

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

Les images rumorales. Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

Pascal Froissart – Maître de conférences, Université de Paris VIII (Saint-Denis)

Il existe dans l'espace social un certain nombre d'images qui circulent sur le même mode que les rumeurs et que l'on pourrait qualifier par extension d'"images rumorales". Leur auteur est souvent anonyme (ou plutôt, la signature n'est pas reconnue comme un élément d'appréciation) et elles circulent par copies successives sans que personne ne revendique de plan de diffusion : ne sont-elles pas le parangon des "images anonymes" que l'on peut étudier par ailleurs ¹ ?

Caractéristiques et corpus des "images rumorales"

De même que les rumeurs "langagières", les images rumorales empruntent tantôt des chemins médiatiques (presse, médias électroniques...) tantôt des voies informelles (de la main à la main, de e-mail à e-mail...). Dans tous les cas, elles maintiennent soigneusement leur origine dans l'ombre : les images rumorales sont rarement signées, et quand elles le sont, ou bien la signature est erronée, ou bien la signature ne leur confère aucune valeur particulière. Certaines images rumorales portent encore la marque du site duquel elles sont issues ² ; mais la référence est trop lointaine ou trop "impersonnelle" pour gêner la diffusion de l'image sous couvert d'anonymat ; en fait, ce sont des images pour lesquelles la source n'est pas

tenue pour garant de signature ("sourcées" mais non signées, comme diraient les journalistes). Une autre constante commune aux images rumorales et aux rumeurs est leur intention problématique. Font-elles rire ? Font-elles peur ? Font-elles mal ? Nul ne sait, et tout le monde y trouve une propre interprétation.

La caractéristique principale des images rumorales, tout comme les rumeurs "langagières", est cependant paradoxale : c'est l'absence totale de marqueurs pour les identifier. Alors que les contes sont souvent identifiés par le traditionnel « il était une fois », les rumeurs cherchent encore leur marqueur consacré. Pour les "rumeurs langagières", on fait parfois référence à l'emploi du conditionnel ³ ou à la locution « il paraît » ⁴ ; dans les deux cas pourtant, les emplois sont trop nombreux qui ne concernent pas les rumeurs pour qu'on puisse les caractériser par ce seul point. De même, les images rumorales échappent à la présence de marqueurs formels : rien dans leur constitution ne peut les rattacher à un corpus ou un autre ; ni leur ton, ni leurs thèmes, ni leur technique... *A posteriori* même, quand on a mené l'enquête pour tenter de leur trouver une origine, une généalogie ou un auteur, la taxinomie est encore trop difficile à dresser. Certes, les thèmes humoristiques semblent



Figure 1. « face_ap.jpg » (sans date, ni signature). Photographie en noir & blanc prise par un photographe indépendant, sur support numérique, le jour de la catastrophe du World Trade Center.

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

dominer, et les connotations sexuelles paraissent récurrentes. Certes, l'authenticité semble un bon moteur de diffusion (cf. par exemple, les photographies du World Trade Center (WTC), où une "vraie" figure satanique apparaît dans les flammes⁵ [Figure 1]). Mais il y a trop de contre-exemples pour que ces caractéristiques puissent être érigées en lois. Les photos "vraies" circulent en effet aussi bien (ou aussi mal) que les photos maquillées (cf. la Figure 2, superbe vue d'un iceberg solitaire, qui s'avère composée de 4 clichés différents⁶)... Les supports sont également les plus divers : des photographies, des dessins d'artiste (Figure 3), des "diaporamas" (Figure 6 & Figure 7), des vidéogrammes... Enfin, la technicité ne semble pas indispensable, puisque les œuvres de professionnels (Figure 4) sont aussi bien diffusées que celle des amateurs (Figure 5)... Les images rumorales sont décidément rétives !

Les seuls critères qui tiennent finalement sont tenus (des images qui circulent sans périodicité et sans support *a priori*) et le plus solide d'entre eux est également le plus problématique : pour la plupart, ces images sont répertoriées dans les catalogues de rumeur langagière, au gré des ouvrages spécialisés (Brunvand⁷, Champion-Vincent & Renard⁸, etc.) et des publications scientifiques (*Fabula*, *FOAF-news*) ou électroniques (www.hoaxbuster.com, site francophone, et www.snopes.com ou [urban legends.about.com](http://urbanlegends.about.com), sites anglophones, parmi les plus populaires.).

