle l'historique des envies. Ainsi renseigné, le moteur de recherche accède à une sorte de pouvoir oraculaire en ayant connaissance de ce que des millions d'internautes *désirent*. L'anonymat que procure la relation à une machine permet effectivement aux utilisateurs de chercher à propos de tous les sujets qui leur traversent l'esprit, peu importe leur nature. Le moteur de recherche participe ainsi à la construction d'un monde où les faits et les désirs s'amalgament (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 16). Depuis l'arrivée de Google Instant en 2010, le passé semble se transformer en futur lorsque ses algorithmes prédictifs permettent de suggérer automatiquement les termes d'une recherche pendant que l'usager tape sa requête dans la petite boîte blanche (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 22).

⁴⁴ Les résultats publicitaires apparaissent ensuite dans les listes de résultats en étant toutefois différenciés par un encadré. Seuls 38 % des utilisateurs du moteur de recherche soutiennent savoir faire la différence entre les résultats organiques et les résultats publicitaires de la liste (Ippolita 2011 : 60). Plusieurs internautes ne connaissent pas non plus les outils de recherche ou ne prennent pas le temps d'utiliser ne serait-ce que la fonction de recherche avancée. Pour le collectif Ippolita (2011 : 13), l'alphabétisation et la critique des outils de gestion de la connaissance sont une « urgence sociale ».

⁴⁵ Pour plus d'information sur la collecte de données sur les individus, voir l'histoire de la fuite des historiques de recherche d'AOL en 2006 et comment le *New York Times* a pu retrouver l'un des utilisateurs selon la liste de ses requêtes dans l'article intitulé « A Face Is Exposed for AOL Searcher No. 4417749 » (Barbaro et Zeller 2006).

Le développement de ces algorithmes prévisionnels travaille donc à rendre les usages de la recherche prévisibles. Il semble également possible que « [l']imagination, façonnée par l'information ainsi consommée, prédétermine en retour ce que nous cherchons » (Becker 2009 : 170, trad. libre). Les chercheurs web, satisfaits des propositions qui leur semblent pertinentes, cliquent docilement sur celles-ci et augmentent de cette façon leur poids dans le classement. Les internautes utilisant le moteur ressentent également une forme de connexion mondiale grâce à une synthèse du désir collectif proposée à chaque saisie (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 184). Ce n'est toutefois pas parce que l'expérience de la recherche est collective et qu'elle se déroule dans le web collectivement composé qu'elle se transforme en connectivité émancipatrice ; elle facilite aussi les procédures de profilage.

Les diverses activités de surveillance numériques ont sensiblement augmenté depuis le 11 septembre 2001. L'agrégation de données sur les individus aurait mené à maintes incarcérations de terroristes, présumés ou non. Le *USA Patriot Act*, un acronyme pour ce qui serait en français la « Loi pour unir et renforcer l'Amérique en fournissant les outils appropriés pour déceler et contrer le terrorisme »⁴⁶, est une loi antiterroriste qui autorise la réclamation de données collectées par des entités comme Google sans en informer la personne concernée. Une fois divulguées au gouvernement américain⁴⁷, ces données permettent de dresser un portrait précis des « intentions » d'un individu à l'aide de ces outils de profilage exemplaires. En plus des débats entourant les pratiques de torture après le 11 septembre que rappellent les *Googlegrams* d'Abu Ghraib, cela démontre comment les conflits militaires contemporains sont axés sur l'obtention d'information. En fait, la guerre contre le terrorisme, malgré son origine vindicative, semble être surtout une guerre contre le futur, contre des complots terroristes, contre des « intentions » qui peuvent se retrouver dans les « bases de données d'intentions » de Google. Comme McLuhan (1989) l'avait prédit, la connectivité du présumé village global produit effectivement de graves problèmes identitaires et politiques.

⁴⁶ « Uniting and Strengthening America by Providing Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism. » Le texte de loi est disponible en ligne au <http://www.americanlaw.com/patriotact.html>, consulté le 4 janvier 2014.

⁴⁷ Sur sa page intitulée « Transparence des informations », Google rapporte qu'il a reçu plus de 21 000 demandes d'information sur les utilisateurs de la part d'organismes chargés de l'application de la loi de juillet à décembre 2012 seulement. Accessible en ligne au <http://www.google.com/transparencyreport/userdatarequests/countries/?t=table>, consulté le 4 janvier 2014.

2.4 Assemblages idéologiques

Les algorithmes de recherche agissent sur l'ordonnement des contenus et définissent les conditions de l'accès à l'information dans le cyberspace. Ils canalisent les flux de données du web et organisent le champ des possibilités pour chaque requête. Ils opèrent une série de traductions sur les contenus web afin de les rendre accessibles. Ils sont pourtant généralement perçus comme étant seulement des outils efficaces et pratiques, passant souvent pour des propositions politiquement neutres. « Comme si l'efficacité et la commodité n'étaient pas *les* méta-idéologies de la conjoncture consumériste et technicisée contemporaine » (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 5, trad. libre). Les séries de calculs qui travaillent derrière l'interface négocient la tension qui persiste entre l'exhaustivité de l'index (la quantité d'information à rendre accessible) et la qualité, c'est-à-dire la sélection opérée afin d'éviter d'être submergé. Puisqu'ils effectuent des actions de l'ordre de l'interprétation sur tout un réseau d'information, les algorithmes sont des actants de premier ordre dans la boîte noire de la recherche. Comme le formule Cardon (2013a : 17, emphase dans l'original), ils sont des « objets techniques » promulguant « des principes et des valeurs qui en font des *artefacts cognitifs* chargés d'opérer des traitements et des choix, d'autoriser et d'interdire, de classer et d'orienter ». Le moteur de recherche ne produit pas de contenu, mis à part sa liste de résultats, mais il *oriente* les usagers vers les contenus. En tant que média de navigation (*navigational media*), il met en place un effet de gouvernance subtil. En fait, « [p]our chaque requête des internautes, il décide de ce qui est pertinent, important et vrai » (Cardon 2013a : 12).

Dans la supposée démocratie du PageRank, les hyperliens agissent comme des votes, mais les votes n'ont toutefois pas tous le même poids. Ce système méritocratique accorde plus de pouvoir, dans le calcul, aux liens provenant d'une page identifiée comme étant plus importante par Google, selon divers critères comme le PageRank, mais aussi la vitesse de chargement. La quatrième affirmation des « Dix repères clés » de Google (« *Ten Things Google Know to be True* ») soutient d'ailleurs que « [l]a démocratie fonctionne sur le web »⁴⁸. En phase avec un « internet-centrisme » (Morozov 2012), Google se donne pour mission l'implantation d'une démocratie dans le cyberspace, qui se fonde sur l'accès, et dont l'usage permettrait la mise en place d'un régime démocratique dans le monde réel. C'est d'ailleurs avec cet argument que le moteur de recherche est entré sur le marché chinois, avec l'espoir de « libérer » le peuple par

⁴⁸ Accessible en ligne au <http://www.google.fr/about/company/philosophy/>, consulté le 2 janvier 2014.

l'accès à l'information⁴⁹. Le processus de mise en ordre du PageRank encode pourtant un jugement de valeur sur chaque lien émis, voire un jugement sur le web en entier en jugeant le poids des sites, ce qui permet à Cardon (2013b : 63) de qualifier cet algorithme de « machine morale ». Parce que l'entreprise « défend une conception méritocratique du lien, elle est de plus en plus invitée à porter un jugement substantiel sur la nature des vraies et des fausses citations. En devenant le législateur et le policier des écritures du web, Google ne cesse de perdre sa position d'extériorité » (Cardon 2013b : 87)⁵⁰. Selon Cardon (2011 : 194), le moteur de recherche web nous a fait passer d'une forme d'« *éditorialisation* » des contenus vers une « *autorité algorithmique* ».

Certes, la diffusion de l'information a toujours été contrôlée par différentes instances de pouvoir qui éditaient les contenus *a priori*, mais Google a transformé la légitimité de l'information en un calcul de popularité. Ainsi, une page qui reflète bien les opinions de la majorité sur le sujet demandé apparaîtra toujours bien avant les autres. C'est ce qu'Alejandro Diaz, dans « Through the Google Goggles: Sociopolitical Bias in Search Engine Design » (2008), appelle un biais antidélibératif puisque les opinions qui divergent tendent à être enfouies sous la masse de résultats. Les algorithmes comme le PageRank et ceux qui agrègent les historiques de recherches et de clics contribuent à effacer la plupart des controverses et des remises en question. En tentant d'atteindre l'idéal d'un média « démocratique » automatisé, le moteur de recherche de Google va à l'encontre d'une démocratie délibérative. Qui plus est, la popularité des sites est souvent maintenue par leur positionnement tout en haut des listes de résultats de recherche, enclenchant ainsi un cercle vertueux qui encourage la popularité par la visibilité et ainsi de suite. En ajoutant au PageRank l'algorithme calculant l'historique des requêtes web des utilisateurs, le moteur de recherche de Google arrive donc à illustrer, par ses listes de résultats, ce qui est le plus *communément* cherché (Diaz 2008 ; Hillis, Petit et Jarret 2012). Un peu comme les diverses tesselles qui forment les *Googlegrams* sont assemblées de façon à suivre le dessin d'une matrice

⁴⁹ Cette promotion de la démocratie mondiale n'est pas sans rappeler les objectifs politiques du gouvernement américain lors de l'invasion de l'Irak. Hillary Clinton a également déclaré en 2010 que la liberté d'information rend possible l'instauration de la paix et que de mettre des outils technologiques entre les mains de tous permettrait le développement de la démocratie et des droits humains au niveau mondial (Morozov 2012 : 33).

⁵⁰ Cardon (2013b : 70) précise que « la présupposition de *neutralité* implique [...] une revendication complémentaire d'*invisibilité*, afin de ne pas troubler le monde dont elle capture les agissements ».

reconnaissable, la diversité des données collectées par Google sert finalement à suivre le dessin tracé par le plus grand nombre⁵¹.

Le web semble également moins hostile depuis que l'interface épurée de Google parvient à répondre à nos requêtes sans présenter des résultats remplis de « spams » et de pornographie comme l'ont expérimenté les internautes des premières années. À travers le moteur de recherche, le cyberspace est stabilisé en une liste de résultats linéaire dont la pertinence est calculée « scientifiquement ». Selon Google, la popularité équivaut à l'indice d'utilité de l'information et donc à sa pertinence. Pourtant, lorsqu'on se reporte à son étude de l'entropie par la cybernétique, Wiener démontre clairement que « *plus le message est probable, moins il fournit d'information*. Les clichés ou les lieux communs, par exemple, éclairent moins que les grands poèmes » (Weiner 1971 : 53, emphase dans l'original). Il ne s'agit donc pas pour le moteur de recherche de fournir de la connaissance « éclairante », mais de construire la vérité, à tout le moins la pertinence d'un énoncé, à travers un processus de rétroaction et de consensus présenté comme de la démocratie directe. Cette méthode illustre ce que Cardon (2013a : 11) appelle « la “force sans force” de l'accord de tous ». Cette standardisation de l'information va à l'encontre du processus nécessitant une série de désaccords et de débats afin de construire des propositions valables, favorisant ainsi le consensus aux dépens des dissensus. Prétendre à l'automatisation de la démocratie, c'est également reléguer le débat politique à un assemblage technique et mathématique. Cette conception techno-utopique est inévitablement dommageable pour l'espace public lorsqu'il est considéré comme un espace de débat⁵².

Les *Googlegrams* auraient expressément été produits par Fontcuberta afin de critiquer l'illusion de connectivité universelle que procure le web. Les idéaux d'universalité, de proximité et d'échange sous-tendent fréquemment la conception d'internet⁵³. Ils font écho au village global imaginé par McLuhan dès les années 1960 devant l'émergence des nouvelles technologies électriques. Cette vision d'un village global est une métaphore de la proximité par la connexion qui pose McLuhan en prophète dans plusieurs discours techno-utopistes portant sur le potentiel

⁵¹ Il s'agit d'un processus similaire à celui décrit pour l'iconisation, qui tend à aplanir l'hétérogénéité sous-jacente de l'image devenue icône.

⁵² Selon Vaidhyanathan (2011), Google nourrit l'« échec public » (*public failure*) qu'engendre la logique néolibérale en remplissant entièrement et efficacement un champ de la sphère publique de façon à ce qu'il soit devenu impossible pour les institutions publiques de s'occuper de l'organisation et de l'accès à l'information en ligne.

⁵³ L'unification par la connexion est au cœur de maints projets d'archives universelles antérieurs à Internet tels le « World Brain » de H.G. Wells (1938) qui avançait l'idée d'un esprit unifié entraînant la paix mondiale.

émancipateur du Net⁵⁴. Cette notion aux allures unificatrices signale pourtant mal les dissensions constantes qu'une telle connexité en vient à produire. Le village global de McLuhan n'a rien d'une utopie tranquille. Les outils du web supposément émancipateur, voire pacificateur, sont aujourd'hui également maîtrisés par les membres d'organisations terroristes, par exemple. L'univers mondialisé du début des années 2000 dans lequel se déroule la guerre contre la terreur et le développement des technologies numériques, qui permettent en outre la diffusion de photographies d'atrocités, présentent un aperçu convaincant de l'instabilité et de la violence que peut causer une telle échelle de connexion.

Avec Google, c'est probablement la première fois qu'une compagnie présente comme son objectif la connexion de tous les esprits à toute l'information. En effet, la mission de Google est clairement établie comme étant celle d'« organiser les informations à l'échelle mondiale dans le but de les rendre [universellement] accessibles et utiles à tous »⁵⁵. Ce n'est donc pas surprenant que Fontcuberta ait utilisé Google dans la production de ses œuvres photomosaïques afin de commenter, en images, l'expérience de la connexion au web. Qui plus est, la devise non-officielle de l'entreprise, « *Don't be evil* », et ses « Dix repères clés » rappelant les dix commandements encouragent très certainement l'idolâtrie qui entoure Google⁵⁶. Eric Schmit, ancien PDG de Google, est aussi fréquemment cité pour avoir soutenu que l'objectif de l'entreprise est de changer le monde (« *Our goal is to change the world* »). Clay Shirky (cité dans Morozov 2012 : 21, trad. libre) va plus loin encore en soutenant que « ce que [Google] exporte n'est pas un produit ou un service, c'est la liberté ». En phase avec une vision cyber-utopiste, Google souhaite effectivement être la compagnie qui, grâce à internet, permettra l'implantation d'une certaine forme de village global informationnel libérateur.

⁵⁴ Dans son article « Texting Toward Utopia. Does The Internet Spead Democracy? » (2009), Evgeny Morozov cite le techno-utopisme des présidents américains. Ronald Reagan aurait dit en 1969 : « Le Goliath du totalitarisme sera défait par le David de la micropuce » et George W. Bush en 1999 : « Imaginez si l'internet prenait racine en Chine. Imaginez comment la liberté pourrait se répandre » (en ligne, trad. libre).

⁵⁵ La version originale anglaise de la mission se lit comme suit : « Google's mission is to organize the world's information and make it universally accessible and useful. »

⁵⁶ La comparaison entre Google et une force religieuse, divine ou métaphysique a déjà fréquemment été formulée entre autres dans les travaux de Siva Vaidhyanathan dans *The Googlization of Everything* (2011), de Hillis, Petit et Jarret dans *Google and the Culture of Search* (2012) et d'Ippolita dans *Le côté obscur de Google* (2011). Plus encore, le site « Church of Google » (accessible au <http://www.churchofgoogle.org>, consulté le 10 janvier 2014) propose le Googlism comme religion en soutenant que Google est ce qui se rapproche le plus de l'idée d'un Dieu, tout en étant scientifiquement vérifiable. Fondé par le canadien Matt McPherson, le site de l'église est certes humoristique, mais les googlistes y présentent neuf preuves de ce qu'ils avancent. Ils citent par exemple l'omniprésence de Google et sa capacité à répondre aux prières.

Google naît d'un contexte idéologique protechnologique à tendance antiétatique qui teinte son mécanisme. Ce contexte ressemble à ce qui est souvent décrit comme l'idéologie californienne que critiquent Richard Barbrook et Andy Cameron dès 1995. Dans leur article, ils la dépeignent comme un amalgame de la culture bohème de San Francisco et de la haute technologie de Silicon Valley, de la « Nouvelle Gauche » et de la « Nouvelle Droite », unies par une croyance dans le pouvoir émancipateur des technologies de l'information et nourries par la notion de village global de McLuhan. En ressortent des visions utopiques contradictoires, entre l'agora électronique anticorporatiste et le libre marché électronique libertarien. Selon Barbrook et Cameron, il s'agit d'une idéologie à l'optimisme infectieux qui se répand comme un idéal de société aveugle aux divisions de classes et d'aptitudes informatiques. Tel que conçu par l'idéologie californienne, l'une des plus grandes promesses du web émancipateur est l'accès direct et individuel à l'information, sans le formatage et l'influence modératrice des *gatekeepers* (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 69). Google se développe dans cette croyance en un déterminisme technologique libérateur cyber-utopique, militant à la fois pour la dérégulation du web par l'État et contre les pratiques corporatives « mauvaises » auxquelles il associe Microsoft⁵⁷.

Pourtant, comme le web tel qu'on y accède par l'entremise de Google est remédié par l'indexation et le classement algorithmique, on ne peut pas simplement avoir accès à l'information sans transformation. Le codage des algorithmes reflète inévitablement les croyances des programmeurs. Le code produit certains effets idéologiques sur le contenu et la consommation du contenu du web, mais le code des algorithmes est lui-même un effet idéologique (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 21). Il est le résultat de cette croyance en un « solutionnisme technologique » (Morozov 2013) découlant de l'immédiateté de la connexion internet. Le concept de pertinence encodé dans les algorithmes affecte la manière dont nous entrons en contact avec la connaissance et comment nous comprenons le monde qui nous entoure, en ligne ou en dehors. Si nous croyons que tout ce qu'il est possible de connaître est sur le web, ce que le moteur de recherche nous renvoie *est* ce qui importe. Cette liste de résultats nous est pourtant livrée à travers le prisme culturel de Google-l'entreprise et des programmeurs qu'il emploie. Autrement dit, les résultats de recherche réfractent plus qu'ils ne reflètent ce que nous croyons pertinent (Vaidhyathan 2011 : 7).

⁵⁷ Leur devise « *Don't be evil* » ferait d'ailleurs référence au « Mal » corporatif que Google associe aux pratiques de Microsoft (Vaidhyathan 2011 ; Hillis, Petit et Jarret 2012 ; Ippolita 2011).

Le mode d'accès à l'information via les algorithmes de Google modèle nos comportements en ligne et instaure une manière d'expérimenter le web. Jean-Noël Jeanneney (2007 : 46) va jusqu'à proposer l'élaboration d'un moteur de recherche européen qui conviendrait à une vision du monde différente de l'idéologie californienne. Avec l'usage du terme « *googlization* », Vaidhyathan (2011 : 109) milite quant à lui contre un impérialisme structurel plus que culturel. Pour lui, l'impérialisme de Google se situe dans le système de canalisations et de protocoles de la formation et de la consommation de la culture plus que dans le contenu des produits culturels. De façon similaire à la célèbre expression de McLuhan qui soutient que « le médium est le message », les modalités d'accès et d'utilisation des contenus semblent être ce qui compte dans la consommation du web. Il faut souligner la force de cette uniformisation du mode d'accès puisque l'organisation de la navigation gouvernée par Google, malgré sa mission « honorable » visant à rendre l'information accessible, tend de plus en plus à « privilégier la consommation avant l'exploration, le magasinage avant l'apprentissage, la distraction avant la perturbation » (Vaidhyathan 2011 : 12, trad. libre). Il s'agit d'un point de vue pacificateur et tout à fait marchand où la pertinence de l'information correspond également à l'adaptation de l'offre à la demande (Cassin 2007 : 106).

Outre l'idéologie qu'il encode dans ses algorithmes, le moteur de recherche est un immense système de rétroaction entre le web, les utilisateurs et la machine. Il se constitue également d'algorithmes qui personnalisent les résultats selon notre position géographique et notre historique de recherche et de navigation. Ces paramètres prennent de plus en plus de place dans la sélection des résultats. Ces boucles rétroactives viennent resserrer les mailles du réseau et soutenir le fonctionnement de la recherche et de sa personnalisation. Cette logique de rétroaction participe ainsi à ce qu'on appelle l'« individualisation générique » de l'information. En conséquence, les algorithmes qui sélectionnent les résultats pertinents selon leur popularité et nos propres historiques de recherche limitent souvent les résultats à ce qui se rapproche de ce qu'on connaît déjà. Les filtres ainsi codés empêchent de plus en plus les chercheurs d'être confrontés à une forme d'altérité radicale ou ne serait-ce que de l'inattendu ou de l'inconnu (Vaidhyathan 2011 : 182-183). Ils tendent plutôt à renforcer les intérêts et les opinions préexistants,

fragmentant le paysage culturel commun⁵⁸. Entre l'information la plus commune pour tous et la plus proche de soi, ce processus incarne bien la tension entre individualisation et connexion qui sous-tend internet.

En fait, les algorithmes sont des « cascades de représentants successifs » (Latour 1989 : 382) dans le processus de la recherche web. Ces propositions algorithmiques viennent soutenir la « véracité » ou la pertinence des résultats et ne fonctionnent que lorsque les utilisateurs relayent l'activité de recherche le plus souvent possible. Ceci est également caractéristique de la boîte noire : « [p]lus [elle] est automatique, plus elle est noire, plus elle doit être *accompagnée* par un grand nombre de gens disciplinés » (Latour 1989 : 224, emphase dans l'original). Plutôt qu'un code numérique disciplinaire strict comme celui dont parle Lawrence Lessig dans « Code is Law » (2000), les algorithmes flexibles de Google exercent une forme de contrôle qui encourage la mobilité et travaillent surtout à la prédiction et au façonnement des comportements⁵⁹. La vastitude des choix qui sont livrés dans les résultats donne pourtant l'impression aux internautes d'être libres de choisir sans se faire imposer la moindre vision du monde.