L'objet rumorale est donc caractérisé par ce qu'on pense qu'il est, davantage que par ce qu'on peut y décerner. Ce dernier aspect est le point le plus critique dans la définition de l'objet : il se peut qu'en identifiant ainsi un objet sans aucun "signe extérieur d'existence", on plonge plus ou moins volontairement dans l'*effet de réel* (ce que j'ai qualifié ailleurs de rumorisme⁹). On veut tellement que l'objet d'étude existe, qu'il finit par exister... au moins aux yeux des observateurs !

Nonobstant les réserves théoriques, *i. e.* que les images rumorales soient le résultat d'un effet de réel ou des objets réels, elles se constituent donc au gré des recherches qui leur sont consacrées, faisant apparaître un réel corpus de récits rumorales... sans aucune garantie ce dernier représente une quelconque catégorie positive.



Figure 2. « Iceberg.jpg » (sans date, ni signature). Montage photographique (couleurs) représentant un iceberg immergé dans une mer limpide, sous un ciel bleu azur. (Les sites bien informés permettent de retrouver l'auteur, Ralph A. Clevenger, et diffuseur, l'agence américaine Corbis.)



Figure 3. « AMOUR.jpg » (sans date, ni signature). Dessin humoristique au trait (noir & blanc), représentant deux enfants en train de "faire l'amour"...



Figure 4. « Mesimpôts.jpg » (non daté, signé). Dessin humoristique au trait (couleurs), représentant un paquet de cigarettes d'une marque connue, dont le nom a été changé pour « Mes impôts », en référence au montant des taxes prélevées sur le tabac. (Signé « Delucq ».

Mention du site d'origine :
« <http://www.webmatin.com> »

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

Usage et réception des images rumorales

Les exemples d'images rumorales sont souvent tirés de l'immense réservoir que représente le réseau Internet¹⁰. Il faut l'avouer, le Réseau mondial donne un sérieux coup de pouce à ce type de messages iconiques : ils y circulent comme jamais, y sont aisément conservés, et facilement copiés... Encore faut-il



Figure 5. « ouf.jpg » (sans date, ni signature). Photographie insolite (couleurs) d'une voiture immobilisée par un sabot, que les bulldozers ont contourné au cours de leur travail (d'où le titre de la photographie, exprimant le soulagement).



Figure 6. « message_interplanetaire.pps », planche 1 (sans date, ni signature). Diaporama en deux planches. La première reproduit avec une typographie colorée le discours imaginaire d'un extra-terrestre se déguisant en e-mail...

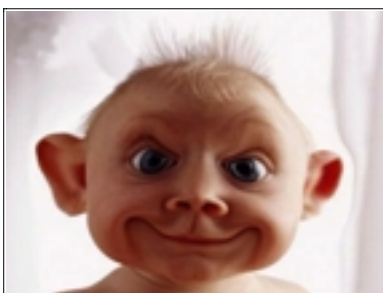


Figure 7. « message_interplanetaire.pps », planche 2. La deuxième planche du diaporama est composée d'une photographie (couleurs), en plein écran : retouchée avec un logiciel de *morphing*, elle représente un nouveau-né comiquement difforme et que le spectateur associe par inférence à l'extra-terrestre mentionné dans la première planche...

nuancer, et rendre compte que l'"usage" en est affecté : les images rumorales circulent davantage qu'elles ne sont stockées. La raison en est que leur outil de prédilection est le serveur de messagerie et non le serveur de pages de sites.

Sur Internet en effet, les images rumorales circulent de *e-mail* à *e-mail* : on s'envoie les images entre amis et collègues, avec un petit mot d'accompagnement ou même parfois... rien du tout. Sur le plan technique pourtant, il est possible de renvoyer son interlocuteur à l'un des nombreux sites spécialisés où sont collectionnées ce type d'images (des sites sur les rumeurs et légendes contemporaines, des sites spécialisés dans l'humour¹¹, voire des sites personnels). Mais l'usage n'est pas consacré. En fait, la plupart des images rumorales sont annexées à un courrier électronique, en pièce jointe¹², et elles sont envoyées à un correspondant unique, ou un groupe de correspondants choisis dans le carnet d'adresse personnel¹³, ou encore un groupe de correspondants constitués en forum de discussion (type "newsgroup"). Un même individu peut donc inonder plusieurs dizaines de ses correspondants habituels avec le même message, sans que ça ne lui demande aucun investissement¹⁴. Cet aspect de "mailing list" fait penser au "spam", forme aveugle de *cyber-marketing* en vogue depuis le début des années 1990 où un message publicitaire est diffusé à un ensemble d'adresses électroniques sans accord préalable des destinataires. Mais, si elles se ressemblent par leur aspect injonctif (« achetez ! » pour le *spam*, « regardez ! » pour les images rumorales), les deux formes de cyber-sociabilité doivent être distinguées par leur signature : on connaît forcément l'origine de la publicité puisqu'on doit s'y référer pour acheter, tandis que les images rumorales conservent leur anonymat, feint ou réel, et continuent de cacher leur intention.