De même, la possibilité d'interrompre la surveillance en ajustant les réglages de confidentialité procure l'impression de contrôler cette collecte de données⁶⁰. Pourtant, couper les liens d'une portion du réseau d'associations qui permet la personnalisation de l'information en annulant la collecte par défaut rend littéralement les résultats de recherche moins « pertinents » : ils perdent en réalité. Avec le moteur de recherche, nous ajoutons effectivement et visiblement de la réalité et de la vérité aux propositions en nous y soumettant (Latour 1991 : 103). Puisqu'éteindre le système de surveillance de Google équivaut à une diminution de son efficacité,

⁵⁸ Dans *Republic.com 2.0* (2009), Cass R. Sustain prévient des dangers de la formation de « cocons informationnels » et qualifie de « cybercascades » les effets du développement de ces résultats personnalisés, s'éloignant les uns des autres en évitant les confrontations. La personnalisation accrue des résultats de recherche permet également à Google de reporter la responsabilité des résultats obtenus sur les internautes et les producteurs de contenu. Google se déresponsabilise complètement de la représentation qu'il fait du web (par ses listes de résultats) face au contenu représenté et à qui cela s'adresse. Les conditions d'utilisation du moteur de recherche énoncent ces clauses de non-responsabilité très clairement.

⁵⁹ Le pouvoir disciplinaire de Google est plus évident lorsqu'il est exercé sur les producteurs de contenu qui, en cherchant à faire apparaître leur site dans l'index googlien et à se hisser dans les premières pages de résultats, se soumettent aux critères préétablis par le moteur de recherche. Si les webmasters utilisent des techniques non-approuvées afin d'optimiser le classement des sites dans les moteurs de recherche, ils sont bannis de l'index. Voir à ce propos les explications de Theo Röhle (2009: 117-132).

⁶⁰ Selon Vaidhyathan (2011 : 15, emphase ajoutée), « Google understands the fact that *default settings* can work just as well as coercive technologies ». Il poursuit : « One can only manage one's global electronic profile through Google if one understands how the system works – and that there is a system at all. Google is a system of almost universal surveillance, yet it operates so quietly that at times it's hard to discern » (Vaidhyathan 2011 : 88).

pourquoi se priver de la liberté d'accéder efficacement à l'information ? Pourquoi cesser d'être docile lorsque l'expérience est si harmonieuse ? De telles interrogations rappellent que la pratique artistique de Fontcuberta cherche précisément à remettre en question ce type de systèmes de véridiction. Cela s'illustre non seulement dans l'utilisation qu'il fait de Google pour façonner ses photomosaïques, mais également à travers la mise en place de projets visant à authentifier des fictions scientifiques sur la faune et la flore (*Herbarium*, 1984 ; *Fauna*, 1987), l'exploration spatiale (*Constellations* 1993 ; *Spoutnik*, 1997) et l'archéologie (*Les Hydropithèques*, 2003-2012). Tout comme les *Googlegrams*, ces projets remettent en question la rationalité scientifique ou technique en illustrant la façon dont peuvent se construire les vérités par la propagation de représentations. L'association qu'effectuent les photomosaïques de Fontcuberta entre les photographies d'Abu Ghraib et le système de recherche évoque également le fait que la recherche de ces images dans le web qu'effectuent les internautes avec Google contribue à édifier et à maintenir la réalité et la vérité des images et des actes qu'elles représentent, ainsi qu'à en solidifier le caractère iconique. L'explicitation de cette association que font les *Googlegrams* démontre que le moteur de recherche agit aussi dans le réseau des photographies d'Abu Ghraib.

Notre relation quotidienne à la « machination intelligente » (Latour 1989 : 359) du moteur de recherche mérite donc d'être traitée de façon critique. La gigantesque accumulation d'information produite dans le web et la diversité de ses usages sont devenues les alliées du moteur de recherche plutôt qu'un obstacle aux procédures d'ordonnement du web. L'utilisateur demeure toutefois l'instigateur du processus de recherche puisque c'est lui qui tape les mots-clés. Ceux-ci sont le premier facteur utilisé pour le calcul des résultats pertinents. En évoquant le mieux possible ce que l'utilisateur cherche à trouver en quelques mots, le moteur lui livre l'information sur demande. Et le chercheur s'attend à ce que cela corresponde. La recherche est effectivement de plus en plus considérée comme un service d'utilité publique. Mike Swift (2009, cité dans Hillis, Petit et Jarret 2012 : 5, trad. libre) écrit d'ailleurs à ce propos : « Lorsque vous ouvrez un robinet, vous vous attendez à ce que de l'eau claire en sorte et lorsque vous effectuez une recherche, vous vous attendez à ce que de l'information pertinente en ressorte ».

2.5 Chercher l'image

En 1928, dans *La conquête de l'ubiquité*, Paul Valéry (1928 : 1284-1285) semble déjà prédire l'accès « public » aux images grâce à internet : « Comme l'eau, comme le gaz, comme le courant électrique viennent de loin, dans nos demeures, répondre à nos besoins moyennant un effort quasi nul, ainsi serions-nous alimentés d'images visuelles ou auditives, naissant et s'évanouissant au moindre geste, presque à un signe ». Cette vision futuriste de l'alimentation continue en images est tout à fait apte à illustrer non seulement la présence ubiquiste des images « dématérialisées » sur le web, mais aussi leur *recherche* constante via les outils des moteurs recherche, qui les font venir jusqu'à nous sur demande. Une métaphore similaire d'approvisionnement en images se retrouve dans le texte de Clément Chéroux publié dans le cadre de l'exposition *From Here On* (2011) : « Eau, gaz et images à tous les étages ». La connexion internet est aisément conçue comme un service public et le constant approvisionnement en images l'est également devenu. C'est en partie cette accessibilité universelle et cette pertinence prises pour acquis que Fontcuberta expose en utilisant Google pour chercher les milliers d'images qui construisent ses œuvres. Les requêtes par mots-clés qui ont mené aux images formant les *Googlegrams* mettent non seulement en évidence l'interaction entre l'humain et la machine de recherche, mais aussi l'ambiguïté de la recherche d'images par mots-clés.

Les millions d'images mises en ligne chaque jour renforcent la notion que tout *est* accessible sur le web. Puisque ces images sont recherchées chaque jour, l'indexation qui permet cet accès doit être interrogée. Les internautes utilisent la recherche d'images dans le but de trouver ou de retrouver une image spécifique qu'ils ont en tête ou bien un ensemble d'images qui correspondent à une idée, voire une émotion. Google soutient qu'il s'agit d'effectuer une recherche d'images afin d'« obten[ir] la représentation visuelle de [n]os termes de recherche ». Cela ne peut toutefois pas être si simple. Les « bruits d'archives » des *Googlegrams* qui nous ont encouragé à ouvrir la boîte noire de la recherche web sont en fait des bruits visuels qui représentent des problèmes de concordance entre les mots et les images. Ces défauts sont le bruit d'un disque qui saute dans le flux de l'information délivrée en listes de résultats « pertinents », écorchant la notion de pertinence au passage. Les procédures de repérage textuel et de calcul de l'importance d'une page par rapport à la popularité d'un site sont difficilement applicables à la recherche d'information visuelle.

Malgré les masses d'images qui nous submergent et le tournant pictural ou iconique qui semble animer les pensées philosophique et scientifique actuelles, les données linguistiques sont encore celles qui régissent la vie des images dans le régime numérique. À ce sujet, le blogue informatif de Google indique qu'il priorise habituellement les résultats d'images qui se trouvent sur les sites qui contiennent le plus de texte – ce qu'il considère comme de la contextualisation – de façon à s'assurer de la correspondance entre la requête textuelle et le résultat visuel. Ceci est dû au fait que les robots qui indexent le web, en navigant dans un espace de données – un « *datascape* », pour reprendre l'expression de Fontcuberta –, sont aveugles aux images mises en ligne. Elles ne peuvent être repérées comme telles que grâce à leurs extensions de fichier, de l'ordre de « .jpg » par exemple. Les utilisateurs sont donc fréquemment confrontés à ce qui ne concorde pas entre les mots et les images lorsqu'ils utilisent le moteur de recherche pour trouver des documents iconiques⁶¹.

Les images ne sont souvent qu'un élément d'information parmi tant d'autres sur une page, ce qui fait qu'elles ne sont pas aussi bien indexées par les producteurs de contenu que la page sur laquelle elles se trouvent et donc plus difficilement indexables par les moteurs de recherche. L'indexation est une opération qui consiste « à analyser le contenu d'un document et de le transcrire dans un langage documentaire » afin de « normaliser la codification du contenu [et] faciliter la recherche du document » pour l'utilisateur (Segonds 2009 : 37). Comme l'indique Bruno Bachimont (1998 : 235) dans son article sur les bibliothèques numériques audiovisuelles, « si le texte "*est sa propre indexation*", la mémoire audiovisuelle reste muette sans traitement documentaire ». Dans le « web des documents » (Cardon 2010), le matériel visuel pose un niveau de difficulté accru pour la « machine à concordances » (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 166, en parlant de Google Books) du cybermoteur. Contrairement au texte qui vient toujours, en soi, avec des symboles linguistiques prédéfinis, des espaces blancs et de la ponctuation dans une séquence prévisible, l'analyse d'une image doit tenir compte de beaucoup plus de variables. Mis à part quelques images graphiques standardisées comme les logos d'entreprises célèbres, il est effectivement difficile d'identifier automatiquement l'infinité de combinaisons possibles des

⁶¹ Comme dans la recherche textuelle, les synonymes sont souvent ce qui peut engendrer des discordances entre la requête et les résultats. Une discordance plus grande encore apparaît alors que les mots qui se trouvent sur la page entourant l'image ne se rapportent pas directement à celle-ci ou la désignant *en d'autres mots*.

caractéristiques formelles d'une image⁶². Étant donné qu'elle n'est pas aussi « naturellement » indexable que le texte, il semble falloir sans cesse lui ajouter quelque chose. Afin de rendre les images repérables dans un univers de données mathématiques et textuelles comme celui du web et des calculs du moteur de recherche, on doit trouver les mots pour les images. Le raisonnement linguistique que préconise le moteur de recherche rend problématique l'automatisation de l'accès aux documents iconiques. À chaque requête d'images, nous sommes contraints de relier le monde du visible à celui du lisible si nous souhaitons trouver ou retrouver des images dans le web. Toutefois, comme Foucault (2008 : 25) l'écrit dans *Les mots et les choses* en 1966, « on a beau dire ce qu'on voit, ce qu'on voit ne loge jamais dans ce qu'on dit ». Ce constat nous fait supposer que la boîte noire de la recherche d'images est possiblement moins bien scellée que sa contrepartie textuelle.

La multiplicité de sens des images manque d'intelligibilité pour la machine de recherche qui fonctionne en mode linguistique et cette résistance de l'iconique au logos est au centre des théorisations du tournant iconique ou pictural (Mitchell 1994 : 28). Multiples et difficiles à capturer dans une organisation linguistiquement déterminée, les images « affirment, face au marmonnement incessant des discours et au bruit des débats, l'étrangeté qui les habite, leur dense mutisme et leur évidente plénitude » (Boehm 2008 [2004] : para. 33). Tenter de les cerner avec quelques mots dans le processus de recherche web, c'est méconnaître les possibilités de l'image. L'image est vectrice de sens si nombreux que cette association équivaut habituellement à la réduire outrageusement. La versatilité des éléments hétérogènes assemblés qui composent une image en font un univers sémantique ouvert. Considérant cette impossible monosémie de l'image, les mots fixent et restreignent le déploiement infini des significations de l'image, sa « [p]olysémie inépuisable » (Debray 1992 : 79). Il a été dit dans le premier chapitre que l'utilisation d'une chaîne de mots-clés dans les *Googlegrams* permet d'ouvrir le sens d'une image devenue iconique et de déployer ses différents niveaux. En fait, ce sont surtout les résultats d'images obtenus grâce au moteur de recherche qui permettent cette démultiplication du réseau de sens de chacun des mots employés. Debray aborde cette profondeur de sens que possède une image par rapport aux mots : « Une chaîne de mots a un sens, une séquence d'images en a mille.

⁶² La difficulté avec laquelle fonctionne l'application *Google Goggles* en est un bel exemple. Cette application lance une recherche par images à partir d'une photographie prise avec son téléphone intelligent et cherche à identifier le sujet capté. Les résultats obtenus sont, pour la plupart, tout à fait farfelus.

Un mot-valise peut avoir double ou triple fond, mais ses ambivalences sont repérables dans un dictionnaire, exhaustivement dénombrables : on peut aller au bout de l'énigme » (Debray 1992 : 79). L'énigme de l'image est effectivement souvent bien plus dense et ses couches de sens sont rarement fixes et dénombrables. Si le fait d'accoler plusieurs chaînes de mots aux images lors de la mise en ligne pourrait permettre de mieux définir leur multiplicité, les robots indexeurs, alertes aux procédures abusives, considèrent plutôt ce procédé comme du spam⁶³. Les diffuseurs d'images ne doivent pas trop en faire pour rendre leurs contenus repérables puisque c'est le moteur qui est en charge du classement. De tels écueils dans la relation de l'image au moteur de recherche illustrent bien la problématique de l'accès au visuel par le textuel dans le web.

2.5.1 Une image, des mots et des images

Dans les *Googlegrams*, les images-tesselles sont renvoyées par les mots et les mots sont induits par l'image-source. Une série de renvois entre les mots et les images les installent dans un ensemble de relations signifiantes dans lequel le vocable et le moteur de recherche sont les actants d'un réseau principalement constitué d'images. Dans la production de ces œuvres, les mots-clés induits par la matrice photographique laissent ensuite place aux tesselles des résultats d'images. Les œuvres ainsi constituées instaurent une forme d'interdépendance entre les mots et les images plutôt qu'une dépendance des images ne servant qu'à illustrer les mots. Les photomosaïques de Fontcuberta incarnent également une forme de composite pouvant s'apparenter à la notion d'« imagetexte » proposée par W.J.T. Mitchell dans *Picture Theory*. Ce terme lui sert à explorer les relations entre les textes et les images, qu'elles soient conflictuelles ou harmonieuses. Orthographié sans trait d'union, ce terme est surtout utilisé pour qualifier les objets composites qui font coexister le texte et l'image. Il désigne en exemple l'ekphrasis, les poèmes illustrés de William Blake, des œuvres d'art qui interrogent leur relation au texte, ainsi que des essais photographiques. Plus visuels que la plupart de ces exemples d'« imagetextes » analysés par Mitchell, les *Googlegrams* indiquent tout de même l'inévitable hétérogénéité médiale de l'image numérique en ligne puisqu'il faut passer par les mots pour obtenir des images. Soulignons également un détail de ces œuvres qui est autrement éloquent à ce sujet. Dans les

⁶³ La page informative de Google portant sur l'indexation des images par les webmasters propose de limiter le nombre de mots associés à une image sinon elles seront considérées comme des objets abusivement indexés et ignorées par le robot indexeur.

tesselles formant les zones claires des photomosaïques, la plupart des éléments ne sont pas des photographies, mais plutôt des pages de texte. Le texte y est considéré comme une image (voir les détails de fig. 3.3). La blancheur de ces objets visuels les fait s'accorder à la valeur chromatique des zones définies par le logiciel de photomosaïque. Pourtant, il s'agit d'une recherche d'*images* et non de pages de livres dans Google Books. Ces pages sont donc probablement des versions de textes numérisées en format image, en JPEG par exemple. Cela demeure toutefois une page de texte, même s'il s'agit *aussi* d'une image, l'image du langage, peu importe le format de son fichier numérique. Suivant la logique d'un tournant iconique, ce détail fait s'inverser la lecture d'une image comme un texte pour voir plutôt les textes comme des images.

Pour Mitchell, il y a eu plus d'un tournant pictural dans l'histoire et pour Boehm (2008 [2004]), « le linguistique verse logiquement dans l'iconique ». Selon Boehm, le tournant iconique cherche à dépasser les capacités du langage dans l'élaboration d'une pensée philosophique pour aller au-delà, jusque dans l'image. Ce tournant s'effectue donc dans le même sens que le tournant linguistique, mais mène toutefois en des lieux différents. En effet, le terme « tournant » semble se référer à quelque chose de circulaire, mais d'étagé, un peu comme le sont les rainures d'une vis. Bernd Stiegler (2008 : para. 2) présente d'ailleurs ce tournant iconique comme s'il se faisait effectivement autour d'une « vis théorique ». Cela s'illustre également dans le « feuilletage » des *Googlegrams* : on y passe de l'image aux mots pour revenir aux images. L'iconique est prépondérant, mais le linguistique des mots-clés occupe une partie de la trajectoire à la fois circulaire et étagée des œuvres. L'image-source, « unique » et iconique, est associée à quelques mots qui, une fois soumis à la recherche et au logiciel de mosaïque, traduisent à la fois l'image et ces mots en une dizaine de milliers d'images. Ce passage effectué entre les modes de représentation verbaux et visuels opère un détour intermédial démultiplicateur dans les œuvres. Les mots sont à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de l'image ; ils sont devant la matrice et sous les tesselles. De plus, en nous attardant à la fois sur les images qui s'assemblent dans ces photomosaïques et sur leur recherche dans le web, il est possible de rendre visibles certains des éléments liés qui travaillent à construire la notion de pertinence pour Google.

Le *Googlegram* de l'homme en laisse utilise comme mots-clés des noms qui se réfèrent à des

personnes bien précises et le moteur de recherche est un peu plus apte à trouver des photographies représentant précisément ces sujets, surtout lorsque ceux-ci ont été mêlés à un événement fortement médiatisé et hautement photographique. Les personnes directement impliquées dans les photos qui ont nourri le scandale d'Abu Ghraib sont toutefois pour la plupart représentées dans maintes circonstances en dehors des actes de torture ou de la prison en question. Même une recherche d'images effectuée aujourd'hui avec le nom de « Lynndie England » ne renvoie que peu des images hyperreproduites de la prison comme celle du détenu en laisse. Cela est probablement dû au fait que le moteur de recherche cherche habituellement à éviter les résultats répétitifs et démontre que la recherche d'images présente un paysage potentiellement plus diversifié. Cela relève peut-être aussi d'une opération de pacification du web mise en place par Google, en diminuant le nombre de résultats d'images liés au scandale de la prison d'Abu Ghraib lorsque les termes de recherche ne demandent pas explicitement ces images⁶⁴. Cette diversité dans les résultats montre toutefois que l'indétermination de l'image et l'ambiguïté de sa relation aux mots permettent encore un peu de « sérendipité » ou de « fortuité » dans l'expérience du cyberspace, même à travers le moteur de recherche. Il est encore possible d'expérimenter un peu de ce processus, caractéristique du web des débuts, par lequel on en vient à faire des découvertes de façon accidentelle ou inattendue, souvent en cherchant autre chose (Van Andel et Bourcier 2009).

Les mots-clés utilisés pour *Googlegram: Crucifixion* reprenant l'homme cagoulé, (« sacrifice », « martyr », « torment », « torture », « sufferance », « flagellation », « scaffold », « execution », « crucifixion », « eccehomo » et « redemption »), n'indiquent pas un référent précis qui serait textuellement identifié sur la page où peuvent être repérées les images. Les résultats peuvent alors varier grandement sur l'éventail des possibilités de sens de chaque mot. Les images obtenues pour des termes plus abstraits provenant de la Passion du Christ font déferler tout un répertoire de représentations de violence et de religion, des images historiques et actuelles de la souffrance infligée. Si les utilisateurs cherchent la violence, c'est ce que le moteur de recherche leur livre, c'est ce qui est considéré comme pertinent. Cela nous amène également à voir comment il est difficile de concevoir le classement par ordre de pertinence des images par rapport aux mots. En effet, le PageRank de Google ne peut pas vraiment fonctionner sur les

⁶⁴ Le moteur fonctionne ainsi afin d'éviter la présence d'images pornographiques dans ses résultats lorsqu'elles ne sont pas explicitement demandées.

images puisqu'elles ne sont pas hyperliées entre elles. Le calcul de la pertinence et de l'autorité des images dans la recherche est donc fort probablement dépendant du « mérite » du site qui la diffuse et du respect que témoignent les producteurs de contenus face aux règles d'indexation prescrites par Google. Sinon, qu'est-ce qui peut rendre une image « scientifiquement » plus pertinente pour une recherche effectuée avec un mot comme « souffrance » ?

À titre d'exemple, les résultats de Google présentent des photographies de guerre et quelques cartes géographiques comme étant les seules images pertinentes aujourd'hui lorsqu'on soumet le mot « Irak » à la recherche. Est-ce vraiment la « représentation visuelle de [notre] terme de recherche » ? Une autre recherche d'images sur Google effectuée avec le mot-clé « ecce homo » utilisé pour le *Googlegram* de l'homme cagoulé renvoie presque exclusivement des photographies et des parodies de la peinture d'un Christ mal restaurée dans une petite église de Borja, en Espagne (fig. 13). Cette histoire est certes plus populaire, divertissante et d'actualité que toutes les représentations du Christ couronné d'épines, surtout dans le cyberspace où la reproduction de cette restauration a beaucoup circulé depuis l'été 2012. Si les images obtenues aujourd'hui correspondent à l'actualité du terme – et sont donc absentes du *Googlegram* produit en 2006⁶⁵ –, il est cependant difficile de soutenir qu'il s'agit de la représentation visuelle la plus adéquate qu'il est possible de trouver dans le web pour « ecce homo » lorsque l'histoire de l'art regorge d'images probablement plus « pertinentes » correspondant à ces termes de recherche. À tout le moins des images pertinentes pour l'historien de l'art, le spécialiste, plutôt que pour une majorité de gens probablement intéressés par l'actualité du terme qui s'incarne dans les photographies d'une restauration ratée⁶⁶.

En ce sens, la notion de pertinence de l'information dans l'espace du web serait donc ce qui semble approprié pour le plus grand nombre, selon des critères de popularité et d'actualité. Les deux *Googlegrams* à l'étude nous montrent d'une part la diversité des points de vue possibles dans les résultats d'images obtenus pour représenter les noms formant une chaîne de commande militaire et, d'autre part, la possibilité de l'uniformisation d'un point de vue axé sur le divertissement lors d'une recherche d'images pour « ecce homo ». Ces œuvres viennent

⁶⁵ Il faut toutefois préciser qu'il est possible de déceler la récurrence des images se rapportant au film *La Passion du Christ* de Mel Gibson, sorti en salles en 2004, parmi les tesselles du *Googlegram*. La présence des images de ce film dans les résultats soutient également le critère d'actualité et de pertinence pour le plus grand nombre.