On en revient là encore : l'intention des images rumorales ne se laisse pas facilement cerner. S'agit-il d'images pour nous informer, pour nous faire rire et pleurer, pour nous alerter ? Qu'y a-t-il de commun entre l'insolite image de lions paisiblement alignés dans l'ombre d'un petit avion de tourisme (Figure 8) et celle d'une silhouette humaine au milieu des ruines du WTC détruit ? (Figure 9) L'intention des auteurs est insondable, et plus

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

encore de ceux qui font circuler les images ainsi produites.

Le problème est récurrent avec les rumeurs. L'intention s'interprète mal : elle se heurte au problème d'une intention *commune*. En effet, rien ne dit jamais que l'intention (s'il y en a une) du créateur (s'il y en a un) de la rumeur soit reprise à chaque maillon de la chaîne de rumeur. Si l'auteur de l'image veut amuser par exemple, il n'est pas dit que toutes les personnes-relais partagent ensuite cette intention : pour ces dernières, transmettre l'image rumorale peut être une manière de dénoncer, de marquer une approbation à un sujet d'actualité, voire même constituer un acte magique (dans certains cas, les images rumorales sont assimilées aux chaînes de lettres¹⁵ qui promettent mille morts au cas où on ne les retransmet pas...)

De même, l'intention portée au statut de l'œuvre (en des termes searliens où le créateur décide en grande part ce qui est de la fiction ou qui n'en est pas¹⁶) est tout aussi problématique : réalité ou fiction ? fait ou artefact ? vérité ou mensonge ? L'ambivalence est permanente, tout le long de la chaîne de rumeurs : que sait-on de l'intention du créateur ? (intention première) que sait-on de l'intention des diffuseurs successifs ? (intentions secondes). En d'autres termes, le créateur peut bien imaginer que tout le monde verra ou comprendra que l'image rumorale a été falsifiée, mais rien ne dit que les spectateurs d'une telle image ne se laissent prendre au piège. Le meilleur exemple donné par le truquage éhonté et talentueux d'une photographie touristique : un touriste pose devant la caméra, il est en haut d'un gratte-ciel new-yorkais, et un avion semble foncer sur lui (cf. Figure 10) – image accompagnée d'un commentaire sibyllin : la photographie résulterait du développement d'un film trouvé dans les ruines du bâtiment détruit !

Ce cliché est l'objet de discussions ardentes, mêlant moult arguments de sens commun (pas le bon accoutrement pour un jour ensoleillé de septembre), pratiques (une seule tour du World Trade Center possédait un observatoire ouvert au public, et ce n'est pas celle qui est attaquée par le Nord) ou technique (bruit des réacteurs qui aurait dû détourner l'attention des protagonistes de la scène). À la fin de l'argumentaire, on attache volontiers le



Figure 8. « AFRICA.jpg » (sans date ni signature). Photographie en couleurs représentant un avion de tourisme garé en bout de piste, dans l'ombre duquel sont alignés paisiblement neuf lionnes et lionceaux. (Titre du e-mail : « une petite pour la route ». Date : 03/09/2001. Collection personnelle.)



Figure 9. « flag2.jpg » (sans date ni signature). Photographie en couleurs représentant les ruines du World Trade Center, d'où émergent la silhouette d'un homme et, dans le bord droit de l'image, un drapeau américain. (Des images similaires prises par des professionnels ont été largement diffusées ; celle-ci était annoncée « originale ». Titre du e-mail : « The flag was still there ». Date : 13/09/01. Contenu du e-mail : « A very good image to pass around. » Collection personnelle.)



Figure 10. « crash.jpg » (daté, non signé). Photographie en couleurs représentant un touriste à la balustrade d'un gratte-ciel américain, et un avion en arrière-plan fonçant sur la scène. (Le cliché porte la date "automatique" du 11 septembre 2001 : « 09 11 01 », en bas à droite. La date est maquillée, de l'aveu de l'auteur.)