⁶⁶ Malgré le désir de personnalisation des résultats, une recherche effectuée à partir de l'adresse IP d'une étudiante en histoire de l'art ne semble pas pouvoir changer les résultats d'images obtenus.

« imager » le mode de représentation de l'information que met en place le moteur de recherche. Un peu comme l'étude des algorithmes de recherche fait apparaître les idéologies qui les sous-tendent et la tension entre la connexion et l'individualisation de l'information, cette dualité dans les résultats de recherche d'images permet d'illustrer la nécessité d'un débat sur la définition de la pertinence et de la visibilité dans l'espace public. La négociation constante entre diversité et unité qui travaille le web doit également être réfléchie à travers l'image et sa consommation dans les médias qui façonnent la sphère publique.

3. RAMIFICATIONS MOSAÏQUES

3.1 Magazines photographiques et photomontages

Le web est souvent considéré comme un média de masse, même s'il se constitue d'un grand nombre de médias différents. Malgré tout ce qui le différencie des médias traditionnels, il fait certainement partie de cette culture de masse médiatique qui marque profondément l'espace public. Avant la diffusion d'information et d'images en format numérique, l'avènement du magazine photographique à la fin du XIX^e siècle, a tenu un rôle similaire à celui du web, à la fois en termes de média reproductible, de dissémination de l'image et de construction de la conception de sphère publique ou celle d'un savoir partagé. Depuis 1878, le procédé de la similigravure autorise l'impression des photographies simultanément avec le texte, par points, en demi-teintes. Ce n'est cependant pas avant 1890 que cette technique d'impression est suffisamment efficace pour s'intégrer aux publications à très grands tirages. Cette technologie a permis aux magazines de délaissier la gravure au profit de la photographie, celle-ci étant de plus en plus appréciée pour représenter les grands sujets d'intérêt public dans la presse, comme la politique, la guerre et les vedettes. La déclaration de la Première Guerre mondiale a suscité un appétit grandissant pour les « dernières nouvelles » et l'inclusion de captations photographiques prises « sur le vif » correspondait au désir d'actualités de leur lectorat. Le magazine photographique a toutefois réellement connu son grand essor dans l'entre-deux-guerres. Hanne Bergius (1996 : 133) avance que c'est à partir de ce moment, où les magazines impriment la photographie en masse, que la réalité a commencé à se conformer au visage photogénique que l'on attendait d'elle. La propagation de la photographie par les magazines la fait donc entrer de façon massive dans l'espace public. Tout comme l'invention de l'imprimerie à caractère mobile au moment de la « révolution Gutenberg », l'essor de la reproductibilité photographique permet de démocratiser la connaissance par l'image. Le magazine est l'un des médias qui se développe le plus rapidement à l'époque et les images qu'il diffuse participent également au rôle politique de la presse.

En Allemagne, où œuvrent les artistes de Dada Berlin qui pratiquent le photomontage, le *Berliner Illustriert Zeitung (BIZ)* est souvent reconnu comme un modèle du genre. Ses dirigeants ont fortement développé le contenu photographique de leur magazine, allant presque jusqu'à remplacer le reportage textuel (Bergius 1996 : 132). Le *BIZ* carbure à la nouveauté, au

sensationnel et à l'attractivité visuelle. L'attrait de la nouveauté ne va pas sans rappeler les critères de pertinence aujourd'hui utilisés par Google pour hiérarchiser le web. De même, comme le souligne déjà Sigfried Kracauer (2008 : 55) en 1927, les magazines illustrés, devenus photographiques, se sont transformés en d'importants outils de contrôle de la connaissance. Un peu comme le moteur de recherche d'aujourd'hui, la maison d'édition qui publiait le *BIZ*, Ullstein Verlag, est considérée comme une institution clé de la sphère publique de l'époque (Lavin 1993 : 51). Le Berlin de l'entre-deux-guerres, dans lequel évoluent les dadaïstes, est en outre décrit comme une ville qui croule sous l'imprimerie de masse, une ville « faite de papier, couverte de brochures, de publicités » (Bergius 1996 : 16, trad. libre). Le matériel photographique mis à disposition des artistes du photomontage par les magazines est ainsi devenu de plus en plus foisonnant et omniprésent.

Les dadaïstes sont à la fois admiratifs et hautement sceptiques en ce qui concerne la puissance de ce nouveau médium visuel et les interactions entre image et politique qui s'y jouent. Ce type de magazine est la source utilisée pour produire leurs photomontages, tout comme les *Googlegrams* qui tirent leur matériel du web et du moteur de recherche pour ensuite le réassembler. De même que les photomosaïques de Fontcuberta semblent reprocher au cyber-utopisme googlien le rêve d'une démocratie en ligne pourtant problématique, Hannah Höch voit le magazine comme un symptôme de la désintégration de la nouvelle démocratie dans la république de Weimar qui s'installe tant bien que mal à l'époque (Bergius 1996 : 166). Bien des œuvres de Höch visent à critiquer le système commercial qui sous-tend la distribution de masse des magazines, de même que l'enthousiasme excessif des lecteurs pour la consommation d'images d'actualité sensationnelles (Bergius 1996 : 169). Les membres de Dada Berlin utilisent le photomontage afin de commenter à la fois la situation politique et les nouvelles technologies de l'image. En prenant les magazines comme source, ils interrogent les structures de diffusion et l'autorité de l'image et tentent littéralement de mettre en pièce la représentation du monde présentée dans ces pages. Ils fragmentent et décomposent l'information que leur livrent les magazines, la démembrant violemment, un peu comme les horreurs de la Première Guerre avaient pu le faire aux corps auparavant (Bergius 1996 ; Biro 2009). *Schnitt mit dem*

*küchenmesser Dada durch die letzte weimarer Bierbauchkulturepoche Deutschlands*⁶⁷ (1919-1920) (fig. 14) – le célèbre photomontage de Höch auquel on se réfère le plus souvent par la version courte du titre : *Cut with the Kitchen Knife*, en anglais – illustre la découpe destructrice exécutée par le « couteau de cuisine » de Höch, qui incite le regardeur à voir et à participer à l’anéantissement de la fiction du monde construite par les médias de masse (Bergius 1996 : 18)⁶⁸. Plus qu’une simple référence, les fragments photographiques sont prélevés à même les magazines lus par des milliers de Berlinoises. Puisque les images utilisées constituent une grande part des photographies disponibles à grande échelle, les fragments peuvent être reconnus par les contemporains des photomonteurs. Le nouveau contexte de réinsertion qu’est l’assemblage conserve les traces du contexte d’origine de ses fragments et les morceaux demeurent pour la plupart identifiables.

Une fois les fragments tirés des magazines illustrés montés en un tout, le photomontage fait déferler sa simultanéité au regard. Un montage à la densité visuelle de *Cut with the Kitchen Knife* présente bien cette expérience de simultanéité à travers la juxtaposition et l’équivalence, condensant les fragments de textes et d’images découpés dans les magazines. Ce type de photomontage se différencie des autres dans lesquels une image domine la composition, prenant souvent la forme d’un « portrait montage » (Bergius 1996 : 120). Les fragments de magazines rassemblés dans le montage cumulatif de Höch occupent tous une place plus ou moins équivalente. Le terme « cumulatif » utilisé par Bergius exprime efficacement l’accumulation de l’image imprimée, de même que cette simultanéité des éléments visuels juxtaposés dans l’œuvre. Dans un photomontage comme *Cut with the Kitchen Knife*, la représentation de l’expérience d’une agglomération de documents visuels se présente de façon éloquente. La vision envahissante que Kracauer (2008 [1927] : 55) présente comme une « marée de photographies [qui] emporte ses digues » s’illustre dans ce type de photomontage. L’expérience de la vie moderne, qui s’incarne dans la rapidité, la consommation, la fragmentation, la multiplicité et la désorientation

⁶⁷ Traduit en français par : *Coupe au couteau de cuisine dans la dernière époque culturelle de l’Allemagne, celle de la grosse bedaine weimarienne*.

⁶⁸ À ce propos, il est aussi pertinent de souligner que cette fragmentation avait déjà été opérée sur l’image photographique, mais de façon à l’intégrer au média plutôt que pour l’en sortir. En effet, le procédé d’impression en similitude qui a permis l’essor du magazine photographique implique la transformation de la photo en une série de signes discontinus. Ces nouvelles photographies « par points » deviennent des trames dont la qualité se définit en points par pouce – « dots per inch, dpi » (Frizot 2009 : 291) – et préfigurent la conception fragmentée de l’image numérique.

kaléidoscopique, se traduit dans le choc expérimenté devant la feuille de papier envahie par les fragments photographiques. L'aspect « *all-over* » du montage cumulatif participe à cette déstabilisation occasionnée par le foisonnement de l'image et semble parvenir à exemplifier la « tempête des photographies » décrite par Kracauer (2008 [1927] : 56). Il est le premier à décrire ainsi l'accumulation d'images que produit la reproductibilité photographique, annonçant l'intense circulation provoquée par la démultiplication de l'image qui se poursuit dans le cyberspace. De façon similaire à ce que les *Googlegrams* font avec les images du web, dans les photomontages, le flot d'images diffusées est d'abord capté, puis redirigé et condensé ailleurs, dans une œuvre. Les morceaux d'images provenant de plusieurs magazines différents se juxtaposent jusqu'à remplir tout l'espace compositionnel.

Comme Benjamin Buchloh (1984) l'a souligné, et Walter Benjamin (1939) avant lui, l'aspect tactile des photomontages dada refuse la contemplation passive. Le regard parcourt l'espace éclaté, libéré de la perspective linéaire. La perception s'aiguise en des allers et retours entre la proximité et l'éloignement, en une mobilité qui demande un certain niveau de concentration afin parvenir à lier l'hétérogénéité en un ensemble (Bergius 1996 : 120). Cette concentration face à l'œuvre est cependant déstabilisée par la distraction qu'encourage le foisonnement visuel de la surabondance d'images. Le montage apparaît donc pour plusieurs comme une stratégie particulièrement adéquate afin de représenter l'expérience moderne de l'entre-deux-guerres. Dans « *Symbolic Form as a Vivid Cognitive Principle: An Essay on Montage* » (1993), Klaus Honneth soutient que le montage serait la nouvelle forme symbolique dominante depuis le début du XX^e siècle, voire la signature optique d'une époque. L'illusion de la perspective linéaire homogène échoue devant la complexification du monde moderne dans lequel la perception change, en réaction au bombardement d'information et à l'industrialisation. Le monde est dorénavant irréprésentable en tant que totalité et demande une forme représentationnelle multidimensionnelle (Bergius 1996 : 127 et 147). En remplaçant la représentation traditionnelle, le point de vue multiple du montage libère le spectateur de la position fixe prescrite par l'espace plastique de la perspective (Honneth 1993 : 50)⁶⁹. Ce remontage hétérogène souligne également l'opacité significative de l'image photographique dans la culture de masse, c'est-à-dire son caractère construit et souvent trompeur. Pour Dada, voir signifie « reconnaître dans l'esprit et percevoir à

⁶⁹ Laszlo Moholy-Nagy exprime d'ailleurs bien ce changement optique dans *Peinture, photographie, film* (1925).

partir de toutes les directions » (Hausmann 1921, cité dans Bergius 1996 : 148, trad. libre). Le photomontage fait coexister différentes spatiotemporalités photographiques dans le même plan compositionnel. « L'expérience esthétique du montage se constituait de disproportions dans les formats, de perspectives variables, de divergences spatiales, de différents modes de représentation de la vélocité et du mouvement, de variétés d'expériences temporelles, allant du moment ponctuel au flux énergétique » (Bergius 1996 : 146, trad. libre).

Cette démultiplication des points de vue ne se pose pas sur un sujet précis, mais sur quelque chose de beaucoup plus large. Plusieurs événements forment la totalité des montages photographiques dada (Bergius 1996 : 152). Ils tendent à représenter l'ensemble d'une situation sociopolitique spécifique, souvent de façon dénonciatrice, comme lorsque les dadaïstes cherchent à critiquer le consumérisme et le militarisme de la bourgeoisie weimarienne, en juxtaposant plusieurs angles, personnalités et symboles de façon à produire de nouvelles correspondances et, potentiellement, à réaligner, en images, les relations de pouvoir (Teitelbaum 1992 : 8). Les photomontages dadas sont particulièrement critiques de l'armée et de la Grande Guerre dont ces artistes ont été témoins. En travaillant avec l'abondance des images disponibles, ils synthétisent et polarisent les symboles qu'ils dénoncent. Dans *Cut with the Kitchen Knife* par exemple, des groupes de motifs oppositionnels sont mis en place, représentant d'un côté les « antidadas » (des politiciens weimariens) et de l'autre, les dadaïstes Berlinoïses. Ce travail de réalignement effectué par réassemblages permet aux photomonteurs dadas de confronter à la fois ce que relayent les magazines responsables de l'information diffusée publiquement, le pouvoir exercé par ces médias, de même que le mode de consommation distraite de leurs publics. Tant par cette critique des médias que celle de la machine de guerre, plusieurs photomontages révèlent un sentiment ambigu par rapport à la technologie. Cela fonctionne un peu comme les *Googlegrams* qui désignent les problématiques inhérentes aux technologies web, devenues des médias de masse ; parallèlement, le choix des photographies d'Abu Ghraïb comme matrices dans ces œuvres demande la remise en question de la violence de la guerre contre la terreur et de ses images iconiques⁷⁰.

⁷⁰ On peut souligner au passage que Fontcuberta vient aussi « mettre en pièce » l'image médiatisée d'une icône de la guerre contre la terreur dans son projet *Deconstructing Osama* (2007).

Les fragments photographiques représentant des morceaux de rouages de machines ou d'engins de locomotion dans *Cut with the Kitchen Knife* sont évoqués par Matthew Biro dans *Dada Cyborg* (2009) afin d'illustrer une société qui se mondialise rapidement avec le développement technologique. Ces fragments connotent la mobilité, la rapidité ainsi que l'écrasement du temps et de l'espace propres à la mise en place d'un « réseau » à l'échelle mondiale (Biro 2009 : 73). La culture de réseau actuelle permet de théoriser les montages dadas en ce sens. Dans le montage photographique, les fragments sont effectivement rassemblés dans le but de créer des liens, des connexions, de façon à tracer un nouveau réseau de significations. Bergius (1996 : 121) qualifie d'ailleurs *Cut with the Kitchen Knife* de *toile* de photos (« *web of photos* ») et cette même œuvre est comparée aux « *sitemaps* » de sites web de net.art par George L. Dillon (2000). Ces auteurs évoquent ainsi l'aspect « réseauté » de telles œuvres qui procèdent par réassemblages. Biro (2009 : 70) soutient également que les photomontages interrogent la nature *hybride* et *interconnectée* de l'existence moderne. De même, les traces d'une pensée de révolution globale apparaissent dans *Cut with the Kitchen Knife* par l'inclusion du mot « *Weltrevolution* », signifiant « révolution globale »⁷¹. Selon Bergius, ces mots qui côtoient les images ressortent de la composition cumulative afin d'éclairer et d'amplifier le sens des fragments d'images assemblés, au même titre que les mots-clés dans la légende des *Googlegrams* permettent une meilleure lecture de l'hétérogénéité des photo-tesselles. Cela reprend la notion composite de l'imagetexte précédemment évoquée ainsi que la composition hybride des magazines illustrés. Différents lieux, comme Berlin et New York, sont également liés dans le célèbre photomontage de Höch. Le monde représenté dans les montages dadas semble de plus en plus manifestement réseauté, voire hyperlié, lorsqu'il est étudié à partir de cette « culture de réseau » proclamée depuis le développement de l'internet et des technologies mobiles. Les photomontages présentent un monde dans lequel rien n'est plus autonome et où les relations deviennent plus importantes que les choses.

3.2 Photomosaïques numériques et tensions internes

Les modes de connexions à l'information et la quantité d'images en circulation se sont grandement densifiés depuis l'époque de Dada Berlin et le photomontage subit un effet de

⁷¹ Ce mot aurait été enlevé par l'artiste en 1921 afin d'être remplacé par « *Die Grosse Welt Dada* » traduit par Bergius (1996 : 120) comme « The Great World Dada », ce qui n'enlève rien aux préoccupations mondiales.

condensation encore plus grand. Les images se resserrent les unes sur les autres par un phénomène d'amasement encouragé par les technologies numériques. Les espaces vides, ces intervalles dynamiques qui ponctuent les montages cumulatifs, se remplissent et l'œuvre se densifie jusqu'à la photomosaïque utilisée par Fontcuberta dans ses *Googlegrams*. Issue de la logique du photomontage, la photomosaïque fait s'enchâsser de petites photographies dans une image plus grande qui a été présélectionnée. Maintenant largement accessibles, les programmes de création de mosaïques photographiques prennent n'importe quelle image et la fragmentent en sections discontinues pour y insérer d'autres images qui se trouvent dans une base de données, qu'ils font correspondre aux valeurs chromatiques et à la densité des différentes zones de la matrice. Plus il y a d'images, plus la matrice est claire et prend le dessus sur les petites images qui la composent. Les photographies y sont assemblées entières et côte à côte, sans autre « ciment interstitiel » (Dällenbach 2001) que le dessin de la matrice. La forme mosaïque diffère ainsi du photomontage dada dont la découpe manuelle et la diversité de formats des fragments s'écartent de la grille plus régulière de photographies équivalentes d'une photomosaïque. Celle-ci emprunte principalement sa forme à la technique de la mosaïque ancienne qui utilise de petits cubes ou fragments de pierre multicolores, les tesselles, qui sont accolées les unes aux autres afin de former un dessin matrice. Cette forme s'est réactualisée dans le monde numérique et Lucien Dällenbach, dans son ouvrage *Mosaïques, un objet esthétique à rebondissement* (2001), démontre l'emprise et l'ubiquité de la figure mosaïque dans différents domaines comme l'art, la littérature et la politique au cours des dernières années. Pour lui, la mosaïque est à la fois un objet esthétique et un fait symbolique de la société contemporaine (Dällenbach 2001 : 12), un peu comme les photomontages ont été étudiés en rapport avec la société moderne.

Avant même l'arrivée du logiciel d'édition photographique, l'image numérique est déjà intimement liée à la forme mosaïque puisqu'il s'agit d'une entité qui se construit de fragments colorés appelés pixels. Les données stockées dans l'ordinateur avant la visualisation d'une image sur l'écran sont également une matrice virtuelle à partir de laquelle peuvent s'effectuer les actualisations (Mélou 206 : 114). Il est bien sûr possible de parvenir à créer une photomosaïque à partir de photographies imprimées et de beaucoup de patience, mais c'est le dispositif logiciel qui permet la production de ces mosaïques qui prolifèrent. La production artistique qui s'effectue ainsi grâce à l'ordinateur rappelle en outre la création automatisée et « l'artiste-machine » que

réfléchissent certains dadaïstes et qui sont évoqués par la figure du cyborg dans l'ouvrage de Biro, *Dada Cyborg*. Depuis le tout début de la production de photomontages par les dadaïstes, ils sont associés à la machine : « Le mot photomontage est né de la culture industrielle : montage de machines, montage de turbines » (Klucis 1931, cité dans Frizot 1987 : 3). Les ordinateurs sont maintenant ces machines auxquelles sont liées les photomosaïques.

La mosaïque photographique s'est rapidement imposée dans la culture visuelle contemporaine grâce à son potentiel publicitaire. Sa puissance commerciale est d'ailleurs soulignée par Dällenbach (2001 : 23) lorsqu'il indique « l'aisance avec laquelle la mosaïque semble avoir fidélisé les publicitaires : même s'il faut faire preuve d'imagination désormais pour renouveler un type de mise en image qui confine au stéréotype, [...] le procédé, même réduit au plus rudimentaire, fait encore recette ». L'une des premières publicités qui emploie la photomosaïque l'utilise pour son pouvoir rassembleur : la chaîne de magasins Benetton possède une réputation publicitaire controversée et elle est parmi les premières à avoir utilisé la photomosaïque dans le cadre de sa campagne sur le sida lancée en 1994. *AIDS Faces* est une publicité formée d'un millier de portraits (fig. 15), regroupant différents individus sous une même étiquette. La publicité de Benetton n'est cependant pas une photomosaïque à proprement parler puisque sa matrice ne forme qu'un mot et non une autre photographie. Robert Silvers, ancien étudiant du Massachusetts Institute of Technology et inventeur du logiciel *Photomosaic*, et son corpus de photomosaïques, sont principalement ce qui initie la popularité du procédé auprès de clients commerciaux (voir fig. 16 à fig. 19). C'est vraisemblablement lorsque la photomosaïque que Silvers a faite de la princesse Diana s'est retrouvée sur la couverture du *Newsweek* en 1997 sous l'intitulé « Pictures of the Year » (fig. 18) que la photomosaïque est devenue une « image globale », à la fois englobante et ubiquiste. Malgré son origine numérique, et par ce qui semble être un glissement temporel, c'est le magazine photographique qui fait entrer la photomosaïque dans la culture visuelle du public, avant la massification des usages du web au début des années 2000.

Ce qui faisait du photomontage cumulatif une métaphore efficace de la densification du paysage visuel se retrouve encore plus condensé dans la forme photographique de la mosaïque. Non seulement le phénomène d'entassement est manifeste dans la composition condensée, mais

les photomosaïques soulignent aussi comment le sens unitaire tend à supplanter la multiplicité de significations et de nuances sous-jacentes à la photo. Contrairement au photomontage cumulatif où les fragments forment des conglomérats hétérogènes ou s'étendent sur le mode du « *all-over* », la mosaïque porte nécessairement l'image-matrice. La mosaïque se situe entre ces deux points de rupture où l'unité n'a pas de discontinuité et où la discontinuité n'a pas d'unité (Dällenbach : 73). Dans la mosaïque traditionnelle, les morceaux servent d'abord à former un tout qui cherche à occulter l'aspect fragmentaire du résultat. Les représentations votives faites en mosaïque, comme celles du Christ par exemple, devaient incarner l'Un et ne pouvaient « avouer » leur nature fragmentaire. C'est ce que Dällenbach (2001) qualifie de « tyrannie de l'un sur le multiple ». Or, dans la figure mosaïque contemporaine, le disjoint tend à être souligné là où il y a apparence « d'unité et d'harmonie » (Belloï et Delville 2006 : 7). Les polarités constitutives du médium mosaïque que sont la matrice et ses composantes explicitent, par la forme elle-même, l'opposition que mettent également en place les regroupements de fragments polarisés dans les photomontages. En négociant constamment ses oppositions internes, la mosaïque est donc « un champ conflictuel stabilisé par une solution de compromis plus ou moins équitable selon les cas » (Dällenbach 2001 : 73). La forme mosaïque fait ainsi écho aux préoccupations politiques que semblent formuler à la fois les photomontages dadas et les *Googlegrams*. Tous deux critiquent les modes de diffusion de la connaissance et des images, ainsi que leur manière de façonner de la sphère publique. La tension entre l'individuel et le collectif qu'implique le système démocratique se reflète aussi dans la forme mosaïque. La mosaïque, en tant que pratique et en tant que figure théorique, implique essentiellement cette « opposition interne » entre la discontinuité et l'homogénéité, entre l'image totalisante et ses composants.

Dans « Mosaïques numériques et esthétique de la mondialisation », Marc-Emmanuel Mélon (2006 : 111) propose que la mosaïque puisse être différenciée *du* mosaïque en tant que figure théorique, un peu à la manière *du* photographique élaboré par Rosalind Krauss. Selon Mélon (2006 : 112), *le* mosaïque relèverait de « toute pratique fondée sur la discontinuité de ses composants », mais étant donné la tension qui l'habite, il nous semble également devoir comprendre une certaine « tyrannie » exercée par la matrice. Cela peut également s'imbriquer plus profondément que dans l'analogie avec le photographique que ne le propose Mélon. Le photographique ne se réduit pas à une notion de trace ou d'index, mais aussi à la reproductibilité de l'image. Cette reproductibilité permet la mise en place d'une culture de masse et d'un

spectacle de la consommation et c'est à ce propos que *le* mosaïque semble fonctionner à partir d'une conception photographique du monde. *Le* mosaïque tient donc considérablement d'une logique de reproductibilité amplifiée par le numérique⁷². De même, le photographique comme catégorie de pensée singulière (Dubois 1983) présente une opposition constitutive entre le réel et son image, à partir de la notion de trace ou d'index du référent. Cela se reflète aussi dans la « conjonction illogique » de temps et d'espace de la photographie que formule Roland Barthes (1982 [1964] : 35), puisqu'elle fait entrer le passé dans le présent par la trace du référent sur l'image. De telles oppositions sont démultipliées par la photomosaïque puisqu'elle fait coexister et s'imbriquer dans la même image des milliers de photographies de sujets, de temps et d'espaces différents. La photomosaïque numérique intensifie les effets du photographique, une intensification qui s'esquissait déjà dans les photomontages de l'entre-deux-guerres.

3.2.1 *Cyberespace public et photographique*

Plutôt que de formuler une critique radicale, Dada aurait été en « négociation » avec la culture de masse (Lavin 1993 : 51). La négociation est un terme qui cadre bien avec la tension entre le tout et les parties qui constitue la mosaïque : les *Googlegrams* sont à la fois critiques, multiples et démontrent une fascination pour l'homogénéité et le pouvoir englobant de l'image et de la culture de masse. Ces œuvres illustrent ce tiraillement entre, d'un côté l'image globale, iconique et totalisante, et de l'autre, l'image multiple, entassée, anonyme, populaire, démocratique et tout aussi omniprésente. De toute évidence, le web est également très lié à la notion de mosaïque ; Dällenbach (2001 : 25) en parle même comme d'une « cybermosaïque ». Les *Googlegrams* mettent de l'avant cette parenté en utilisant comme mode de production la technologie emblématique du web qu'est le moteur de recherche Google. Les photomosaïques de Fontcuberta permettent de faire la démonstration des tensions inhérentes à la mécanique du cybermoteur, puisqu'il agit dans le web de façon similaire à la mosaïque qui tente de « trouver une voie moyenne entre hiérarchie et chaos » (Dällenbach : 57). Cela montre comment fonctionne l'imagerie du web, c'est-à-dire comment son abondance tend à être soumise à « l'égide de l'Un » (Dällenbach 2001 : 62). Comme il a été montré au chapitre précédent, les

⁷² La mosaïque traditionnelle est d'ailleurs elle-même considérée comme un médium reproductible « industriellement ». Le procédé ne s'effectuait non pas en industrie, mais en série quasi-mécanisée. À ce propos, voir : RIEGL, Alois (1985). *Late Roman Art Industry*. Roma : G. Bretschneider.

algorithmes du moteur de recherche négocient sans cesse la tension entre l'information générique et la personnalisation. L'utilisateur du moteur de recherche est mis devant une liste de résultats façonnés par les goûts collectifs des internautes et ses goûts personnels. Tout comme la figure mosaïque, les assemblages algorithmiques du moteur de recherche opèrent sur le web une « *synthèse de l'hétérogène* » (Dällenbach 2001, emphase dans l'original). Google unifie et fracture le cybermonde avec ses algorithmes, offrant des résultats à la fois consensuels et personnalisés, fonctionnant sur le mode d'une « personnalisation de masse » (Ippolita 2011 : 55)⁷³.

Ainsi, le web⁷⁴ et le moteur de recherche ne sont pas un média de masse au sens où le magazine photographique pouvait l'être. Les publics y sont fragmentés selon les usages. Les images obtenues par mots-clés sont publiques, mais elles ne sauraient être un « matériel commun » seulement par l'utilisation de mots-clés de recherche similaires. Tandis que les magazines diffusaient les mêmes images à tout leur public, le cybermoteur tient à offrir seulement ce que les chercheurs web demandent. Pourtant, malgré l'individualisation du processus d'accès par mots-clés, les mots les plus populaires sont beaucoup plus recherchés que d'autres, et de loin. En dépit du choix infini de mots-clés et de l'individualisation, et « [b]ien qu'en la matière toute mesure s'avère impossible, on estime que 95 % des audiences sont concentrées sur 0,03 % des contenus » (Fouetillou 2012, cité dans Cardon 2013a : 12). C'est donc que l'organisation des contenus effectuée par les algorithmes des moteurs de recherche « façonne de plus en plus la forme de l'information disponible publiquement » (Hillis, Petit et Jarret 2012 : 75, trad. libre). Les mêmes images peuvent alors être livrées à tous les internautes cherchant à trouver les documents les plus représentatifs ou les plus « iconiques » sur les sujets populaires ou d'actualité, puisque ce sont souvent les mieux indexés et les mieux référencés selon les calculs des algorithmes. Les icônes contemporains qui forment la matrice des *Googlegrams* montrent « l'escamotage du multiple par l'un » que produit leur statut iconique, dans une sorte de vedettariat de l'information (Debray 1997 : 419). L'uniformisation de l'information diffusée demeure, mais le moteur de recherche web, et non pas tant « le web », est un média de masse qui

⁷³ Cette expression aux allures contradictoires révèle un changement important, un glissement « depuis le consumérisme en série de l'industrie de masse vers un consumérisme personnalisé, qui est vendu comme une “liberté de choix” » (Ippolita 2011 : 55).

⁷⁴ Le web et non pas l'internet comme le proposaient Merrill Morris et Christine Ogan en 1995 dans « The Internet as Mass Medium ».

opère différemment des *gatekeepers* d'autrefois. Le moteur s'est adapté au désir d'immédiateté de l'accès que semble permettre le web émancipateur. Ainsi, des personnes résidant dans des régions éloignées les unes des autres peuvent interagir grâce au web, ou plus simplement avoir des choses en commun et des repères identiques en consommant le même matériel. D'ailleurs, Mélon (2006 : 130) qualifie la navigation sur le web d'expérience « technesthétique *commune* ». Le web est en grande partie publiquement accessible, mais c'est surtout le moteur de recherche qui tend à rendre les contenus plus accessibles, mais aussi l'expérience plus *commune*.

Les contenus peuvent cependant être considérés comme publics seulement s'ils sont indexés adéquatement par les robots et retrouvés par les internautes⁷⁵. C'est donc dire que pour être considérée comme publique, l'information doit être accessible. Puisque « [l]e domaine public est cet espace de visibilité, lieu de l'apparition du monde » (Tassin 1991 : 35), le moteur de recherche s'avère alors un outil primordial dans le façonnement du cyberspace public. Ce n'est toutefois pas parce que l'information est *mise en commun* dans le web et accessible par les moteurs de recherche, donc « publique », qu'elle peut « changer le monde », comme Google le souhaite, ou encore produire une forme d'utopie communautariste. Étienne Tassin définit l'antagonisme de l'espace public et de la communauté en des termes qui font écho *au* mosaïque et à ses oppositions internes. L'espace public serait « un mouvement de désunion (par rapport) à une tendance à la communion » (Tassin 1991 : 25). Cela tiendrait également d'une tension entre l'homogène et l'hétérogène, entre une « conversion communionnelle » et une désunion exprimée par « l'atomisation et la sujétion sociale » (Tassin 1991 : 24-25). Pour Tassin, l'espace public n'est donc pas nécessairement commun, mais il peut être envahi par le principe communautaire, jusqu'à sa destruction. Cela évoque l'homogénéisation de l'information et les risques de désintégration de l'hypersphère publique « au nom d'une fusion de la pluralité en un corps organique » (Tassin 1991 : 35-36)⁷⁶, un espace communal rappelant certains discours cyber-utopiques comme celui que promulgue Google.

⁷⁵ Les biais algorithmiques n'apparaissent pas seulement dans la hiérarchisation des résultats, mais aussi dans le processus d'indexation. Fonctionnant avec des algorithmes de recensement et de copie systématique du web, les robots sont programmés d'une certaine façon et n'indexent pas tout le web. Ce qui l'est est appelé le « web de surface », tandis que le « web invisible » ou le « web profond » contenant de l'information publique aurait été de 400 à 550 fois plus grand que le web visible en 2001 (Bergman 2001). Même dans le « web de surface » indexé correctement, seul un petit pourcentage du contenu est réellement visible pour les chercheurs web. « Le constat est sans appel : 90 % du PageRank du web est possédé par 10 % des sites » (Pandurangan *et al.* 2006, cité dans Cardon 2013b : 88).

⁷⁶ Tassin (1991 : 24) indique également que le principe de la communauté en vient à « fondre les individus dans la figure de l'Un ».

3.2.2 Mosaïque : figure de l'unanimité et de la mondialisation

En ce sens, malgré le fait que la mosaïque soit d'abord « un fait de pluralité et de multiplicité » (Dällenbach 2001 : 30), la figure mosaïque semble incarner un modèle consensuel et hégémonique, une image fédératrice plus que le facteur de division d'une production idéologique. « Si la mosaïque, en effet, ne connaît pas d'*autres*, c'est qu'elle les a tous internalisés » (Dällenbach 2001 : 167). La métaphore s'apparente certainement à une conception cyber-utopiste qui tend vers le principe fusionnel d'un village global, rendu possible par la connectivité que procure internet et le moteur de recherche. L'utilisation abondante de la photomosaïque dans la publicité participe également à cette idéologie de mondialisation économique en utilisant une formule visuelle qui permet d'obtenir une adhésion presque unanime par l'inclusion unificatrice (Dällenbach 2001 : 34). Cette recherche d'unanimité n'est pas sans rappeler ce qui semble être la première instance de mosaïque photographique, c'est-à-dire la « carte mosaïque », aussi appelée « photo-mosaïque », qu'Eugène Disderi breveta dans les années 1860 (Frizot 1987). Les composites produits par le studio de William Notman autour de 1870 sont également des photos de groupe élaborées à partir du montage de plusieurs portraits (fig. 20). Même si ces mosaïques n'ont pas d'images matrices et ne sont qu'un montage de plusieurs portraits juxtaposés, le processus cherchait à inclure le plus de gens possible dans la même image et servait le but commercial de plaire au plus grand nombre avec une seule image. D'ailleurs, le photomontage aussi, outre son usage subversif entre les mains des dadaïstes, était un outil populaire de propagande ou de publicité depuis le XIX^e siècle (Lavin 1992 ; Stein 1992). Qui plus est, Mélon (2006 : 117) considère les œuvres photomosaïques de Silvers comme « un catalogue très normalisé des mythologies contemporaines » soutenant « grossièrement [...] l'idéologie américaine dominante ». En effet, la consubstantialité thématique entre l'unité et les parties dans ces photomosaïques permet d'englober une certaine pluralité tout en la soumettant à l'image matrice. Les matrices utilisées sont également des icônes de la culture de masse américaine : le logo de Coca-Cola, le drapeau américain, la statue de la Liberté et plusieurs portraits de vedettes et de présidents américains forment le dessin matrice des mosaïques photographiques qu'il propose. L'image d'un dollar américain formé des billets de banque de

plusieurs autres pays (fig. 19.1 et 19.2) est particulièrement apte à imager cette hégémonie mondiale promue par les États-Unis et souvent symbolisée par la mosaïque.

La facilité avec laquelle il est maintenant possible de produire des photomosaïques à l'aide de logiciels offerts gratuitement sur le web fait dire à Dällenbach (2001 : 29, emphase dans l'original) que la mosaïque est devenue une « activité récréative et populaire ainsi qu'un grand lieu commun de la *doxa contemporaine* » et n'est plus du ressort de l'historien de l'art. Cette « activité récréative » rappelle également la pratique de la photographie amateur, un pan de l'histoire de la photographie qui a mis du temps à entrer parmi les objets d'études des historiens de l'art. Le caractère populaire de la photomosaïque ne l'éloigne pas des préoccupations de la discipline. Comme le suggère Jorge Ribalta dans « Molecular Documents: Photography in the Post-Photographic Era, or How Not to Be Trapped into False Dilemmas » (2008), *le* photographique semble triompher de la photographie dans le numérique par la pratique de masse, et la photomosaïque est certes un symptôme de ce triomphe. Le glissement de la forme mosaïque vers la culture de masse est en réalité ce qui lui confère ce caractère hybride qui nécessite la mise à jour de l'analyse de son mode de production et de ses effets. En ce qui nous concerne, ce « lieu commun » est porteur de sens en tant que source de l'œuvre photomosaïque. Un peu comme les photomontages dadas et leur utilisation du magazine *BIZ*, les mosaïques photographiques « connectées » qui utilisent l'archive-source du web proposent une valeur critique accrue en raison de l'utilisation d'un matériel « commun ». En effet, Silvers utilise sa propre base de données d'images pour construire ses œuvres, ce qui lui permet de maintenir une emprise complète sur la multiplicité qu'il fait se tenir dans l'image. Il semble donc que ce soit lorsque les tesselles de la mosaïque sont animées d'une certaine autonomie de sens que la photomosaïque est apte à critiquer l'idéologie dominante et ses modes de diffusion de l'image. Cette autonomie est obtenue grâce à la mise en réseau du processus, comme l'a fait Fonctuberta pour les *Googlegrams*, c'est-à-dire lorsque les images sont tirées du foisonnement photographique du web.

Afin de sortir de cette assimilation de la photomosaïque à un « instrument intégrateur de l'idéologie », Mélon propose de s'attarder aux œuvres de Reynald Drouhin. *Des_Frags* (2001) (fig. 21) est une œuvre en ligne participative dans laquelle l'internaute est invité à envoyer une

image et un mot-clé à l'artiste, qui « mosaïque » ensuite cette image grâce à un logiciel et à un moteur de recherche d'images en ligne. *Timescape* (2002) est une autre de ses œuvres web qui utilise ce qui s'apparente à une forme mosaïque, mais cette fois afin de présenter un instantané des résultats de recherche d'images effectuées sur le web à un moment précis. Les recherches d'images dont les similarités sont visibles selon le moment de la journée – tels des graphiques économiques le matin et des images pornographiques le soir – apparaissent tel un *pathosformel*, ce que Mélon (2006 : 128) propose d'appeler la « mondialisation de l'imaginaire humain ». L'œuvre finale ne présente pourtant aucune unité matricielle et n'est donc pas une mosaïque à proprement parler. Par ailleurs, les œuvres web de Drouhin n'arrivent pas à critiquer de façon aussi subversive l'illusion média qu'un photomontage dada ou que les *Googlegrams*. L'image matrice et les tesselles de *Des_Frags* sont dépourvues de signification politique lorsqu'elles proviennent aussi aléatoirement des internautes. En fait, ce que ces œuvres proposent, et tout particulièrement *Timescape*, c'est d'abord une visualisation de la structure et de la mondialisation de l'image. Ainsi, elles sont des œuvre-outils mises à disposition du spectateur, lui permettant d'observer une simulation de la recherche web, rendant visible le fait de la recherche. Il faut cependant de se demander si ce regard peut être critique ou s'il ne fait qu'engendrer l'émerveillement devant la synthèse, voire devant l'unification d'une communauté de chercheurs d'images.

La photomosaïque sans le web comme source peut également être politiquement critique lorsque les composants altèrent ou ajoutent au sens de l'image-matrice. Citons en exemple la photomosaïque de Joe Wezorek, *War President* (2004) (fig. 22.1 et 22.2), où une photographie du président George W. Bush est formée de portraits de soldats morts au combat en Irak. Par contre, si celle-ci est contestataire, elle n'est pas critique du mode de diffusion de l'image comme peuvent l'être les *Googlegrams*. S'il apparaît encore que ce soit lorsque la photomosaïque reflète l'espace public du web qu'elle offre une critique de l'illusion média, sa matrice et ses composantes doivent aussi produire une tension qui incite à la remise en question de notre compréhension de l'image. Les *Googlegrams* semblent y parvenir puisque, à la différence des œuvres de Drouhin, elles utilisent comme matrices des images très reconnaissables par le regardeur. Nous avons vu avec les images d'Abu Ghraib que celles-ci sont déjà porteuses d'un éventail de signification. La tension entre l'image iconique, « unique » et hyperreproduite, et la diversité des images anonymes qui sont déposées en ligne chaque jour par millions ouvre la voie

à une interrogation critique de l'image et de sa forme. Le parcours interprétatif impliqué dans la lecture de l'œuvre photomosaïque permet de faire apparaître des liens entre les fragments d'images juxtaposés et l'image-matrice de façon à les comprendre autrement, en intégrant une sorte de hors champ au cœur même de l'image. Avec cet « objet hautement dialectique » qu'est la mosaïque (Belloï et Delville 2006 : 6), la perception active induite par le parcours interprétatif est encouragée par cette tension entre l'observation rapprochée et la vue d'ensemble. L'oscillation ainsi produite entre « zoom avant » et « zoom arrière » met aussi en relief l'effet de vision augmentée par la machine qui caractérise le dispositif de la photographie.

L'apparition d'une culture de masse photographique, renforcée par la presse illustrée dans l'entre-deux-guerres, préfigure l'évolution d'une culture de réseau grandissante dont les photomontages ont pu être l'une des premières occurrences dans le domaine artistique. Cette culture annonce le processus de mondialisation qui caractérise le « devenir-mosaïque » du monde contemporain (Dällenbach 2001 : 146). L'analogie entre *le* mosaïque et la mondialisation permet de signaler le caractère très photographique de ces notions lorsqu'on considère par exemple le « *topos* de *One Day of the World* » (Dällenbach 2001 : 146). Il s'agit d'un album datant des années cinquante qui exposait le potentiel de simultanéité de la photographie en réunissant des photographies de partout dans le monde prises la même journée. Cette simultanéité mondiale de l'image partagée qui rappelle *le* mosaïque nous semble aujourd'hui presque banale tant nous la vivons au quotidien avec le web où des images de partout dans le monde nous sont dorénavant toujours accessibles (Augé 2009). De plus, Mélon (2006 : 113) soutient que la mosaïque et la mondialisation sont « engendrées par la même machine » que sont les technologies numériques et tout particulièrement internet ; ils ont la même généalogie. La photomosaïque et la mondialisation s'élaborent et se répandent toutes deux en grande partie grâce au déploiement d'un réseau planétaire de communication qui permet de diffuser l'information et les images. La connexion au web des *Googlegrams* allie également la mosaïque à ce qui relèverait plus de la globalisation ou d'un partage culturel à l'échelle mondiale, au-delà d'une simple diffusion.

Dans son sens figuré, la mosaïque s'applique également à la sphère politique. Il s'agit d'une métaphore qui revient souvent afin de qualifier l'alliance de plusieurs pays comme l'Union européenne ou encore pour parler de la reconnaissance des minorités ethniques, religieuses et culturelles dans une même nation. Elle symbolise les débats sur les compromis entre intégration

et particularismes ainsi que sur les rapports entre la majorité et l'individu dans le régime démocratique. Dans *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Marc Augé (1992 : 83) rappelle que « [l]e langage politique est naturellement spatial (ne serait-ce que lorsqu'il parle de droite et de gauche), sans doute parce qu'il lui est nécessaire de penser simultanément l'unité et la diversité – la centralité étant l'expression la plus approchée, la plus imagée et la plus matérielle à la fois de cette double et contradictoire contrainte intellectuelle ». Dällenbach (2001 : 154) souligne comment « la “diversité dans l'unité” [est] devenue le cliché par excellence dans la langue de bois des politiciens et le discours de la mondialisation ». La figure mosaïque porte désormais une « valeur éthique » (Dällenbach 2001 : 160) qui cherche à unifier tout en reconnaissant les différences⁷⁷. L'idéologie de la mondialisation associée à la figure mosaïque propose un modèle sociétal qui regroupe des différences individuelles sous une globalisation unificatrice. En ce sens, la mosaïque peut incarner « le meilleur instrument du caractère intégrateur de l'idéologie » (Dällenbach 2001 : 168) puisque, comme la mondialisation, elle tend à internaliser les particularismes de façon à former un tout neutralisé. Son usage répandu et efficace dans la publicité contribue aussi au maintien de cette idéologie néolibérale consumériste⁷⁸. Le phénomène de la mondialisation est soutenu par un discours plaidant le consensus planétaire sur la pertinence et l'inévitabilité de l'avancée universelle de la démocratie libérale ainsi que de l'expansion planétaire du marché capitaliste, présenté comme naturel et universel. La mondialisation cherche une adhésion massive qui va à l'encontre de l'hétérogénéité que requiert la communication dans l'espace public. Ce discours de la mondialisation tend également vers une apologie du marché, de la technologie, et vers la mise en place d'une démocratie transnationale. Le cyber-utopisme et l'idéologie californienne qui ont été décrits en lien avec le fonctionnement et les effets du moteur de recherche Google sont donc intimement liés à cette idéologie de la mondialisation. Elle est caractéristique de cette croyance aveugle en

⁷⁷ Dans sa campagne de 1989, le maire de New York David Dinkins est devenu célèbre pour avoir qualifié la ville de « gorgeous mosaic ». La campagne suivante se transforma en débat sur la pertinence et la beauté de la figure mosaïque, comparée aux risques encourus dans la coexistence des différences (Rich 2007). La métaphore de la mosaïque demeure pourtant fortement utilisée afin de distinguer le phénomène de celui du « melting-pot » qui tendrait à faire disparaître les différences. Comme Paul Ricoeur (1997 : 34) l'a formulé : « Il se peut, comme l'affirment certains, que les États-Unis vont d'un melting-pot à une mosaïque. Ce qui veut dire que de nombreux groupes, et par conséquent de nombreuses idéologies, concourent à l'ensemble quel qu'il soit. La conscience ethnique est désormais une composante collective d'un mixte idéologique national plus large ».