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

statut de fiction au cliché. Pourtant, les discussions n'ont eu de cesse jusqu'à ce qu'une revue électronique de renommée mondiale fasse basculer finalement le statut de la photographie¹⁷ dans la farce avouée. Dans un véritable rituel de dévoilement, l'auteur y est démasqué (un Hongrois, farceur, et bon technicien), son anonymat y est levé (même si ce n'est que partiellement : on connaît son seul prénom, Peter!), et l'on y publie ses aveux : oui, il est le créateur du trucage ; oui, il l'a réalisé à base de photographies personnelles numérisées (un voyage touristique en 1997) et d'images publiques (l'image d'avion de l'entreprise victime, trouvée sur un site Internet). Mais, encore une fois, rien ne garantit que les motivations de l'auteur (la volonté de se payer une tranche de rire avec des amis) ont été partagées par l'ensemble des personnes qui ont relayé l'image. Certains l'ont sûrement crue assez réelle pour s'en effrayer, d'autres l'ont sûrement trouvé drôle... Bref, les intentions secondes ne se laissent pas deviner, malgré le diagnostic de nombreux « rumoranciens », qui interprètent la rumeur en plaquant l'intention première (telle qu'elle est perçue en première analyse) sur l'ensemble des intentions secondes¹⁸. Pourtant, on tombe à coup sûr dans le flou le plus total : ainsi que la chiromancie, les prédictions ne sont pas « falsifiables », pour reprendre les termes poppériens.

Dans le cas inverse où l'intention première était sincère dans l'authenticité (par exemple, la photographie révélant *a posteriori* un « visage » satanique dans les fumées de l'incendie du WTC, cf. Figure 1), la question des intentions secondes ne suit pas un chemin différent : certes, on apprend que la photo n'est pas truquée¹⁹, et ainsi que le créateur est sincère ; mais que sait-on des intentions secondes de ceux qui l'ont diffusé au-delà du réseau des agences de presse ? Rien, là encore.

La modernité problématique des images rumorales

Si les images rumorales circulent si facilement, on peut croire que la modernité y est pour quelque chose : c'est le bouton « Forward » des logiciels de courrier électronique qui explique que les images circulent aussi bien ; un petit *clic*, et le monde est chaviré ! On en

```

      | \_ / |           D \_ / \
      ( 0_0 )           ( 0_o )
      == (Y) ==         (V)
----- (u) --- (u) --- oOo --U-- oOo ---
--|-----|-----|-----|-----|

```

Figure 11. Tableau d'ASCII-Art (composé avec 168 caractères typographiques usuels), représentant un chat et un chien cachés par un muret. (Holly M. Burns, 2001.
<http://www.doghause.com/ascii.html>)



Figure 12. « Christelle.jpg » (sans date ni signature). Photographie en couleurs représentant une jeune femme accoudée à une table de restaurant. La pose est sensuelle, l'innocence semble incarnée. (Titre du mail : « Disparition : Christelle » (29/10/01). Dans ce cas précis, la photographie représente une personne qui s'est émue de voir le cliché dispersé à tout vent, si l'on se fie aux informations des sites spécialisés (ce qui explique le prudent ajout ici d'une zone de flou sur le cliché). L'image continue néanmoins de circuler, malgré les nombreux démentis des autorités compétentes. C'est un phénomène fréquent dans le cas des « appels à enfant disparu ». Une liste indexée par ordre de crédulité est conservée sur urbanlegends.about.com/library/blxkids.htm.)



Figure 13. « Penny.jpg » (sans date ni signature). Photographie en couleurs représentant une jeune fille accoudée à un banc public. Sourire aussi franc que convenu, l'innocence semble là encore personnifiée.

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

conclut presque que les images rumorales sont modernes par essence.

La croyance au déterminisme technologique est mauvaise conseillère. Il y a eu dans le passé (avant les boutons et les souris), et il y a encore, de nombreuses formes d'art graphique qui se sont diffusés à l'échelle de la Planète, sans souci d'origine ou de signature. L'art calligraphique est sans doute de ceux-là, qui agence en motifs graphiques des symboles prédéfinis (souvent lexicaux), et qui laisse circuler par le monde calligrammes et lettrines... De même, aucune technologie particulière n'a été nécessaire pour diffuser cartes à jouer, almanachs et calendriers, tracts et libelles²⁰, ou même image dites « d'Épinal ». Il s'agit là aussi d'images anonymes, aisément reconnaissables, qui ont circulé sans contrôle, et sans critères esthétiques *a priori*.