⁷⁸ L'industrie de masse homogénéisante est difficile à tenir dans une mondialisation recouvrant tant de particularismes, mais « grâce à la recherche [web], le passage des marchés de masse à des marchés de niche devient possible » (Ippolita 2011 : 64).

l'émancipation par les technologies de communication qui refuse de tenir compte des problématiques sociopolitiques engendrées (Morozov 2012 : xiii).

Pourtant, « le monde contemporain, même par fragments discontinus, n'est [pas] harmonisable » (Dällenbach 2001 : 163). Comme les détracteurs de l'idéologie californienne l'ont dénoncé dans les années 1990, cette connectivité mondiale va de pair avec l'aggravation des polarisations socioéconomiques, voire de la pauvreté de masse. En passant outre ces profondes inégalités, la métaphore du monde mosaïque sert la vision utopique d'une mondialisation heureuse⁷⁹. Elle vise l'idéal de conformité au modèle d'une démocratie authentique à venir, supposée inévitable. Comme Dällenbach (2001 : 164) l'écrit, elle est en réalité « une métaphore mal faite » et fait office d'« *erreur mimétique* ». Elle simplifie abusivement une situation immensément complexe. Elle fonctionne de façon à « *flatte[r]* le monde et [à] l'occulte[r] pour le rendre présentable » (Dällenbach 2001 : 165). Un peu comme l'opération de stabilisation du web que Google propose, la mosaïque *maquille* le monde « afin d'en offrir une image de marque » ou bien afin de lui faire *écran* (Dällenbach 2001 : 165). Il semble alors que la figure mosaïque ne vienne qu'offrir une illusion de stabilité et d'égalité qui *déforme* la réalité du monde globalisé. Dällenbach stipule que la stabilisation du monde et la conjuration de l'horreur seraient les bénéfices de la figure mosaïque dans son soutien à l'idéologie de la mondialisation. Cela s'apparente aux procédures pacificatrices utilisées par Google pour contrer le spam et la pornographie, mais rappelle également la brève censure des images d'Abu Ghraib de sa liste de résultats en 2004. La figure mosaïque sert ce même objectif de fédération des esprits « en une heureuse conscience communautaire » (Belloï et Delville 2006 : 8).

Cette forme qu'utilisent les *Googlegrams* joue donc le rôle central de « comparant iconique » (de Bary 2006 : 132) afin de réfléchir des phénomènes sans spécificité visuelle comme la technologie et la politique. Un peu comme le montage a été intimement lié au mode de perception de la vie moderne, Dällenbach qualifie l'usage répandu de la figure mosaïque, pour évoquer les différents phénomènes comme la mondialisation, de « révolution symbolique » (Dällenbach 2001 : 19)⁸⁰. Elle sert certainement à occulter les clivages idéologiques, raciaux et économiques,

⁷⁹ Dällenbach (2001 : 170) fait brièvement mention de cette dimension utopique à la fin de son chapitre « Une esthétique de la mondialisation ».

⁸⁰ « La figure destinée à occulter la dérégulation dont l'économie libérale a fait son cheval de bataille fonctionne en même temps comme une régulation au plan de l'imaginaire » (Dällenbach 2001 : 170).

mais les tensions qui lui sont intrinsèques en font une figure propre au développement d'une pensée par l'image. Faisant sans cesse osciller le regard entre vue rapprochée et vue d'ensemble, la photomosaïque permet qu'une image devienne multiple et que des milliers d'images n'en forment qu'une. Chaque photomosaïque de Fontcuberta fait écho à cette citation d'E.L. Doctorow qu'utilise Mitchell (1994 : 9, trad. libre) dans *Picture Theory* : « L'image qui connote les images, la multiplicité d'être d'une image ».

3.3 Penser par images

3.3.1 Metapicture et « méthode des mosaïques »

La photomosaïque est une image « multistable » puisqu'elle peut changer de forme ou de sens selon le point de vue. Il s'agit d'une figure composite qui résiste à une interprétation stable ; il y a coexistence entre les différentes lectures dans une même image (Mitchell 1994 : 45). C'est de ce genre d'images dont parle Mitchell lorsqu'il développe la notion de *metapicture*. De façon intéressante pour notre réflexion sur le rapport de l'image aux mots-clés du chapitre précédent, Mitchell (1994 : 51) indique que Ludwig Wittgenstein a comparé l'expérience de « découvrir un aspect » dans une image à celle de l'application de légendes ou d'étiquettes linguistiques dans un livre d'illustrations. Les photomosaïques de Fontcuberta démultiplient ce phénomène qui caractérise la *metapicture* où « se présente une *picture* dans laquelle apparaît l'*image* d'une autre *picture*, sorte d'« emboîtement » d'une *image* au sein d'une autre » (Mitchell 2009 [1987] : 24). Tout comme les *Googlegrams*, elle est en fait une image qui parle d'images en usant d'autoréférencialité. La *metapicture* met la représentation en évidence plutôt que de chercher l'illusion de transparence, comme si l'image demandait sans cesse à ses observateurs de chercher à découvrir ce qu'elle est (Mitchell 1994 : 48). Nous avons déjà mentionné que l'image d'Abu Ghraib de l'homme cagoulé a été qualifiée de *metapicture* par Mitchell dans *Cloning Terror* puisqu'elle incarnerait l'*icône* de la production de l'image contemporaine. De plus, la signification des photographies d'Abu Ghraib est « multistable » selon les points de vue, les histoires racontées, les images regardées. *Googlegram: Crucifixion* nous indique qu'à un moment, l'homme cagoulé était inconnu, puis il a été Qaissi, pour finalement être un dénommé « Gilligan ». Par la photomosaïque, les *Googlegrams* exacerbent les identités multiples des

images et de leurs sujets. La condensation picturale que met en place la mosaïque augmente l'effet de cet emboîtement iconique.

Selon Mitchell, la définition d'une *metapicture* est plus une question d'usage et de contexte que de forme. N'importe quelle image qui est utilisée pour se référer à la nature de l'image serait une *metapicture*. Elle est donc qualifiée ainsi lorsqu'elle sert à analyser l'image et lorsqu'elle est appliquée comme telle dans l'explication de « ce que disent les images » (Mitchell 2009 [1987] : 34). Mitchell (1994 : 418) considère ce type d'images un peu comme des cadres théoriques qui révèlent la théorie comme représentation. Certaines *metapictures* seraient même des « hypericônes » ou des « *pictures* théoriques » (Mitchell 2009 [1987] : 24). La camera obscura, la tabula rasa ou la caverne de Platon sont les exemples qu'il indique afin de montrer comment elles servent la théorie philosophique à un niveau visuel. Les hypericônes peuvent donc être des « assemblages » éthiques, politiques et esthétiques qui nous permettent d'observer les objets et les phénomènes par l'image (Mitchell 1994 : 49). Les *Googlegrams* sont vraisemblablement de tels *assemblages* – un terme tout à fait approprié pour parler de ces œuvres composites. Elles sont des analogies illustratives, un peu comme la mosaïque, utilisée en tant que métaphore politique, constitue la forme des *Googlegrams*. Ces œuvres sont également aptes à critiquer les relations de savoir et de pouvoir qui se déploient dans le devenir iconique des images, ainsi que dans l'illusion de vérité et de connexion mise en place par les technologies du web.

Dans la *Galaxie Gutenberg*, un ouvrage portant sur les changements qu'a apportés la technique de l'imprimerie, McLuhan propose d'utiliser « une méthode des mosaïques » afin d'étudier la simultanéité. La figure mosaïque y apparaît encore une fois comme une figure théorique permettant l'étude des transformations médiatiques, une figure décidément apte à illustrer les modes de pensées par image. McLuhan (1967 : 7) en traite ainsi : « Image formée de nombreuses données et citations apportées en témoignage, la mosaïque constitue le seul moyen efficace de faire apparaître les opérations causales dans l'Histoire ». Pour lui, la bidimensionalité de la mosaïque constitue une façon efficace de produire une résonance « interstructuelle » entre de multiples dimensions du monde (McLuhan 1967 : 66). Il souligne en outre la thèse formulée par Gyorgy Kepes qui dit que la forme en mosaïque génère de la « simultanéité dynamique ». Kepes avait constaté comment, à l'époque médiévale, le même tableau représentait souvent le même personnage plusieurs fois : « Ce faisant, ils cherchaient à représenter toutes les relations

possibles qui l'affectaient, ce qu'ils reconnaissaient ne pouvoir faire qu'en décrivant simultanément plusieurs actions. C'est cette suite dans la signification, plutôt que la logique mécanique de l'optique géométrique, qui constitue la tâche essentielle de la représentation » (Kepes 1944, cité dans McLuhan 1967 : 188). McLuhan (1967 : 191) ajoute que la méthode scolastique était également une méthode des mosaïques, traitant « simultanément de plusieurs aspects et de plusieurs niveaux de signification ».

Le fait que McLuhan associe la simultanéité à la fois à la mosaïque et, plus loin dans son ouvrage, au courant électrique, fait écho aux propos de Dällenbach sur la possibilité d'un statisme politique et poétique de la forme mosaïque, par opposition à son dynamisme potentiel. Il écrit que cela peut se produire « lorsqu'elle n'est plus énergétique, que le *courant* ne passe plus entre ses morceaux, et qu'il ne se produit plus d'étincelles à leur contact » (Dällenbach 2001 : 165, emphase ajoutée). Le choix des mots-clés par l'artiste et l'autonomie des images tirées du web par rapport à la matrice dans les *Googlegrams*, contrairement à la consubstantialité du tout et des parties dans les photomosaïques de Silvers, permettent de faire passer ce courant dans la mosaïque. Ces œuvres sont ainsi tissées d'images provenant d'un peu partout dans le réseau du web. Le parallèle entre simultanéité et électricité évoque également la connectivité actuelle que permettent la mondialisation et internet. Les œuvres de Fontcuberta nous encouragent donc à développer une conception de l'image en tant que trame devenue réseau, une trame faite d'un tissage serré dont les fils la font se déployer en tous sens, que ce soit vers son sujet, son mode de diffusion ou sa forme.

3.3.2 Hyperphotographie : activer l'image

La multiplicité de l'image photomosaïque, lorsqu'elle est ainsi conçue comme une trame dynamique, rappelle la forme de l'hyperlien, cette technologie qui est à l'origine du « World Wide Web ». Les informaticiens qui ont inventé le premier navigateur web ont pensé l'appeler *Mosaic* et cela en dit long sur la primauté de cette figure dans la conception d'un espace hyperlié, accessible par une interface. Ce parallèle nous encourage également à étudier l'hyperphotographie telle qu'elle a été conceptualisée par Fred Ritchin dans *After Photography* (2009). Cette forme photographique en ligne permettrait de cliquer sur certaines zones de l'image de façon à atteindre de plus amples informations sur elles grâce à l'hyperlien. Plusieurs points

d'ancrage dans l'image mèneraient à d'autres images, à d'autres sites, à des textes, à du son, ou à des documents vidéo, afin de constituer une photographie devenue nodale. La photographie deviendrait un peu comme la carte d'un territoire à explorer, un point de départ, de ralliement ou un nœud principal. Cela permettrait aux spectateurs-internautes d'accéder plus en profondeur à ce qui est photographié, de participer activement au déploiement des sens ramifiés de l'image ainsi ouverte et amplifiée.

Le chapitre de Ritchin qui introduit sa notion d'hyperphotographie s'intitule « Connexions mosaïques ». Il propose l'analogie à la forme mosaïque pour parler de la photographie numérique après avoir présenté les analogies traditionnellement associées au médium photographique, soit celles du miroir et de la fenêtre. L'hyperphotographie permettrait d'aller de l'autre côté du miroir, que ce soit pour mieux expliquer une situation sociale photographiée ou pour créer des poèmes par l'image. Ainsi, « [l]a photographie n'est plus un objet tangible, un rectangle ressemblant à une peinture, mais une image éphémère formée de tuiles » (Ritchin 2009 : 70, trad. libre). Pour Ritchin, la photographie numérique actuelle ne serait qu'un état temporaire, précédant la mise en place du potentiel révolutionnaire de la photographie mosaïque hyperliée, capable d'interagir avec plusieurs médias. Puisque chaque photographie peut être considérée comme polyphonique, possédant différentes voix et différents niveaux de significations, chaque pixel aurait ainsi le potentiel de devenir une « porte de perception » (Ritchin 2009 : 70-71). Au lieu d'être simplement expliquée – ou indexée – par des mots, la photographie hyperliée ouvrirait l'image à plusieurs médias et aiguillerait le visiteur de l'image vers d'autres sites web ou d'autres photos (Ritchin 2009 : 73). Au-delà de la singularité d'une photographie, l'hyperphoto pourrait intégrer une partie du contexte et du discours, habituellement situés autour de l'image, *dans* l'image, par l'hyperlien⁸¹. Comme l'explorent le photomontage dada, les photomosaïques de Fontcuberta, ainsi que les concepts de l'image multistable et de la méthode des mosaïques, plusieurs points de vue sont liés dans l'hyperimage, rendant possible la coexistence de significations divergentes au sein de la même image. Alliant différentes perspectives temporelles et spatiales, ainsi que des histoires non linéaires et relativisées par différents points de vue culturels, une telle image permettrait, selon Ritchin, aux spectateurs de comprendre le monde et ses images différemment grâce aux technologies numériques (Ritchin 2009 : 144). On pourrait par exemple avoir accès à l'histoire des sujets photographiés, du photographe ou encore du contexte sociopolitique qui

⁸¹ Celui-ci nous renvoyant toutefois à l'extérieur de l'image, contrairement à la photomosaïque.

entoure la prise de vue. L'image hyperliée serait ainsi travaillée par plusieurs chaînes d'interprétations possibles. De cette façon, elle ne serait plus une surface ; elle serait creusée, dépliée et déliée de sa fixité photographique par des cascades de liens.

Cette forme réseautée de l'image pourrait donc permettre l'activation de ses différentes strates. C'est un peu ce que la photomosaïque parvient à faire en intégrant *dans* l'image de l'information visuelle additionnelle, dans une optique de « pensée par images » en phase avec les théories du tournant iconique. La photomosaïque arrive à intérioriser une part de ce processus hyperlié grâce à sa puissance de synthèse intégratrice ; les *Googlegrams* rendent en partie visible ce potentiel hyperphotographique de l'image dans le web⁸². Quoiqu'ils ne puissent pas donner le même genre d'information que le souhaite Ritchin en étant connectés aux résultats du moteur de recherche d'images, ils peuvent vraiment rendre visible, par images, ce qu'une photo peut *contenir*. En parvenant à intégrer visuellement de l'information supplémentaire dans la photographie, ils peuvent augmenter les possibles de l'image. Comme le propose Ritchin avec l'hyperphotographie, les *Googlegrams* d'Abu Ghraib permettent de faire de la photo de façon « cubiste », c'est-à-dire d'utiliser une stratégie de représentation multiperspective. Même si ces œuvres ne présentent pas réellement plusieurs points de vue de la même scène, sous des angles divers et à des moments différents, ils montrent différentes interprétations possibles et différentes chaînes d'images qui sont historiquement et politiquement *derrière* les photographies d'Abu Ghraib. En utilisant des chaînes de mots-clés soumis au moteur de recherche, les œuvres photomosaïques peuvent « dévoiler [une part des] opportunités de la photographie » (Ritchin 2009 : 147, trad. libre). Cela a pour effet de présenter une réalité sans vérité unique, qui concorde également avec la critique – sous-jacente aux *Googlegrams* – du système de véridiction par algorithmes que met en place Google.

De façon un peu utopiste, Ritchin stipule que l'hyperphotographie autoriserait une meilleure compréhension de chaque image en parvenant à illustrer adéquatement son contexte. Il demeure effectivement plus difficile de faire durer l'interprétation unitaire d'une image lorsqu'il est possible de déployer la multiplicité de ses significations. Sa complexité peut ainsi difficilement être oblitérée par son statut d'emblème (Ritchin 2009 : 71). Regarder les images qui composent le

⁸² La photomosaïque est également hyperphotographique dans le sens que lui donne le préfixe « hyper » qui sert à indiquer l'augmentation d'une propriété. Avant la photomosaïque, le photomontage cumulatif a également montré cette exacerbation du photographique dans une même œuvre.

Googlegram de l'homme cagoulé permet d'expérimenter la signification de l'image de façon bien différente de l'observation de la photographie-source devenue iconique. Transformées en tesselles, ses dix mille images de souffrance, qui renvoient à la Passion du Christ, révèlent l'une des chaînes possibles de l'image-matrice. Dans une version hyperphotographique fonctionnant en accord avec l'exacerbation d'une de ces « cascades d'images » décrites par Latour dans « *Iconoclash* », le « visiteur » de l'image hyperliée pourrait avoir accès à toute l'archive disponible des photographies prises à Abu Ghraib, ainsi qu'aux autres images de la tradition occidentale dont parle Eisenman dans *The Abu Ghraib Effect*. On pourrait y voir les parodies, pastiches et reprises des images, en plus des photographies de Qaissi, l'homme ayant prétendu être l'homme cagoulé, mais également accéder aux articles portant sur l'identité de l'individu photographié, ainsi qu'aux témoignages de soldats et de détenus présents. Les possibilités de l'image s'ouvrent et les chaînes peuvent ainsi se déployer en direction de ce qui se rapporte directement aux photographies d'Abu Ghraib ou suivre la transmission et la transformation culturelle à un niveau plus historique. La forme hyperphotographique pourrait faire voir l'avant et l'après de la « vie » des images et de ses trajectoires possibles. Elle permettrait de pousser plus loin encore ce processus de redensification visuelle des icônes qu'amorcent les *Googlegrams*.

Comme dans les conceptualisations d'origine de l'hypertexte par Vannevar Bush et Theodor H. Nelson, ce mode de connexion nous permet d'accéder à différentes chaînes conceptuelles à partir d'une même entité informationnelle (Landow 2006 : 10). Cela fait écho à l'argument de Latour dans « *Iconoclash* », où, plutôt que de regarder une seule image, une icône, ou même une inscription scientifique, on passe à plusieurs, à une cascade d'images. Tout comme les *Googlegrams* qui interrogent l'image matrice par mots-clés et par photo-tesselles tirées du web, l'hyperphotographie encourage l'instauration d'une incertitude par rapport au pouvoir de l'image, de même qu'elle peut aider à rediriger l'attention en faisant défiler les images, les sources et les interprétations, en menant le regardeur à l'extérieur de l'image iconique par l'hyperlien. Le morcellement de l'image initiale incite à démultiplier les chaînes possibles pour chaque aspect qu'elle renferme. L'hyperlien peut rendre visible ce qui était auparavant invisible, caché derrière la surface picturale, et ces informations additionnelles seraient accessibles *par* l'image. La mise en lien permettrait la mise en place de « l'univers "actable" » (Hertay 2006 : 107) de l'image.

De même, les hyperimages ainsi densifiées pourraient certainement être indexées de façon bien différente par les moteurs de recherche. Un certain calcul des hyperliens pourrait être

compatible avec les algorithmes actuels qui calculent le nombre de liens qui pointent vers une source. En considérant les images comme des nœuds du graphe internet plutôt que comme des contenus statiques, elles formeraient aussi des champs de connexions. Au-delà de la bidimensionnalité de l'image photographique et de l'écran numérique, la trame dynamique de l'image en ligne dépasse sa planéité dans la pratique du clic. Dans une conception hyperphotographique ou hypericonique, les fils qui tissent l'image et font (hyper)lien n'ont pas été coupés et forment autant de nouvelles trajectoires possibles dans la profondeur de l'image. Les tesselles photographiques des photomosaïques ne peuvent pas non plus équivaloir aux tesselles de mosaïques traditionnelles puisque, contrairement à ces dernières qui n'ont qu'une valeur plastique à elles seules, les photo-tesselles ont une valeur signifiante et constituent chacune un tout référentiel, tiré du contexte de la page l'ayant mise en ligne. Dans les *Googlegrams*, l'information visuelle additionnelle est intégrée dans l'œuvre plutôt qu'extérieure et rendue accessible par l'hyperlien. Cette information, un peu à la manière de citations, est donc interne aux photomosaïques. Tandis que l'hyperlien consiste en des renvois à l'extérieur du nœud principal que serait la photographie, la mosaïque des *Googlegrams* internalise ces éléments et les fait coexister, ce qui nous incite à les concevoir de façon plus « *interphotographique* ».

3.3.3 Intertextualité et porosité des images

Une telle conception de l'image fait effectivement écho à la théorie littéraire de l'intertextualité. Dans *Théorie d'ensemble*, un ouvrage collectif portant sur cette notion, Philippe Sollers (1968 : 75) soutient que « [t]out texte se situe à la jonction de plusieurs textes dont il est à la fois la relecture, l'accentuation, la condensation, le déplacement et la profondeur ». C'est-à-dire que l'intertextualité est un outil qui permet d'étudier les textes dans lesquels on cite, on fait allusion, on se réfère et on fait écho à d'autres textes. Soulignons que, dès l'origine du terme dans un article de 1966 sur le dialogisme de Mikhaïl Bakhtin écrit par Julia Kristeva (1978 [1969] : 85), l'intertextualité est décrite comme « une mosaïque de citations » puisque cette notion s'attarde à la nature assemblée de textes qui sont en tension constante entre l'unité et la fragmentation. Selon Barthes (1967, emphase ajoutée), au-delà d'une étude de l'influence littéraire, l'intertexte est, de façon similaire aux images décontextualisées qui forment les

Googlegrams, « un champ général de formules anonymes, dont l'origine est rarement repérable, de citations inconscientes ou *automatiques*, données sans guillemets ».