De même, il n'a pas fallu attendre la création des standards de compression d'images, "jpg" ou "gif", qui permettent aujourd'hui la diffusion la plus large des images rumorales en couleurs ou en nuances de gris, pour que des images folkloriques circulent à la grandeur des réseaux. L'exemple de l'"ASCII-Art"²¹ est intéressant à ce titre : nombreuses sont les illustrations à base des seuls caractères typographiques usuels (cf. Figure 11) qui circulent au gré des rapports, des correspondances dactylographiées, et maintenant les messageries électroniques (fort répandues dans les *fora* en particulier). Une certaine virtuosité technique, la patience et le goût étaient nécessaires alors pour réaliser ces œuvres éphémères²².

De même, parallèlement ou postérieurement à la circulation d'images rumorales sous forme d'ASCII-Art dans les premières messageries électroniques, les télécopieurs et les photocopieuses ont donné naissance à un « faxlore »²³ et un « xeroxlore »²⁴ constitués de documents tantôt graphiques, tantôt typographiques, qui appartiennent assurément au même champ folklorique que je décris ici. Incontestablement, ce n'est pas de la modernité que les images rumorales tiennent leur mystère.

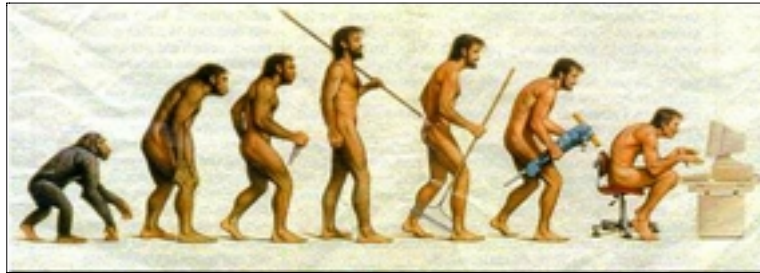


Figure 14. « unevolution.jpg » (sans date, ni signature). Dessin humoristique en couleurs, représentant l'évolution fantasmatique de l'hominidé. (Titre du mail : « Darwin » (26/11/01). Collection personnelle.)

La narrativité des images rumorales

Ni la modernité ni la thématique n'expliquent donc la singularité des images rumorales par rapport aux innombrables documents photographiques disponibles sur Internet. Les quelques données sociologiques sur la circulation des rumeurs ne donnent guère d'indications sur le "succès" des images rumorales. On sait de la rumeur que sa diffusion suit des voies thématiques ou occupationnelles davantage que sociologiques : le folklore des décalcomanies trempées dans le LSD²⁵ captive les parents ; le folklore sur les additifs alimentaires²⁶ ensorcelle les jeunes femmes actives, etc. Sans doute les images rumorales suivent-elles les mêmes règles sociologiques. Mais ces dernières sont impuissantes néanmoins à expliquer la sélection des images elles-mêmes : qu'ont les images rumorales en commun pour qu'on puisse les regrouper ainsi sous une même bannière ?

Il peut être intéressant d'engager une discussion sur la narrativité des images rumorales. Humoristiques ou tragiques, maquillées ou fidèles, les images rumorales semblent en effet se ressembler en un point : elles racontent une histoire. Le contenu des *mails* ne fait que renforcer cet aspect. Si une enfant a disparu par exemple, et qu'on joint sa photo (cf. Figure 12 & Figure 13), le cliché n'est pas seulement informatif : l'enfance y est représentée dans son innocence même, la main fine et la bouche entrouverte dans un cas, le sourire épanoui et l'attitude convenue dans l'autre ; les deux enfants semblent désignées comme victime expiatoire de quelque cruelle époque, et le sentiment de culpabilité paraît naître de lui-même.