Dans son ouvrage synthétisant l'intertextualité, Tiphaine Samoyault (2001) la qualifie de « mémoire de la littérature ». Cette notion littéraire, lorsque conçue à partir de la question de la mémoire, semble plus facile à faire passer dans le domaine des images qui portent également en elles le souvenir du monde et de la culture visuelle passée. La dimension mémorielle de l'image est d'ailleurs fortement présente chez Eisenman dans *The Abu Ghraib Effect* avec la notion de *pathosformel* empruntée à Warburg. La mémoire évoque la culture qui pénètre les strates de l'image, qu'il s'agisse des substrats derrière l'image ou de ce qui s'ouvre devant elle. Latour (2002 : 26) fait un constat similaire dans « *Iconoclash* » :

“[l]'intertextualité” est une des manières d'envisager la cascade des images dans le domaine artistique – la relation profonde et inextricable qu'entretient chaque image avec toutes les images déjà produites, la relation complexe de kidnapping, d'allusion, de destruction, de distance, de citation, de parodie et de lutte.

En plus de la récurrence de l'usage du terme de « mosaïque » après Kristeva, les écrits usant des expressions « collage » et « tissage » littéraires sont aussi fréquents pour parler d'intertextualité. L'intertextualité se présente ainsi comme une notion littéraire qui permet de penser son objet d'étude en réseau, comme un assemblage ouvert constitué de connexions aux autres textes. Malgré la réticence de certains théoriciens littéraires, George P. Landow (2006) exprime clairement le lien qu'entretient la théorie littéraire de l'intertextualité des dernières décennies avec l'hypertexte informatique. L'hyperphotographie permet de penser quelque chose de similaire, tout comme les *Googlegrams*.

Les œuvres mosaïques de Fontcuberta incitent à réfléchir les images matrices en termes d'interphotographie ou d'une mémoire visuelle rappelant la notion de *pathosformel*. La réutilisation de la photographie de l'homme cagoulé dans l'une de ces œuvres montre comment cette photographie source se constitue – ici, littéralement – de toute une tradition de représentations se référant à la crucifixion. Le *Googlegram* de l'homme en laisse illustre quant à lui la chaîne hétérogène des individus se tenant derrière la production de cette image d'un bourreau et de sa victime. Les photomosaïques de Fontcuberta vont plus loin encore que l'illustration de la trajectoire originale, en usant des mots-clés de recherche comme paratexte de

façon à mettre en relief la parenté des images à leur structure de diffusion sur le web, ainsi que la relation inextricable des images aux mots dans l'environnement numérique. Les tesselles des *Googlegrams* dialoguent avec la matrice, par un réseau de réminiscences et d'échos. Les *Googlegrams* travaillent également avec la notion de tissage intertextuel présente dans la structure hyperliée du web⁸³ et des algorithmes de Google⁸⁴. Ils semblent alors parvenir à *déplier* l'image matrice et ses composantes, ou du moins quelques uns de ses replis, quelques-unes de ses lectures ou de ses points de vue. Une partie de ce qui se trouve implicitement dans l'image est rendu explicite par la photomosaïque. Ces œuvres sont citations, références, plagiat, collage et réappropriation. Cette « interimage » que proposent les photomosaïques de Fontcuberta ouvre la porte à un niveau d'interrelation dont la plénitude visuelle permet d'aller au-delà d'un réseau intertextuel. De plus, les tesselles majoritairement photographiques produisent autant de micro-espaces *dans* l'image. Ces micro-espaces sont aussi présents dans le photomontage, mais le principe de la photomosaïque tend à utiliser des photographies complètes en tant que tesselles plutôt que des fragments. La photomosaïque n'est donc pas un assemblage de fragments, mais un assemblage de plusieurs totalités, ce qui intensifie l'idée d'une micro-pénétration de l'espace dans le champ de l'image matrice. Les milliers de photographies sont des ouvertures vers d'autres lieux, d'autres temps et d'autres sujets, c'est-à-dire vers de nouvelles correspondances. Avec une image ainsi percée et ouverte par la photomosaïque, il n'y a plus d'intérieur ou d'extérieur ; l'image est poreuse.

⁸³ Cardon (2013b : 75) écrit à ce sujet : « Pure intertextualité, le graphe du web ne serait constitué que d'associations entre énoncés ».

⁸⁴ La notion linguistique de l'intertextualité évoque la logique de repérage hautement linguistique du moteur de recherche ainsi que son incapacité à effectuer le même travail sur l'image.

CONCLUSION

Un peu comme une « *picture theory* » ou une hypericône, telles que les conçoit Mitchell, les *Googlegrams* d'Abu Ghraib « imagent » une critique de l'image et du web. Le montage mosaïque qu'ils emploient est une forme d'entrecroisement par lequel les œuvres parviennent à sédimer les discours verbaux et visuels sous-jacents aux photographies matrices et aux images assemblées en elles. Ces discours sont surtout de l'ordre du politique et du technologique, recouvrant les idéaux de connectivité et d'accessibilité. En usant de la puissance symbolique de la figure mosaïque et du foisonnement photographique mis à disposition par le cyberspace, ces œuvres composites évoquent également la problématique du désir de tout voir en images ou de tout comprendre en *une* image iconique. En montrant comment les photographies d'Abu Ghraib ont été retravaillées, nous dessinons le réseau d'images qui traverse *Googlegram: Abu Ghraib* et *Googlegram: Crucifixion* et les lie à un ensemble de remises en question du rôle de l'image et de la technologie dans le façonnement de la sphère publique. Ces *Googlegrams* nous permettent ainsi d'explorer les relations qui se tissent entre la culture de réseau, l'image et la propagation idéologique d'une connexion fédératrice.

Les théories du tournant iconique, de même que d'autres propositions portant sur l'éloquence de l'image, nous ont servi à parcourir les strates hétérogènes que contiennent et raccordent les *Googlegrams* d'Abu Ghraib de Fontcuberta. Considérées comme des acteurs-réseaux, ces œuvres sont étudiées dans leur épaisseur, ou dans leur profondeur. Les éléments qu'elles allient se superposant et s'intriquant, la configuration de notre mémoire a fait se déployer trois réseaux interreliés dont nous décrivons les différentes associations, à partir des œuvres. Afin que puisse en découler un texte écrit cohérent malgré cette complexité, nous avons suivi le chemin tracé par les étapes de production des *Googlegrams* : d'abord les photographies-sources, puis leur transformation par les résultats du moteur de recherche et, en dernier lieu, le rendu photomosaïque des œuvres.

Ce qui précède et ce qui fait suite aux images-sources a été décrit afin de soutenir une critique de l'iconisation d'images aux interprétations aussi multiples et politiques que celles d'Abu Ghraib. En examinant les mots-clés utilisés par Fontcuberta pour faire ses recherches

d'images et en considérant l'hybridité des photomosaïques obtenues, nous avons indiqué de quelles façons le gisement photographique du web peut servir à interroger l'iconicité des photographies produisant des « cascades d'images » qui s'entassent, s'emboîtent et dialoguent.

L'analyse de certains des mécanismes du moteur de recherche met en lumière une partie du réseau d'éléments assemblés qui sous-tend cet engin. Dans la mesure où le moteur agit souvent comme tenant-lieu du web, l'étude des idéologies qui teintent sa mécanique expose les effets de cette technologie de représentation sur notre compréhension de l'information en ligne. Les écueils de la recherche d'images peuvent révéler, d'une part, les problématiques de la relation de l'image aux mots dans le web, comme la cécité iconique des robots indexeurs, et, d'autre part, la conception de la pertinence, fondée sur l'actualité et la popularité, encodée dans les algorithmes.

La forme mosaïque des *Googlegrams* est présentée en tant que figure théorique, opposant l'unitaire au multiple, et en tant que symbole politique, visant la promotion d'une idéologie unificatrice. La critique de l'image iconique initiée au premier chapitre, et poursuivie en relation à une technologie emblématique du web dans le second, se boucle par l'exploration d'une alternative à cette signification « plane » lorsqu'elle est mise en réseau informatique ou sémantique, dans une forme *hyper* ou *inter*photographique.

Les deux *Googlegrams* d'Abu Ghraib rassemblent les trois types de réseaux étudiés dans les trois chapitres qui, quoiqu'hétérogènes, demeurent liés par une critique de l'unitaire, qu'il s'agisse de la signification d'une image, du mode de représentation de l'information en ligne ou de symboles politiques. En ce sens, on peut concevoir les différents réseaux que génèrent et entremêlent les œuvres comme un assemblage visant à interroger les emblèmes, les icônes ou les idoles du début du XXI^e siècle. Grâce aux *Googlegrams*, des icônes de la guerre contre la terreur « post-9/11 », un emblème des technologies web, un symbole de la mondialisation, ainsi que leurs effets respectifs, peuvent être analysés. Cette interrogation par la fragmentation revient faire écho à l'acte de découpe dans les photomontages de Höch, démontrant le potentiel agressif de l'art en tant qu'arme (Bergius 1996 : 126). Les *Googlegrams* sont en effet des réassemblages photographiques qui rappellent les photomontages dadas, tant par leur médium que par leur propos critique. Ce parallèle établi entre des pratiques photographiques historiquement éloignées permet la mise en place d'un ancrage historique et artistique pour l'étude de la photomosaïque, un médium devenu banal et populaire dont il serait aisé de négliger la puissance symbolique.

Alors que les images d'Abu Ghraib reprises dans les *Googlegrams* sont criblées d'images plutôt que de lames, les micro-espaces qui trouent la photo-matrice et le tissage qui en résulte illustrent la puissance destructrice que peut posséder la masse envahissante des images que diffuse le web. Par ailleurs, cette destruction rappelle l'importance, dans la tradition de la mosaïque, des matériaux brisés et de la popularité du rôle du casseur chez les mosaïstes (Dällenbach 2001 : 66). Cela fonctionne un peu comme le marteau de Nietzsche servant à faire « sonner les idoles » dans la méthodologie à tendance iconoclaste proposée par Mitchell (2006) afin d'interroger les désirs des images. Dans les *Googlegrams*, ce marteau incarne cependant quelque chose qui s'approche plus de la définition d'une machine que de celle d'un outil, puisqu'il se constitue d'un assemblage de mots, de technologies web et de milliers d'images qui travaillent ensemble à l'interrogation des rôles et des statuts de l'image. La résonance que provoque le choc de cet alliage expose les fragments qui servent pourtant à reconstituer les entités emblématiques interrogées ; tout comme le mosaïste qui, après avoir fragmenté son matériel-source, travaille patiemment à la constitution d'une image.

Ces liens qui font se tenir ensemble les différents éléments s'illustrent encore dans une autre œuvre de la série des *Googlegrams* qui reprend une photographie d'une salle d'interrogatoire vide à la prison de Guantanamo (fig. 23.1 et 23.2). Pour celle-ci, Fontcuberta reconstruit l'image-source avec les résultats de recherche d'images obtenus en soumettant à Google une suite de mots-clés portant sur les modes d'acquisition de la connaissance : « *curiosity* », « *knowledge* », « *wisdom* », « *philosophy* », « *research* », « *erudition* », « *culture* », « *oratory* », « *eloquence* », « *interview* », « *chat* » et « *gossip* ». L'œuvre mosaïque conjugue les mots et les images de façon à intégrer les termes et les pratiques de la production de connaissance – sous-tendus dans la « culture de recherche » symbolisée par Google – à l'image associée aux pratiques de torture des interrogatoires de (présumés) terroristes. Sans suggérer l'équivalence des pratiques, l'œuvre nous montre qu'il existe une filiation qui mérite d'être examinée. Non seulement la guerre contre la terreur fonctionne, entre autres stratégies, par une guerre de l'image, mais elle met aussi en place un important combat par l'information. De même, l'interrogation est l'événement qui est invisible, mais sous-jacent, à ces images captées à Abu Ghraib et à Guantanamo. L'interrogation est également la raison d'être des mots-clés dans le cadre d'une recherche web, de même que ce

qui permet de trouver l'information dans l'archive du cyberspace, et ces diverses interconnexions coexistent, en même temps qu'elles sont signalées, par les *Googlegrams*.

Ce sont principalement des concepts issus de la sociologie de l'innovation qui nous ont aidés à montrer ce qui se cache sous la surface des œuvres et ce qui connecte ces éléments entre eux. Les images et la technologie sont des actants, agissant en réseau, dans celui des œuvres de Fontcuberta. Il s'agit donc de faire apparaître les médiateurs qui permettent ces interactions et leurs effets afin de reconnecter les réseaux et les acteurs que rassemblent les œuvres. En enregistrant la liste des relations et des actants que forment et transforment les *Googlegrams*, les différents liens qui rattachent les modes d'existence des images et des technologies dans le web sont retracés. Tout comme le suffixe « gramme » qu'utilise Fontcuberta pour intituler sa série peut se référer à une méthode de visualisation, notre mémoire vise à rendre « sinon visibles, du moins pensables et imaginables » (Latour 2006 : 117) les réseaux d'associations créés par les œuvres à l'étude, de façon à les « *faire parler* » (Latour 2006 : 113).

La sociologie de l'acteur-réseau permet également de travailler avec la multiplicité réversible de nos objets, c'est-à-dire de considérer l'acteur principal, les *Googlegrams*, non pas seulement comme une entité, mais comme un réseau, tout comme le réseau assemblé peut fonctionner en tant qu'acteur une fois lié. Cela s'illustre grâce à l'exploration des trois nœuds rattachés qui forment les images d'Abu Ghraib, le moteur de recherche et la photomosaïque, allant ainsi au-delà d'une dichotomie entre fond et forme que pourrait incorrectement suggérer cette réversibilité. Parallèlement, la figure mosaïque est d'une bidimensionalité qui, de premier abord, sied mal à la notion d'acteur-réseau. Si ce n'est que, dans les *Googlegrams*, elle est connectée au réseau du web via Google et à la profondeur spatiotemporelle de la photographie, ce qui peut produire un déploiement en trois dimensions. Par ailleurs, ces œuvres sont, notamment grâce à la photomosaïque, des objets poreux, susceptibles d'être traversés de part en part. Qui plus est, Latour (2010 : 9) affirme la pertinence de cette approche pour l'étude de l'environnement numérique : « Il y a bien une philosophie associée au numérique et c'est bien vrai, en fin de compte, que la théorie de l'acteur-réseau s'y trouve, malgré tous les dangers de confusion, comme un poisson dans l'eau ».

Les *Googlegrams* pourraient être approchés de bien d'autres façons du point de vue de l'histoire de l'art et de l'étude de la culture visuelle ; ils pourraient certainement être le point de départ d'une réflexion sur l'appropriationisme numérique en art, sur la création automatisée par logiciels ou encore sur le travail de re-représentation des archives d'images non-artistiques. Nous avons choisi de faire des œuvres, et des images qu'elles contiennent, des objets opératoires, en les faisant agir, en les considérant comme des acteurs-réseaux, dans le but d'élaborer une pensée critique sur les images dans le cyberspace. En qualifiant d'emblée notre corpus d'*analyseur*, nous mettons de l'avant sa fonction d'outil d'étude actif plutôt que d'objet d'étude analysé. Les images, la technologie et la forme qu'assemblent les *Googlegrams* d'Abu Ghraib, ensemble, démontrent comment ces œuvres, à la fois actrices et réseautées, subissent les effets de, agissent sur et se forment de chacun des acteurs-réseaux décrits dans chacun des chapitres. En d'autres termes, nous effectuons un travail de mise en réseau des éléments qui se nouent et se dénouent *dans et par* ces œuvres.

Comme Sigrid Wiegel (2008 [2004] : para. 13, emphase ajoutée) l'écrit : « Les images sont les acteurs principaux de notre pensée, parce qu'elles accomplissent cette réalisation prodigieuse qui consiste à *relier* des choses et des événements du monde extérieur, ou bien des vécus personnels, avec les archives de notre savoir ». À cet égard, Mitchell (2009 [1987] : 48, emphase ajoutée) soutient que « l'image est la notion générale qui *maintient liés* le monde et les "figures du savoir" ». Ces figures et archives de notre savoir, *reliées et maintenues ensemble*, sont à la fois les images qui constituent notre culture visuelle – des images marquantes ou celles qui peuplent le web de façon plus anonyme – et les technologies visant à conserver et à diffuser les savoirs. Wiegel (2008 [2004] : 9, emphase dans l'original) indique en outre comment le tournant iconique cache en réalité « un développement qui devrait en fait être décrit comme un tournant vers une culture visuelle *par-delà* les images ». Une telle conception du pouvoir de l'image nous incite à ouvrir les œuvres à des problématiques allant au-delà des questions artistiques ou plus strictement visuelles, tout en demeurant attachés aux interrogations portant sur les formes de représentations, en retenant les aspects que pointent les *Googlegrams* avec le plus d'insistance.

Se pencher sur le rapport qu'entretient le moteur de recherche avec les images peut révéler une part de l'activité de celles-ci dans le web et de plus amples analyses parviendront certainement à décrire autrement les liens qui se tissent aujourd'hui entre images, technologies web et idéologies. Considérant l'importance du cyberspace, tant dans le façonnement de notre

quotidien que de nos manières de penser, il est nécessaire de poursuivre l'étude du web du point de vue de l'image, ainsi que de l'image du point de vue du web, afin d'en déployer les multiples facettes. L'analyse de la culture visuelle demande de s'enrichir de la sociologie de la technologie de façon à pouvoir adapter notre pensée critique aux environnements dans lesquels évoluent désormais les images. En ouvrant la recherche aux différentes associations qui s'établissent entre de telles pratiques symboliques, la remise en question de la neutralité politique des codes numériques peut fonctionner de pair avec l'analyse du pouvoir politique des images, afin d'en faire un champ d'études fertile.

Bibliographie

Ouvrages

- AGAMBEN, Giorgio (2003). *Homo Sacer II, État d'exception*, Traduit de l'italien par Joël Gayraud, Paris : Seuil.
- AUGÉ, Marc (2009). *Pour une anthropologie de la mobilité*, Paris : Éditions Payot et Rivages.
- AUGÉ, Marc (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris : Seuil.
- AULETTA, Ken (2009). *Googled: The End of the World as We Know it*, New York : Penguin Books.
- BATTELLE, John (2005). *The Search. How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture*, New York : Portfolio Trade.
- BECKER, Konrad (2009), « The Power of Classification: Culture, Context, Command, Control, Communications, Computing », Konrad BECKER et Felix STALDER (éd.), *Deep Search: The Politics of Search Beyond Google*, Innsbruck : Studien Verlag, p. 163-172.
- BENJAMIN, Walter (2008). *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris : Gallimard. [1939]
- BERGIUS, Hanne (1996), « Simultaneous Montage: Art in the perspective of Life », Stephen C. FOSTER et Hanne BERGIUS (éd.), *The History of Dada: Dada Triumphs!: Berlin Dada 1917-1923 (Crisis and the Arts)*, New York : G.K. Hall & Co., p. 113-188.
- BOLTER, Jay David et GRUSIN, Richard (2000). *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, Mass. : MIT Press.
- BROWN, Michelle (2009). *The Culture of Punishment: Prison, Society and Spectacle*, New York, NY : NYU Press.
- CARDON, Dominique (2010). *La démocratie internet*, Paris : Seuil.
- CASSIN, Barbara (2007). *Google-moi. La deuxième mission de l'Amérique*, Paris : Albin Michel.
- CASTELLS, Manuel (2002). *La Galaxie Internet*, Paris : Fayard.
- CHATONSKY, Gregory (2005), « La mosaïque sans origine (temps et espace du flux) », Reynald DROUHIN, *Reynald Drouhin : Frags*, Rennes : Écoles des Beaux-arts de Rennes, p. 30-37.

CUSAC, Anne-Marie (2009). *Cruel and Unusual: The Culture of Punishment in America*, New Haven et Londres : Yale University Press.

DÄLLENBACH, Lucien (2001). *Mosaïques, un objet esthétique à rebondissement*, Paris : Seuil.

DANNER, Mark (2009). *Stripping the Body Bare: Politics Violence, War*, New York, NY : Nation Books.

DE BARY, Cecile (2006), « La mosaïque comme métaphore : un avatar de l'*ut pictura poesis* ? », Livio BELLOÏ et Michel DELVILLE (éd.), *L'œuvre en morceaux : esthétiques de la mosaïque*, Paris : Les impressions nouvelles, p. 132-143.

DE SENARCLENS, Pierre (2005). *La mondialisation. Théories, enjeux et débats*, 4e édition : Armand Colin.

DEBRAY, Régis (1991). *Cours de médiologie générale*, Paris : Gallimard.

DEBRAY, Régis (1992). *Vie et mort de l'image*, Paris : Gallimard.

DEBRAY, Régis (2000). *Introduction à la médiologie*, Paris : Presses universitaires de France.

DERRIDA, Jacques (1995). *Mal d'archive : une impression freudienne*, Paris : Gallilée.

DIAZ, Alejandro (2008), « Through the Google Goggles: Sociopolitical Bias in Search Engine Design », Amanda ZIMMER et Michael SPINK (éd.), *Web Search: Multidisciplinary Perspectives*, Berlin : Springer, p. 11-34.

DIDI-HUBERMAN, Georges (2002). *L'Image survivante : histoire de l'art et temps des fantômes selon Aby Warburg*, Paris: Éditions de Minuit.

DIDI-HUBERMAN, Georges (2009). *Quand les images prennent position*, Paris : Minuit.

DOUEIHI, Milad (2008). *La Grande Conversion numérique*, Paris : Seuil.

DUBOIS, Philippe (1983). *L'acte photographique et autres essais*, Paris : F. Nathan.

EISENMAN, Stephen (2007). *The Abu Ghraib Effect*, London, UK : Reaktion Books.

FOUCAULT, Michel (2008). *Les mots et les choses. Une anthropologie des sciences humaines*, Paris : Gallimard. [1966].

FOUCAULT, Michel (2008). *L'archéologie du savoir*, Paris : Gallimard. [1969].