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

Comme pour amplifier l'effet des photographies, le contenu des courriers électroniques est écrit selon les lois du genre : « *diffusion pour recherche rapide d'informations. Merci de faire suivre ce message : il s'agit de la disparition de la fille d'un collègue. Bonjour à tous, Merci de bien vouloir faire suivre cette photo. Merci de la transmettre autour de vous. Christelle, la fille d'un de nos collègues et ami a disparu. La police poursuit toujours ses recherches, mais sans succès actuellement. Afin d'aider notre collègue et sa famille, merci de faire circuler rapidement ce mail. Voici la description de Christelle : Blonde, cheveux courts, yeux clairs. Elle porte probablement des chaussures Buffalo et un jeans. Une photo est jointe. Si vous l'apercevez, appelez d'urgence le : 00.33.4.86.66.37.18 (depuis la France : 04 86 66 37 18). D'avance, MERCI A TOUS! FAITES CIRCULEZ S'IL VOUS PLAÎT CE MAIL IMMEDIATEMENT... l'avenir de Christelle en dépend. Merci de tout cœur!!!! (See attached file: Christelle.jpg)* ». La messe est dite : il s'agit d'un film d'horreur. La police y est impuissante ; la famille y représente le dernier rempart contre l'adversité ; prise dans les griffes d'une horreur moyenâgeuse, c'est l'adolescence même qu'on assassine !

Voilà donc l'hypothèse que je voudrais poser en guise de conclusion : les images rumorales circulent non parce qu'elles sont vraies ou fausses, humoristiques ou tragiques, mais parce qu'elles "racontent" quelque chose. Elles ne sont pas seulement informatives, ni seulement "belles", ni seulement drôles, ou seulement tragiques : celles-là, on les trouve et on les laisse sur les sites des organes de presse, sur les sites des musées et des galeries... Non, les images rumorales véhiculent avec elles une narrativité exacerbée (je parle d'exacerbation car naturellement il n'existe pas d'images qui ne racontent rien). C'est ce qui rend leur circulation possible, et qui explique également qu'on trouve de nombreux effets de temporalité dans les images rumorales (dont le meilleur exemple est évidemment le dessin où est représentée l'évolution tragico-comique du singe vers l'*Homo informaticus*, cf. Figure 14. L'échelle du temps en constitue l'intrigue).

L'hypothèse de la narrativité exacerbée des

images rumorales semble confortée par le nombre croissant de « diaporamas » dans le corpus d'images rumorales. Conçus à l'aide de logiciels prévus à l'origine pour réaliser des présentations audiovisuelles en public, les



Figure 15. « illusion_d'optique.pps », planche 1 (sans date, ni signature).

Diaporama humoristique en couleurs : la première planche donne l'illusion d'entrer dans un test de psychologie populaire, type QI, avec des consignes et une illustration.



Figure 16. « illusion_d'optique.pps », planche 2 (sans date, ni signature). La deuxième planche renforce l'illusion, avec des consignes supplémentaires et le maintien de l'illustration.



Figure 17. « illusion_d'optique.pps », planche 3 (non daté, non signé, sauf le cliché¹). La troisième planche propose une photographie qui éloigne définitivement l'illusion : un âne est représenté dans la position demandée par les consignes précédentes. Un slogan rageur est affiché : « Arrête de faire l'imbécile et va travailler »

diaporamas sont automatiques, c'est-à-dire que les images défilent dans un ordre prédéfini sans que le spectateur puisse les intervertir. Ils mettent donc en avant, non l'image ou le fait brut, mais le déroulement temporel (même lorsque cet ordre temporel n'apparaît pas indispensable, comme dans le cas des galeries de photos érotiques ou de photos d'animaux pris sous des angles étranges, il crée ou recrée artificiellement une logique du récit qui devient signifiante). Ainsi, dans le cas d'un diaporama se finissant par la morale « *Arrête de faire l'imbécile et va travailler* » (cf. Figure 15, Figure 16 & Figure 17), les trois clichés qui se succèdent sont-ils placés dans un ordre particulier qu'accompagne une légende elle aussi conçue en termes de progression.

L'effet comique est réussi à la condition expresse que l'ordre de succession des planches (de l'illusion d'« illusion d'optique » à la photo animalière) soit respecté : on peut à la rigueur revenir en arrière, mais non survoler rapidement les planches (ce qu'empêchent en effet les logiciels informatiques dans leur mode « diaporama »). Ici, sur papier, une lecture globale est possible, ce qui évente quelque peu l'effet. Dans tous les cas, on voit là clairement que la temporalité de la narration est particulièrement travaillée, et qu'il n'y a de diégèse que si la flèche du temps parvient à son but. Même dans le cas des images « solitaires », la narration est le facteur le plus explicatif de la singularité des images rumorales.