FOURMENTRAUX, Jean-Paul (2003), « Archéologie du net art – une esthétique du fragment », Reynald DROUHIN, *Reynald Drouhin : Frags*, Rennes : Écoles des Beaux-arts de Rennes.

- FREEDBERG, David (1998). *Le pouvoir des images*, Paris : G. Monfort.
- FRIZOT, Michel (1987). *Photomontages : photographie expérimentale de l'entre-deux-guerres*, Paris : Centre national de la photographie.
- FRIZOT, Michel et Cedric DE VEIGY (2009). *VU, le magazine photographique*, Paris : La Martinière Éditions.
- GOMBRICH, E.H. (1986). *Aby Warburg: an Intellectual Biography*, Chicago, IL : University of Chicago Press.
- HABERMAS, Jurgen (1978). *La science et la technique comme « idéologie »*, Paris : Denoël / Gonthier.
- HALAVAIS, Alexander (2009). *Search Engine Society*, Malden, MA : Polity Press.
- HARIMAN, Robert et John Louis LUCAITES (2007). *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture and Liberal Democracy*, Chicago : University of Chicago Press.
- HEINICH, Nathalie (1998), « La posture descriptive », Nathalie HEINICH (éd.), *Ce que l'art fait à la sociologie*, Paris : Minuit.
- HERSH, Seymour (2005). *Chain of Command: the Road from 9/11 to Abu Ghraib*. New York, NY : Harper Perennial.
- HERTAY, Alain (2006), « Entre déambulation et disparition : le cédérom d'art et d'essai à l'aune de la mosaïque », Livio DELVILLE et Michel BELLOÏ (éd.), *L'œuvre en morceaux : esthétiques de la mosaïque*, Paris : Les impressions nouvelles, p. 102-110.
- HILLIS, Ken, Michael PETIT et Kylie JARRET (2012). *Google and the Culture of Search*. London : Routledge.
- HINMAN, L.M. (2008), « Searching Ethics: The Role of Search Engines in the Construction and Distribution of Knowledge », Amanda ZIMMER et Michael SPINK (éd.), *Web Search: Multidisciplinary Perspectives*, Berlin : Springer, p. 67-76.
- HONNEF, Klaus (1993), « Symbolic Form as a Vivid Cognitive Principle: An Essay on Montage », *John Heartfield*, New York : Harry N Abrams, p. 49-64.
- IPPOLITA (2011). *Le côté obscur de Google*, Paris : Payot & Rivages.
- JEANNENEY, Jean Noël (2007). *Google and the Myth of Universal Knowledge: A View from Europe*, Chicago : University of Chicago Press.
- JIMENEZ, José et André GILBERT (2007). *Datascares / Joan Fontcuberta : Orogenesis / Googlegrams*, Séville et Québec : Photovision et VU.

KELLY, Kevin (1994). *Out of Control: The New Biology of Machines, Social Systems, and the Economic World*, Menlo Park, CA : Addison-Wesley.

KELSEY, Robin et Blake STIMSON (2008). *The Meaning of Photography*, New Haven : Yale University Press.

KEMP, Martin (2012). *From Christ to Coke: How Image Becomes Icon*. New York : Oxford University Press.

KRACAUER, Siegfried (2008), « La photographie », *L'Ornement de la masse*, Paris : Découverte. [1927].

KRAUSS, Rosalind (1993). « Notes sur l'index », *L'originalité de l'avant-garde et autres mythes modernistes*, Paris : Macula, p. 65-91.

KRISTEVA, Julia (1978). *Sēmeiōtikē : recherches pour une sémanalyse*, Paris : Seuil. [1969].

LAFONTAINE, Céline (2004). *L'empire cybernétique : des machines à penser à la pensée machine*, Paris : Seuil.

LANDOW, George (2006). *Hypertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization*, Baltimore, Mass. : Hopkins Fulfillment Service.

LATOUR, Bruno (1989). *La science en action*, Paris : La Découverte.

LATOUR, Bruno (1991), « Technology is Society Made Durable », John LAW, *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology, and Domination*, London, UK : Routledge.

LATOUR, Bruno (2002), « Iconoclash : Pour en finir avec la guerre des images », Bruno LATOUR et Peter WEIBEL (éd.), *ICONOCLASH. Beyond the Image Wars in Science, Religion and Art*, Aude Tincelin, Cambridge, Mass. : ZKM ; MIT Press, p. 14-28.

LATOUR, Bruno (2005). *Reassembling the social: An Introduction to Actor-Network Theory*, New York : Oxford University Press.

LATOUR, Bruno (2010), « Avoir ou ne pas avoir de réseau : *that's the question* », Madeleine AKRICH (éd.), *Débordements. Mélanges offerts à Michel Callon*, Paris : Presses de l'École des Mines, p. 257-268.

LAVIN, Maud (1992), « Photomontage, Mass Culture and Modernity », Matthew TEITELBAUM (éd.), *Montage and Modern Life 1919-1942*, Cambridge, Mass. : MIT Press, p. 36-59.

LAVIN, Maud (1993). *Cut with the Kitchen Knife*, New Haven : New Haven Yale University Press.

LESSIG, Lawrence (2006). *Code v.2*, New York : Basic Books.

LEVY, Steven (2011). *In the Plex: How Google Thinks, Works, and Shape Our Lives*, New York, NY : Simon & Schuster.

LINFIELD, Susie « Abu Ghraib and the Jihad: The Dance of Civilizations », *The Cruel Radiance: Photography and Political Violence*, Chicago : The University of Chicago Press.

LIPKIN, Jonathan (2006). *Révolution numérique : une nouvelle photographie*, Paris : La Martinière.

LOVINK, Geert (2009), « Society of the Query: The Googlization of our lives », Konrad BECKER et Felix STALDER (éd.), *Deep Search: The Politics of Search Beyond Google*, Innsbruck : Studien Verlag, p. 45-53.

MANOVICH, Lev (2003), « Metadating the image », Lev MANOVICH, Rafael LOZANO-HEMMER et Massumi (éd.), *Making Art of Databases*, Rotterdam : Brian NAI Publishers.

MANOVICH, Lev (2010). *Le langage des nouveaux médias*, Dijon : Les presses du réel. [2001].

MANOVICH, Lev (2012). *Info-aesthetics*, Londres : Bloomsbury UK Academic.

MCLUHAN, Marshall (1967). *La Galaxie Gutenberg*, Montréal : Hurtubise.

MCLUHAN, Marshall (1993). *Pour comprendre les médias : les prolongements technologiques de l'homme*, Jean Paré, Saint-Laurent, Québec : Bibliothèque québécoise. [1964].

MÉLON, Marc-Emmanuel (2006), « Mosaïques numériques et esthétique de la mondialisation », Livio BELLOÏ et Michel DELVILLE, *L'œuvre en morceaux : Pour une esthétique de la mosaïque*, Paris : Les impressions nouvelles, p. 111-131.

MITCHELL, W.J.T. (1994). *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago : University of Chicago Press.

MITCHELL, W.J.T. (2006). *What Do Pictures Want?: The Lives and Loves of Images*, Chicago : University of Chicago Press.

MITCHELL, W.J.T. (2009). *Iconologie : Image, texte idéologie*, Paris : Les prairies ordinaires. [1987].

MITCHELL, W.J.T. (2011). *Cloning Terror: The War of Images, 9/11 to the Present*, Chicago : University of Chicago Press.

MITCHELL, William J. (1994). *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-photographic Era*, Cambridge, Mass. : MIT Press.

MOHOLY-NAGY, Laszlo (1993). *Peinture, photographie, film et autres écrits sur la photographie*, Nîmes : J. Chambon. [1922-1947].

MOROZOV, Evgeny (2012). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Jackson, TN : PublicAffairs.

MOROZOV, Evgeny (2013). *To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism*, Jackson, TN : PublicAffairs.

MORRIS, Errol et GOUREVITCH, Phillip (2008). *Standard Operating Procedure*, London : Penguin Press.

MORRIS, Errol (2011). *Believing is Seeing: Observations on the Mysteries of Photography*, New York : Penguin Press.

PETERS, Edward (1999). *Torture*, Philadelphia, PA : University of Pennsylvania Press.

PHELAN, Peggy (2012), « Atrocity and Action: The Performative Force of the Abu Ghraib Photographs », Geoffrey BATCHEN (éd.), *Picturing Atrocity: Photography in Crisis*, London, UK : Reaktion Books, p. 51-62.

POLLOCK, Griselda (2012), « Photographing Atrocity: Becoming Iconic? », Geoffrey BATCHEN (éd.), *Picturing Atrocity : Photography in Crisis*, London, UK : Reaktion Books, p. 65-78.

RETORT (Iain Boal, T.J. Clark, Joseph Matthews, Michael Watts) (2008). *Des images et des bombes : politique du spectacle et néolibéralisme militaire*, Rémy TOULOUSE et Nicolas VIEILLESZAZES (éd.), Paris : Les prairies ordinaires.

RIBALTA, Jorge (2008), « Molecular Documents: Photography in the Post-photographic Era, or How Not to Be Trapped Into False Dilemmas », Robin STIMSON et Blake KELSEY (éd.), *The Meaning of Photography*, New Haven : Yale University Press.

RICH, Wilbur C. (2007). *David Dinkins and New York City Politics: Race, Images and the Media*, Albany : State University of New York Press.

RICOEUR, Paul (1997). *L'idéologie et l'utopie*, Paris : Seuil.

RIFKIN, Jeremy (2005). *L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, Paris : La Découverte.

RITCHIN, Fred (1999). *In Our Own Image: The Coming Revolution in Photography : How Computer Technology is Changing Our View of the World*, New York : Aperture.

RITCHIN, Fred (2009). *After Photography*, New York : W.W. Norton.

RÖHLE, Theo (2008). « Dissecting the Gatekeepers. Relational Perspectives on the Power of Search Engines », Amanda ZIMMER et Michael SPINK (éd.), *Web Search: Multidisciplinary Perspectives*, Berlin : Springer, p. 117-132.

- ROY, André (2007). *Dictionnaire général du cinéma : Du cinématographe à internet : art, technique, industrie*, Montréal : Les éditions Fides.
- SAMOYAUULT, Tiphaine (2005). *L'intertextualité : mémoire de la littérature*. Paris : Armand Colin.
- SAID, Edward (1979). *Orientalism*, London : Penguin Press.
- SCHLESINGER, James (2004), « The Schlesinger Report », Karen J. GREENBERG et Joshua L. DRATEL (éd.), *The Torture Papers: the Road to Abu Ghraib*, New York : Cambridge University Press, p. 908-875.
- SEGONDS, Amélie (2009). *Indexation visuelle et recherche d'images sur le web – enjeux et problèmes*, Master II, Paris : École des hautes études en sciences sociales.
- SOLLERS, Philippe (1968), « Écriture et révolution. Entretien de Jacques Henric avec Philippe Sollers. », Michel FOUCAULT, et autres (éd.), *Théorie d'ensemble*, Paris : Seuil, p. 67-79.
- SONTAG, Susan (1977). *On Photography*, New York, NY : Dell Publishing.
- SONTAG, Susan (2003). *Regarding the Pain of Others*, New York : Farrar, Straus and Giroux.
- SOUSSLOUFF, Catherine M. (2007), « Post-colonial Torture: Rituals of Viewing at Abu Ghraib », Mark FRANKO (éd.), *Ritual and Event : Interdisciplinary Perspectives*, London NY : Routledge.
- STEIN, Sally (1992), « “Good fences make good neighbours” », Matthew TEITELBAUM (éd.), *Montage and Modern Life 1919-1942*, Cambridge, Mass. : MIT Press, p. 128-189.
- SUNSTEIN, Cass R. (2007). *Republic.com 2.0*, Princeton : Princeton University Press.
- TAGUBA, Antonio (2003). *Taguba Report: AR 15-6 Investigation of the 800th Military Police Brigade*, [Oversight Report, Investigative File (AR 15-6)]: Deputy Commanding General Support, Coalition Forces Land Component Command, U.S. Government.
- TEITELBAUM, Matthew (1992). *Montage and Modern Life 1919-1942*, Cambridge, Mass. : MIT Press.
- THAYER, Lee (1987). *On communication: Essays in Understanding*, Norwood, NJ : Ablex Pub. Co.
- VAIDHYANATHAN, Siva (2011). *The Googlization of Everything (and why we should worry)*, Los Angeles : University of California Press.
- VALÉRY, Paul (1927), « La conquête de l'ubiquité », *Oeuvres, tome II, Pièces sur l'art*, Nrf : Gallimard.

VAN ANDEL, Pek et Danièle BOURCIER (2009). *De la sérendipité : dans la science, la technique, l'art et le droit: leçons de l'inattendu*, Chambéry : Act mem.

VAN COUVERING, Elizabeth (2008), « The History of the Internet Search Engine: Navigational Media and the Traffic Commodity », Amanda ZIMMER et Michael SPINK (éd.), *Web Search: Multidisciplinary Perspectives*, Berlin : Springer, p. 177-206.

VARNELIS, Kazys (2007), « Conclusion: The Rise of Network Culture », *Networked Publics*, Cambridge, Mass. : MIT Press, accessible en ligne au http://networkedpublics.org/the_rise_of_network_culture, consulté le 4 janvier 2014.

WIENER, Norbert (1971). *Cybernétique et société : l'usage humain des êtres humains*, Paris : Unuin générale d'éditions. [1948].

ŽIŽEK, Slavoj (2012). *Violence. Six réflexions transversales*, Nathalie Peronny, Lalaune : Au diable vauvert.

Articles

BACHIMONT, Bruno (2005). « Image et audiovisuel : la documentation entre technique et interprétation. Critique et perspectives », *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 42, no. 6, p. 348-353.

BARBARO, Michael et Tom ZELLER (2006). « A Face Is Exposed for AOL Searcher No. 4417749 », *New York Times*, p.C4, [en ligne], accessible au <http://select.nytimes.com/gst/abstract.html?res=F10612FC345B0C7A8CDDA10894DE404482>, consulté le 4 janvier 2014.

BARTHES, Roland (1985). « Texte (théorie du) », *Encyclopedia Universalis*, vol.17, Paris, p.996-1000. [1967].

BARTHES, Roland (1982). « Rhétorique de l'image », *L'obvie et l'obtus. Essais critiques 3*, Paris : Seuil. [1964].

BAUDRILLARD, Jean (2004). « Pornographie de la guerre », *Libération (Tribune)*, 19 mai 2004, [en ligne], accessible au <http://www.liberation.fr/tribune/0101489387-pornographie-de-la-guerre>, consulté le 4 janvier 2014.

BERGMAN, Michael K. (2001). « White Paper: The Deep Web: Surfacing Hidden Value », *The Journal of Electronic Publishing*, Date, vol. 7, no. 1, [en ligne], accessible au <http://dx.doi.org/10.3998/3336451.0007.104>, consulté le 4 janvier 2014.

BOEHM, Gottfried (2008). « Par-delà le langage ? Remarques sur la logique des images », *Trivium*, no.1, 2008, [en ligne], accessible au <http://trivium.revues.org/252>, consulté le 9 janvier 2014. [2004]

BOEHM, Gottfried et MITCHELL, W.J.T. (2009). « Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters », *Culture, Theory and Critique*, vol. 50, no. 2-3, p. 103-121.

BREDEKAMP, Horst (2008). « Actes d'images comme témoignage et comme jugement », *Trivium*, [en ligne], no.1, 2008, accessible au <http://trivium.revues.org/226>, consulté le 9 janvier 2014. [2004]

BUCHLOH, Benjamin (1984). « From Faktura to Factography », *October*, vol. 30 (Autumn 1984), p.82-119.

BUSH, Vannevar (1945). « As We May Think », *The Atlantic*, 1^{er} juillet 1945, [en ligne], accessible au <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/>, consulté le 4 janvier 2014.

CARBY, Hazel (2004). « A Stange and Bitter Crop: The Spectacle of Torture », *Open Democracy*, 10 octobre 2004, [en ligne], accessible au http://www.opendemocracy.net/media-abu_ghraib/article_2149.jsp, consulté le 4 janvier 2014.

CARDON, Dominique (2013a). « Présentation », *Réseaux*, vol. 1, no. 177, p.9-21.

CARDON, Dominique (2013b). « Dans l'esprit du PageRank. Une enquête sur l'algorithme de Google », *Réseaux*, vol. 1, no. 177, p. 63-95.

DILLON, George L. (2000). « Dada Photomontage and net.art Sitemaps », *Postmodern Culture*, vol. 10, no. 2, [en ligne], accessible au http://muse.jhu.edu/journals/postmodern_culture/v010/10.2dillon.html

ERGMANN, Raoul (1969). « Le miroir en miettes », *Diogene*, no. 68, pas de numéros de pages.

FATTAH, Hassan M. (2006). « Symbol of Abu Ghraib Seeks to Spare Others His Nightmare », *The New York Times*, 11 mars 2006, [en ligne], accessible au <http://www.nytimes.com/2006/03/11/international/middleeast/11ghraib.html>, consulté le 4 janvier 2014.

– Correction de l'éditeur, publiée le 18 mars 2006, [en ligne], accessible au <http://www.nytimes.com/2006/03/18/pageoneplus/corrections.html>, consulté le 4 janvier 2014.

GUNTHERT, André (2004). « L'image numérique s'en va-t'en guerre : Les photographies d'Abou Ghraib », *Études photographiques*, no. 15, p. 124-134.

GUNTHERT, André (2009). « L'image partagée : comment internet a changé l'économie des images », *Études photographiques*, no. 24, p. 182-209.

GUNTHERT, André (2012). « La révolution de la photographie vient de la conversation », *Culture visuelle* [en ligne], accessible au <http://culturevisuelle.org/icones/2456>, consulté le 4 janvier 2014.

HEARTNEY, Eleanor (2004). « A war and its images », *Art in America*, no. 14, p. 51-55.

HERSH, Seymour (2004a). « Torture at Abu Ghraib. American Soldiers Brutalized Iraqis. How Far Up Does the Responsibility Go? », *The New Yorker*, 10 mai 2004, [en ligne], accessible au http://www.newyorker.com/archive/2004/05/10/040510fa_fact, consulté le 4 janvier 2014.

HERSH, Seymour (2004b). « The Gray Zone. How a Secret Pentagon Program Came to Abu Ghraib. », *The New Yorker*, 24 mai 2004, [en ligne], accessible au http://www.newyorker.com/archive/2004/05/24/040524fa_fact, consulté le 4 janvier 2014.

JENKINS, Éric (2008). « My iPod, My iCon: How and Why Do Images Become Icons? », *Critical Studies in Media Communication*, vol. 25, no. 5, p.466-489.

LATOURE, Bruno (1987). « Les 'vues' de l'esprit. Une introduction à l'anthropologie des sciences et des techniques », *Reso*, vol. 27, no. 5, p.79-96.

LATOURE, Bruno (1990). « On actor-network theory. A few clarifications plus more than a few complications », [en ligne], accessible au <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/P-67%20ACTOR-NETWORK.pdf>, consulté le 4 janvier 2014.

LATOURE, Bruno et Adam LOWE (2011). « La migration de l'aura ou comment explorer un original par le biais de ses fac-similés », *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, vol. Printemps 2011, no. 17, p. 173-191.

LESSIG, Lawrence (2000). « Code is Law: On Liberty in Cyberspace », *Harvard Magazine*, [en ligne], Date, no. Jan-Feb 2000. [en ligne], accessible au <http://harvardmagazine.com/2000/01/code-is-law-html>, consulté le 4 janvier 2014.

MACKINNON, Catharine A. (2006). « Women's September 11th: Rethinking the International Law of Conflict », *Harvard International Law Journal*, [en ligne], Date, vol. 47, no. 1, http://www.harvardilj.org/wp-content/uploads/2010/10/HILJ_47-1_MacKinnon.pdf, consulté le 4 janvier 2014.

MIRZOEFF, Nicholas (2006). « Invisible Empire: Visual Culture, Embodied Spectacle, and Abu Ghraib », *Radical History Review*, vol. Spring 2006, no. 95, p. 21-44.

MOROZOV, Evgeny (2009). « Texting Toward Utopia. Does The Internet Spread Democracy? », *Boston Review*, Mar/Apr 2009, vol. 34 no. 2, p.19, [en ligne], accessible au <http://www.bostonreview.net/evgeny-morozov-texting-toward-utopia-internet-democracy>, consulté le 4 janvier 2014.

MORRIS, Merrill et Christine OGAN (1996). « The Internet as Mass Medium », *Journal of Communication*, vol. 46, no. 1, p.39-50.

MOXEY, Keith (2008). « Les études visuelles et le tournant iconique », *Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*, no. 11, p. 149-168.

SANTE, Luc (2004). « Tourists and Torturers », *New York Times*, 11 mai 2004, [en ligne], accessible au <http://www.nytimes.com/2004/05/11/opinion/tourists-and-torturers.html>, consulté le 4 janvier 2014.

SMITH, R. Jeffrey et Josh WHITE (2004). « General Granted Latitude At Prison. Abu Ghraib Used Aggressive Tactics. », *Washington Post*, 12 juin 2004, p.A01, [en ligne], accessible au <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A35612-2004Jun11.html>, consulté le 4 janvier 2014.

SOLOMON-GODEAU, Abigail (2007). « Torture à Abou Graib : Les medias et leur dehors », *Multitude*, vol. Hiver Printemps 2007, no. 28, [en ligne], accessible au <http://multitudes.samizdat.net/Torture-a-Abou-Ghraib-Les-medias>, consulté le 4 janvier 2014.

SONTAG, Susan (2004). « Regarding the Torture of Others », *The New York Times*, 23 mai 2004, [en ligne], accessible au <http://www.nytimes.com/2004/05/23/magazine/regarding-the-torture-of-others.html?pagewanted=all&src=pm>, consulté le 4 janvier 2014.

STIEGLER, Bernd (2008). « Iconic Turn et réflexion sociétale », *Trivium*, [en ligne], no.1, 2008, mis en ligne le 08 avril 2008, accessible au <http://trivium.revues.org/308#ftn12>, consulté le 4 janvier 2014.

TASSIN, Étienne (1991). « Espace commun ou espace public ? L'antagonisme de la communauté et de la publicité », *Hermès*, no. 10, p. 23-37.