Par cette courte incursion narratologique prend fin le propos sur les « images rumorales ». Si, comme les rumeurs, elles s'interprètent souvent dans le cadre obnubilé de la vraisemblance, il semble qu'il faille aller chercher plus loin la véritable raison de leur circulation : vraies ou fausses, sinistres ou drôles, absurdes ou sentencieuses, les images rumorales sont d'abord et avant tout les étendards d'une narrativité toujours renouvelée. Elles sont comme autant de *scenarii* résumés en une seule vignette (ou parfois plusieurs, comme dans le cas des diaporamas et des courts films) et, pour diverses qu'elles soient, elles se ressemblent toutes par ce point : elles racontent.

Notes

- 1 Cf. Lambert, Frédéric, 2001. *Figures de l'anonymat : médias et société*. Paris : L'harmattan, coll. « Champs visuels ».
- 2 Un organe de presse parfois, un site Internet spécialisé dans les blagues et les parodies, souvent. Dans tous les cas, il est difficile de savoir si l'image rumorale émane d'un site particulier ou si, à l'inverse, elle y a été intégrée parce qu'elle avait des qualités particulières reconnues par les auteurs du site.
- 3 Gryspeerdt, Axel & Annabelle Klein (dir.), 1995. *La galaxie des rumeurs*. Bruxelles : Éditions de la vie ouvrière, collection « Communication », 176 pages.
- 4 Gritti, Jules, 1978. *Elle court, elle court, la rumeur*. Ottawa : Stanké, 223 pages.
- 5 Cliché de Mark D. Phillips, photographe professionnel, qui avoue « *n'avoir remarqué aucun visage* » avant d'envoyer les clichés à l'agence Associated Press, et avant de recevoir un déluge de 160 *e-mails* dès le lendemain, et plusieurs centaines les jours suivants. Cf. www.stellarimages.com et 9news.com/newsroom/13294.html. Devançant les mauvaises langues, le site de l'agence propose le fac-similé d'un compte-rendu d'expertise tendant à prouver que la photographie numérique n'a pas été truquée.
- 6 Cette image a une histoire : datant de 1999, elle a pour titre « The Essence of Imagination ». Elle est due à Ralph A. Clevenger, un photographe professionnel, qui l'a composée à partir de 4 clichés différents pris en des lieux et des temps différents. Il s'en explique : « *The iceberg image is a digital composite that I designed to illustrate the concept of "what you see is not necessarily what you get". As an underwater photographer I knew that my "vision" of what a big iceberg looks like was impossible to get in reality so I had to create it. The image exists in nature but due to water visibility is not possible to capture on film. There are 4 separate images involved; the sky, the background, the top iceberg (shot in Antarctica), and the underwater iceberg (shot above water in Alaska and flipped in the final composite).* » Cf. www.snopes2.com/spoons/photos/iceberg.htm
- 7 Brunvand a publié de très nombreux ouvrages avec une orientation ethnologique, qui sont autant de catalogues de rumeurs. Cf. Brunvand, Jan Harold, 2000. *The Truth Never Stands in the Way of a Good Story*. New York : W.-W. Norton & C°.
- 8 Campion-Vincent, Véronique & Jean-Bruno Renard, 1992. *Légendes urbaines. Rumeurs d'aujourd'hui*. Paris : Payot, 349 pages.