WIEGEL, Sigrid (2008). « Les images, acteurs majeurs de la connaissance. À propos de la poiesis et de l'épistème des images langagières et visuelles », *Trivium*, [en ligne], no. 1, 2008, accessible au <http://trivium.revues.org/319>, consulté le 4 janvier 2014. [2004]

WIEVIORKA, Michel (2004). « Irak : Hygiène du bourreau », *Libération*, accessible en ligne au http://www.liberation.fr/tribune/2004/05/13/irak-hygiene-du-bourreau_479328, consulté le 4 janvier 2014.

ŽIŽEK, Slavoj (2010). « Welcome to the Desert of the Real », [en ligne], accessible au <http://www.egs.edu/faculty/slavoj-zizek/articles/welcome-to-the-desert-of-the-real/>, consulté le 4 janvier 2014.

Pages web

BARBROOK, Richard et Andy CAMERON (1995). *The Californian Ideology*, Date, [en ligne], accessible au <http://www.hrc.wmin.ac.uk/theory-californianideology-main.html>, consulté le 4 janvier 2014.

CHÉROUX, Clément (2011). « *From Here On* », Les Rencontres d'Arles Photographie 2011, [en ligne], accessible au http://www.rencontresarles.com/A11/C.aspx?VP3=CMS3&VF=ARL_3_VForm&FRM=Frame%3AARL_7, consulté le 3 janvier 2014.

CLINTON, Hilary (2010). « Remarks on Internet Freedom », Publications du gouvernement des États-Unis d'Amérique, [en ligne], accessible au <http://www.state.gov/secretary/rm/2010/01/135519.htm>, consulté le 4 janvier 2014.

FONTCUBERTA, Joan (2006). « *Archive Noise* », Zabriskie Gallery, [en ligne], accessible au <http://www.zabriskiegallery.com/exhibition.php?ex=13&page=45>, consulté le 4 janvier 2014.

GOOGLE [s.d.]. *Google recherche d'images*, [en ligne], accessible au <https://support.google.com/webmasters/answer/114016>, consulté le 4 janvier 2014.

GOOGLE [s.d.]. *Related Search Previews*, [en ligne], accessible au <http://www.google.com/intl/fr/insidesearch/features/images/relatedsearchpreviews.html>, consulté le 4 janvier 2014.

GOOGLE [s.d.]. *How Search Works: Algorithms*, [en ligne], accessible au <http://www.google.com/intl/fr/insidesearch/howsearchworks/algorithms.html>, consulté le 4 janvier 2014.

SCHMELZER, Paul (2004). « Logoizing Abu Ghraib », *EyeTeeth* [blogue], mis en ligne le 22 juillet 2004, accessible au <http://eyeteeth.blogspot.ca/2004/07/logoizing-abu-ghraib.html>, consulté le 4 janvier 2014.

Film

MORRIS, Errol (2008). *Standard Operating Procedure*, Sony Pictures Classics.

Figures



Figure 1.1 : *Googlegram: 11-S NY*, 2005, Joan Fontcuberta. Épreuve chromogénique, 95 x 165 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Légende :

September 11 plane crash snapshots. The photographs have been refashioned using photomosaic freeware, linked to Google's Image Search function. The final result is a composite of 8,000 images available on the Internet that responded to the words: "God", "Yahve" and "Allah", in Spanish, French and English as search criteria.



Figure 1.2 : *Googlegram: 11-S NY* (détail), 2005, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.



Figure 2.1 : *Googlegram: Abu Ghraib*, 2004, Joan Fontcuberta. Épreuve chromogénique, 120 x 155 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Légende :

Private Lynndie England humiliating a prisoner in the Abu Ghraib detention center in Baghdad. The photograph has been refashioned using photomosaic freeware, linked to Google's Image Search function. The names of individuals and positions mentioned in the Final Report of the Independent Panel to Review DoD Detention Operation (also known as the Schlesinger Panel) regarding Abu Ghraib prisoner abuse were fed into Google as search criteria. The final result is a composite of 10,000 images available on the Internet that responded to those criteria. Search words: Enlisted soldiers: Sergeant Joseph Darby, Sergeant Javal, Private First Class Lynndie England, Staff Sergeant Ivan Frederick, Specialist Charles Graner, Specialist Sabrina Harman, Jeremy Sivits; Defense Department officials and military officers: Deputy Undersecretary of Intelligence Stephen Cambone, Lieutenant General Ricardo Sanchez, Major General Barbara Fast, Major General Geoffrey Miller, Brigadier General Janis Karpinski, Colonel Thomas Pappas, Lieutenant General William Boykin; Civilian contractors: Steven Stephanowicz, Joe Ryan; Top officials: President George W. Bush, Vice President Dick Cheney, Defense Secretary Donald Rumsfeld, Alberto Gonzales.



Figure 2.2 : *Googlegram: Abu Ghraib* (détail), 2004, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.



Figure 3.1 : *Googlegram: Crucifixion*, 2006, Joan Fontcuberta. Épreuve chromogénique, 160 x 114 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Légende :

Iraqian citizen Haj Ali stages the torture he suffered before a TV crew. The two photographs have been refashioned using photomosaic freeware, linked to Google's Image Search function. The final result is a composite of 10,000 images available on the Internet that responded to the following words selected from Gospel accounts of Christ's Passion as search criteria: "crucifixion", "sacrifice", "martyr", "torment", "torture", "sufferance", "execution", "flagellation", "eccehomo" and "redemption".

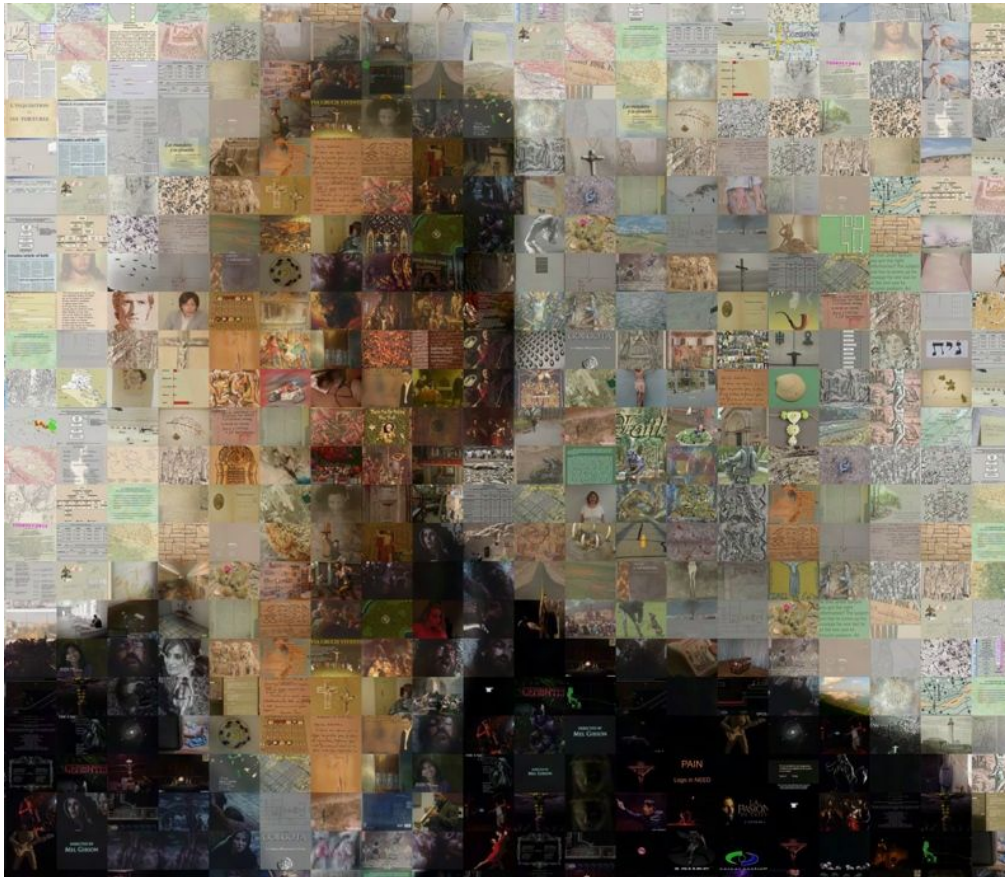


Figure 3.2 : *Googlegram: Crucifixion* (détail), 2006, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.



Figure 3.3 : *Googlegram: Crucifixion* (détail), 2006, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.



Figure 4 : Photographie de Lynndie England tenant un prisonnier en laisse à la prison d'Abu Ghraib, Irak, 2003, prise par Charles Graner.

Source : <http://wodumedia.com/the-decade-in-news-photography/this-is-a-file-image-obtained-by-the-associated-press-which-shows-pfc-lyndie-england-holding-a-leash-attached-to-a-detainee-in-late-2003-at-the-abu-ghraib-prison-in-baghdad-iraq-ap-photo-file/>, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 5 : Photographie du prisonnier surnommé « Gilligan » se tenant sur une boîte, à la prison d'Abu Ghraib, Iraq, 2003, prise par Ivan Frederick.

Source : http://rawstory.com/news/2007/Seymour_Hersh_shocking_new_Abu_Ghraib_0617.html, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 6 : Photographie de Sabrina Harman et du cadavre de Manadel al-Jamadi à la prison d'Abu Ghraib, Iraq, 2003.

Source : http://graphics8.nytimes.com/images/blogs/morris/posts/27morris_2728_C_11.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 7 : Photographie de prisonniers nus et empilés, aux côtés de Charles Graner et Lynndie England à la prison d'Abu Ghraib, Iraq, 2003.

Source : <http://www.aljazeera.com/indepth/features/2013/07/2013715113237109200.html>, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 8 : Capture d’écran partielle de la page des « Tendances des recherches » du le moteur de recherche de Google, pour les mots-clés « Abu Ghraib », de 2004 à janvier 2014. Accessible au : <http://www.google.fr/trends/explore#cmpt=q>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.



Figure 9 : Capture d’écran partielle de la page des « Tendances des recherches » du moteur de recherche de Google, pour les mots-clés « Abu Ghraib photos », de 2004 à janvier 2014. Accessible au : <http://www.google.fr/trends/explore#cmpt=q>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.



Figure 10 : *iRaq/iPod*, Forkscrew Graphics, affiche installée à New York, NY, 2004, photographie par W.J.T. Mitchell. Reproduit avec la permission de W.J.T. Mitchell. Source : http://www.indybay.org/newsitems/2004/06/19/16860801.php?show_comments=1, consultée le 8 janvier 2014. En noir et blanc dans : MITCHELL, W.J.T. (2011). *Cloning Terror: The War of Images, 9/11 to the Present*, Chicago : University of Chicago Press, p.106.



Figure 11 : Photographie du prisonnier surnommé « Gilligan », encagoulé, Ivan Frederick à droite, à la prison d'Abu Ghraib, Iraq, 2003, prise par Sabrina Harman. Source : <http://reseauinternational.net/2013/09/12/irak-la-guerre-la-plus-humaine-de-lhistoire/>, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 12.1 : Centre d'exploitation de données de Pryor en Oklahoma, capture d'écran partielle du site de présentation des *Data Centers* de Google, accessible au <http://www.google.com/about/datacenters/gallery/#/places/18>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.



Figure 12.2 : Centre d'exploitation de données de Douglas County en Georgie, capture d'écran partielle du site de présentation des *Data Centers* de Google, accessible au <http://www.google.com/about/datacenters/gallery/#/places/8>, captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.



Figure 13 : Capture d'écran partielle de la page de résultats sur le moteur de recherche d'images de Google, pour le mot-clé « ecce homo », captée par Christelle Proulx le 8 janvier 2014.

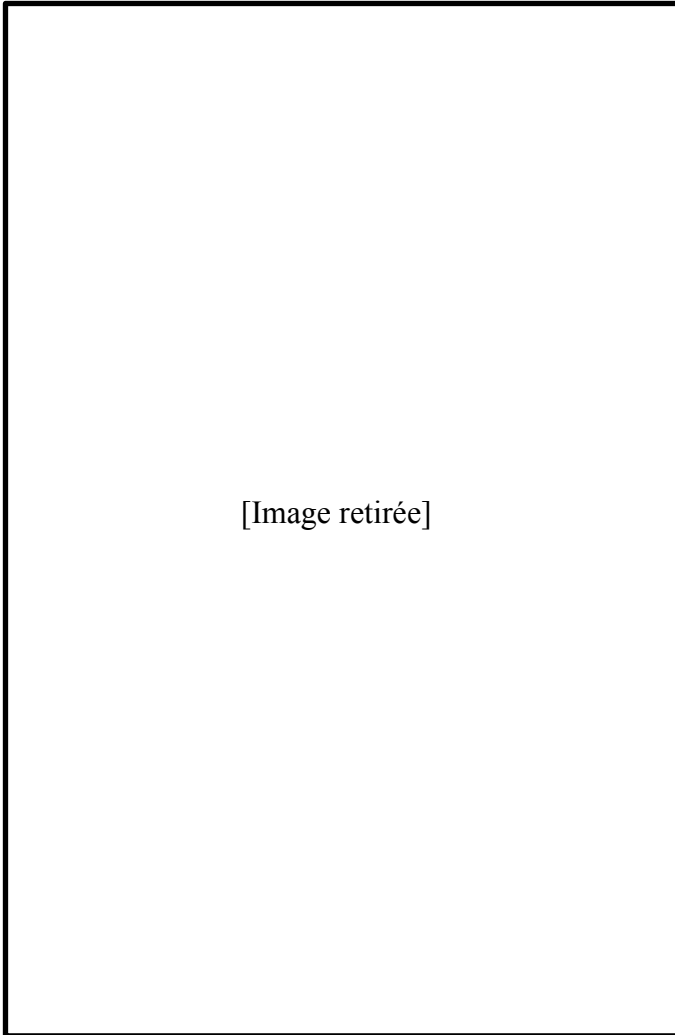


Figure 14 : *Schnitt mit dem küchenmesser Dada durch die letzte weimarer Bierbauchkulturepoche Deutschlands*, 1919-1920, Hannah Höch, photomontage, 90 x 144 cm, Staatliche Museum, Berlin.

Source : http://www.arthistoryarchive.com/arthistory/dada/arthistory_dada.html, consultée le 8 janvier 2014.



[Image retirée]

Figure 15 : *AIDS Faces*, 1994, publicité de Benetton.

Source : http://www.benettongroup.com/40years-press/imgs/image_gallery/03_Our_Campaigns/Institutional_Campaigns/13_1994_camAIDSFaces.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 16.1 : *JFK*, Robert Silvers, 2006. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/jfk_big.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 16.2 : *JFK (détail)*, Robert Silvers, 2006. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/jfk_detail.jpg, consultée le 8 janvier 2014.

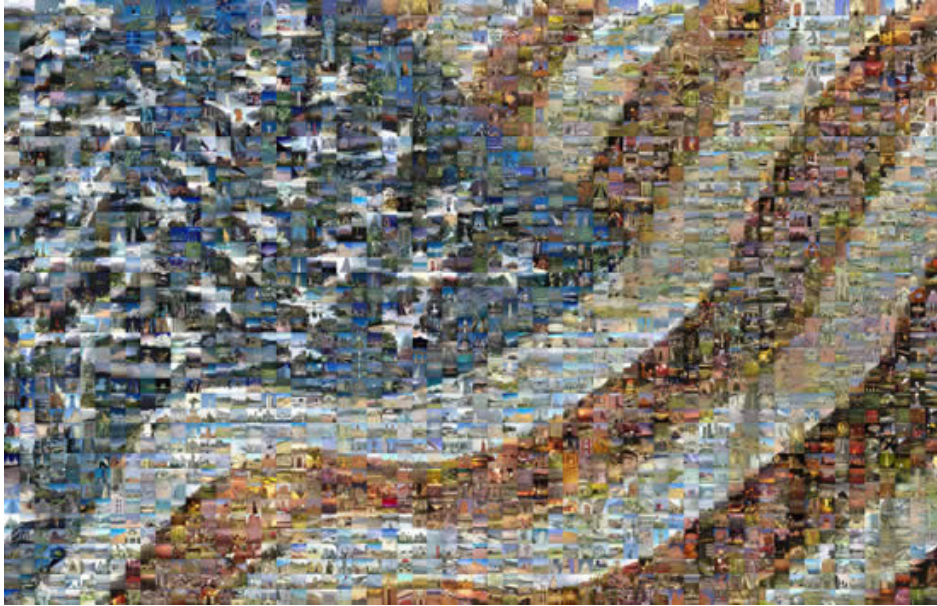


Figure 17.1 : *Flag*, Robert Silvers, 2004. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/american_flag.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 17.2 : *Flag* (détail), Robert Silvers, 2004. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/amer_flag_detail.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 18.1 : *Newsweek Pictures of the Week: A Tribute to Lady Di*, en page couverture du *Newsweek*, 22 décembre 1997, Robert Silvers. Reproduit avec la permission de Robert Silvers. Source : <http://www.photomosaic.com/images/newsweek600x800.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 18.2 : *Newsweek Pictures of the Week: A Tribute to Lady Di* (détail), en page couverture du *Newsweek*, 1997, Robert Silvers. Reproduit avec la permission de Robert Silvers. Source : http://www.photomosaic.com/images/diana_detail2.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 19.1 : *Dollar Bill*, Robert Silvers, [s.d.]. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : <http://www.photomosaic.com/images/dollarbill.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 19.2 : *Dollar Bill* (détail), Robert Silvers, [s.d.]. Reproduit avec la permission de Robert Silvers.
Source : http://www.photomosaic.com/images/dollar_det.jpg, consultée le 8 janvier 2014.



Figure 20 : *Carnaval de patinage, patinoire Victoria, photographie composite, Montréal, QC, 1870*, William Notman, 1870, Papier albuminé, 137 x 176 cm, © Musée McCord, licence Creative Commons.



Figure 21 : Image tirée de *Des_Frags*, 2001, Reynald Drouhin, œuvre en ligne (qui n'est plus accessible). Reproduit avec la permission de Reynald Drouhin.
Source : <http://www.reynalddrouhin.net/rd/wp-content/uploads/2007/03/desfrags.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.

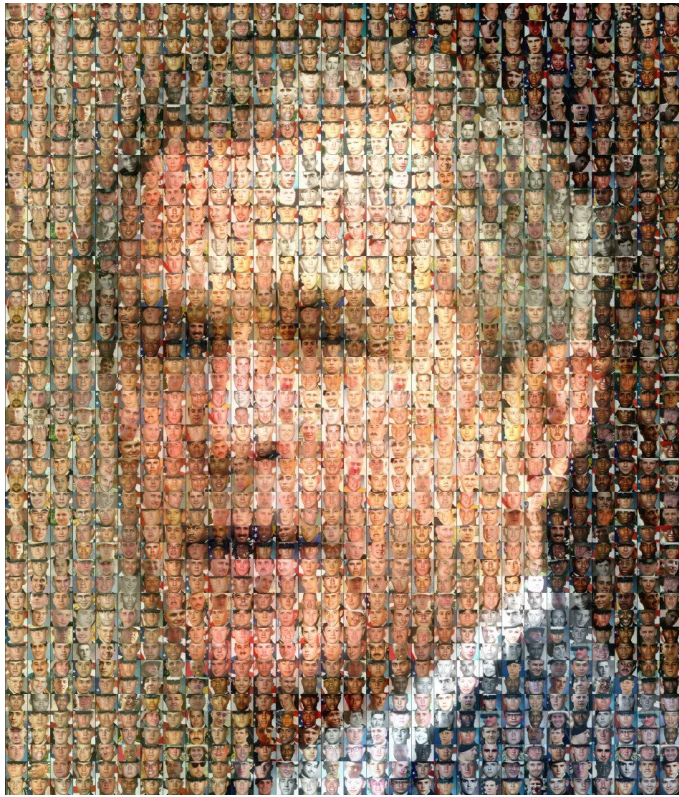


Figure 22.1 : *War President*, 2004, Joe Wezorek, publié originalement sur le blogue *American Leftist*, accessible au http://www.amleft.blogspot.ca/archives/2004_04_01_amleft_archive.html, consultée le 8 janvier 2014. Reproduit avec la permission de Joe Wezorek.

Source : <http://giantoutstallationart.tyo.ca/wp-content/uploads/2005/12/War-President-Joseph-Wezoreks-photomosaic-portrait-of-President-Bush-composed-from-960-images-of-American-soldiers-killed-in-Iraq.jpg>, consultée le 8 janvier 2014.

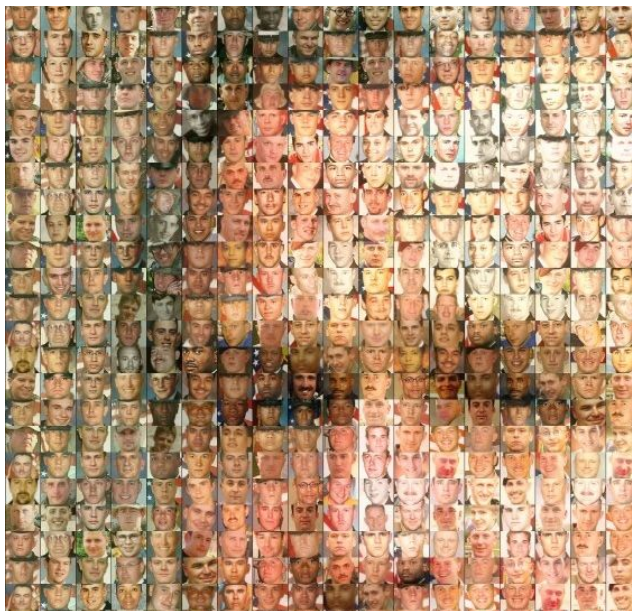


Figure 22.2 : *War President* (détail), 2004, Joe Wezorek. Reproduit avec la permission de Joe Wezorek.



Figure 23.1 : *Googlegram: Guantanamo*, 2004, Joan Fontcuberta, Épreuve chromogénique, 120 x 150 cm. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

Légende :

Interrogation cell at Guantanamo secret US detention center. The photograph has been refashioned using photomosaic freeware, linked to Google's Image Search function. The final result is a composite of 10,000 images available on the Internet that responded to the following words as search criteria: "curiosity", "knowledge", "wisdom", "philosophy", "research", "erudition", "culture", "oratory", "eloquence", "chat" and "gossip".



Figure 23.2 : *Googlegram: Guantanamo* (détail), 2004, Joan Fontcuberta. Reproduit avec la permission de Joan Fontcuberta.