Pascal Froissart

Les images rumorales.
Une nouvelle imagerie populaire sur Internet

- ⁹ Pascal Froissart, 2002. *Les rumeurs. Histoire, théories et critiques*. Paris : Belin, à paraître.
- ¹⁰ L'aide de Martine Torregrossa, secrétaire au Département « Information & communication » de l'Université de Paris VIII, a été déterminante dans l'illustration de mon propos : son ordinateur est une mine... Qu'elle soit remerciée ici.
- ¹¹ Cf. www.rigoler.com, par exemple.
- ¹² Au grand dam de ceux qui possèdent des modems à bas débit et qui n'ont pas sollicité la réception de l'image !
- ¹³ Cette possibilité technique est offerte par tous les logiciels de messagerie : les adresses électroniques des correspondants amis sont ajoutées à la suite de celle du destinataire initial, ou placées dans un champ réservé pour l'envoi de copies conformes.
- ¹⁴ Cf. Jean-Bruno Renard, 2000. « Rumeurs sur le Web ». *Cahiers de littérature orale*. N° 47.
- ¹⁵ Cf. Rouquette, Michel-Louis, 1994. *Chaînes magiques. Les maillons de l'appartenance*. Neuchâtel & Paris : Delachaux et Niestlé, coll. « Actualités en sciences sociales », 183 pages.
- ¹⁶ Cf. Searle, John, 1982 : 101-119. « Le statut logique du discours de la fiction ». *Sens et expression*. Paris : Minuit.
- ¹⁷ Jeffrey Benner, 2001. « He's the Real Tourist Guy ». *Wired*. www.wired.com/news/culture/0,1284,48397,00.html. Comble de "malchance", le canular a donné naissance à une série de sites parallèles où sont reproduites une kyrielle de photographies maquillées... sur le même modèle : le personnage est toujours là, avec son chapeau ridicule et ses lunettes fumées, dans les poses et les situations les plus étranges ! (cf. www.TouristofDeath.com, www.WaldoConspiracy.com, www.TouristGuy.com, etc.)
- ¹⁸ On trouvera l'illustration de la difficulté à interpréter une rumeur dans l'étude de cas *in vivo* ou l'analyse des rumeurs "réelles", en dehors des laboratoires. Cf. Froissart, Pascal, 1995 : 105-120. « La rumeur du chien. Une approche communicationnelle ». In Reumaux, Françoise (dir.), 1999. *Les oies du Capitole, ou les raisons de la rumeur*. Paris : CNRS Éditions, coll. « CNRS Communication », 225 pages.
- ¹⁹ Un expert de la société qui a vendu l'appareil numérique utilisé par le photographe atteste ainsi son « opinion » sur l'authenticité du cliché : « *I have examined image file P9112976.JPG. The information found in the Public EXIF header and proprietary information in the file is consistent with images produced by the E-10 camera. In my opinion this image was produced by E-10 camera and was not otherwise manipulated after capture. The screen capture on the following page shows the public EXIF information.* » Cf. Chris Kemmerer, 2001. « Memorandum To: John Knauer. Subject: Image file, P9112976.JPG, authenticity ». Olympus. Cf. www.stellarimages.com
- ²⁰ Cf. les nombreuses et savantes reproductions d'Élizabeth L. Eisenstein, 1983. *La révolution de l'imprimé dans l'Europe des premiers temps modernes*. Paris : La Découverte, coll. « Textes à l'appui », série « Anthropologie des sciences et des techniques », 354 pages.
- ²¹ Cf. www.angelfire.com/me2/jro/aawring.html
- ²² Depuis cette époque pionnière, des logiciels se chargent de transformer des images photographiques en assemblages typographiques, ce qui rend l'exercice moins délicieux.
- ²³ Cf. Preston, Michael J., 1994 : 147-169. « Traditional Humor from the Fax Machine: All of a Kind ». *Western Folklore*. Vol. 53, n° 2. Voir aussi Dundes, Alan & Pagter, Carl, 1991 : 303-322. « The Mobile Scud Missile Launcher and Other Persian Gulf Copylore ». *Western Folklore*. Vol. 50, n° 3
- ²⁴ Sur le mode de création du mot *folk-lore*, Preston a forgé le terme *xeroxlore*, en référence aux premières photocopieuses de marque Xerox. Cf. Preston, Michael J., 1974 : 11-26. « Xeroxlore ». *Keystone Folklore*. Vol. XIX, n°1. On parle aussi de *photocopy-lore* (SMITH, Paul, 1987 : 177-202. « Contemporary legend and the photocopy revolution : an exploration ». In BENNETT, Gillian, Paul SMITH & J. D. A. WIDDOWSON, 1987. *Perspectives on contemporary legend*. Vol. II. Sheffield : Sheffield Academic Press, 207 pages.
- ²⁵ Histoire horrifique voulant que des trafiquants de drogues illicites recrutent leurs nouveaux clients à la sortie des écoles, en donnant des décalcomanies empoisonnées... Cf. Renard, Jean-Bruno, 1990 : 11-50. « Les décalcomanies au LSD. Un cas limite de rumeur de contamination ». *Communications*. N° 52.
- ²⁶ Cf. Kapferer, Jean-Noël, 1985 : 87-93. « Contamination : le cas de la rumeur de Villejuif ». *Revue française de gestion*. N° 51.

Source : Pascal Froissart, 2002 : 27-35. « Les images rumorales. Une nouvelle imagerie populaire sur Internet ». *Médiamorphoses*. N° 5 (juin)