

Che i nostri cervelli subiscano continuamente dei veri e propri attacchi dall'esterno è, ormai, un fatto noto di cui siamo consapevoli. Quello che ci coglie impreparati è, invece, la scoperta di essere diventati oggetto di una vera e propria Ipnosi di Massa senza averne mai percepito la presenza.

Eppure: parole, colori, suoni e tecniche - di cui non siamo mai stati consapevoli- vengono usati dai Media e dalla Pubblicità con lo scopo di ipnotizzarci.

D'altra parte è risaputo che la gente crede a qualsiasi cosa le venga ripetuta abbastanza spesso per cui è semplice, per gli "ipnotizzatori", architettare qualsiasi cosa serva loro per raggiungere gli scopi prefissati. Questo bombardamento continuo del nostro subconscio attraverso una versione unica delle informazioni condiziona pesantemente il modo in cui il conscio e il subconscio vedono se stessi e il mondo.

Di conseguenza, Noi permettiamo alla totalità dei Media di programmare i nostri modelli di pensiero e di creare la nostra realtà. In poche parole: siamo diventati spettatori del Mondo invece che partecipanti senza che ce ne fossimo mai resi conto! Questo avviene dal momento che gli "ipnotizzatori" decidono le sorti dell'Umanità mentre noi stiamo seduti sugli spalti a guardarli giocare la partita.

Non ci siamo neppure dovuti stendere sopra un divano per ascoltare le loro parole sussurate nell'orecchio! A noi basta stare seduti sulla seggiola ad ascoltare chi legge il telegiornale.....gli attori, le voci di sottofondo della pubblicità e i vari presentatori; il gioco è fatto!

I messaggi pian piano si insinuano nelle nostre menti fino a portarci a pensare come vogliono "farci pensare" coloro che possiedono: i Media, le Banche, le Case farmaceutiche, le Compagnie di armamenti, le Compagnie petrolifere, i politici ed altri ancora....

Può sembrare una visione apocalittica della situazione, ma corrisponde alla realtà attuale!

Il dottor Welson Bryan Key, autore di tre libri sull'argomento: "*Media Sexploitation*" (*Lo sfruttamento sessuale mediatico*); "*The Clam Plate Orgy*" (*L'orgia del piatto di molluschi*); "*Subliminal Seduction*" (*Seduzione subliminale*) ha rivelato l'esistenza del **Tachiscopio**, un proiettore con un otturatore ad alta velocità che fa lampeggiare messaggi ogni cinque secondi per 1/3 di millesimo al secondo.

Questi messaggi non vengono percepiti ad occhio nudo, ma vengono incamerati dal subconscio.

Poi risalgono dal livello inconscio a quello conscio sotto forma di un pensiero, di un desiderio, di un'opinione.... Ormai esiste una Tecnologia tale per cui da un trasmettitore radio o televisivo si possono trasmettere **messaggi subliminali** sfruttando la lunghezza d'onda del trasmettitore stesso come "onda portante" attraverso cui si diffonde il messaggio stesso.

Il problema si complica quando ci si rende conto che insieme allo sviluppo di tecniche di Ipnosi di massa sono state messe a punto anche quelle mirate ai singoli individui.

Il “**mind control**” (*controllo della mente*) e il “**brainwashing**” (*lavaggio del cervello*) sono alcuni dei metodi riferiti alla persuasione forzata, ai sistemi di coercizione psicologica e ai meccanismi di influenza sui processi mentali di soggetti “nel mirino”. In parole semplici: **i sistemi psicologici coercitivi sono programmi per la modifica dei comportamenti che si basano sull’uso della forza mentale e che sono posti in essere per far conoscere e abbracciare nuove idee, consuetudini, credenze o ideologie.**

Quanto di più pericoloso possa esistere!!

Nel corso di simili piani di azione “il soggetto bersaglio” è progressivamente portato a percorrere una serie di step o **passaggi** pressoché **invisibili**.

«Ogni singola tappa è tanto piccola da rendere impercettibili i cambiamenti della persona e da non far capire che le variazioni di condotta eventualmente avvertite sono motivate da forzature o altri condizionamenti esterni» (Umberto Rametto Roberto Di Nunzio “Le nuove Guerre” Edz. Bur).

E’ ovvio che i destinatari delle operazioni di coercizione non debbono nutrire nessun sospetto in merito agli obiettivi nascosti del programma in atto.

Pertanto, le tecniche in questione sono generalmente applicate come manifestazione di buone intenzioni nei confronti della vittima con il chiaro intento di prospettare al soggetto un ambiente di amici e alleati, così da far crollare qualsiasi tipo di difesa o protezione psicologica, che verrebbe adottata in un contesto ostile.

La National Security Agency (NSA) la super-agenzia statunitense, avrebbe varato - già da tempo - un futuribile progetto nel quale si mescolano tecniche subliminali e post-ipnotiche, per arrivare addirittura al sonnambulismo ai fini di ottenere risultati sul fronte dell’Intelligence.

Tra le tecniche di “Mind control” la più nota è quella denominata “Programma MKUltra” e gestita dalla CIA. Tale Programma ebbe inizio negli anni cinquanta per opera dello psichiatra scozzese Ewen Cameron, che divenne amico di Allen Dulles, capo della CIA, dopo aver prestato servizio come psichiatra di parte statunitense/canadese al Processo di guerra di Norimberga.

La CIA, quindi, sotto Allen Dulles, finanziò lo psichiatra come è stato confermato da documenti resi pubblici nel 1977, in seguito alla Legge statunitense sulla Libertà d’Informazione.

La maggior parte dei documenti erano stati distrutti, ma ne emersero abbastanza da offrire una vaga idea dell’incubo che doveva essere il MKUltra! Il Progetto includeva l’uso di droghe (come LSD) e diverse tecniche di manipolazione mentale note come “*depatternig*” e “*dominio psichico*”.

La CIA ammise di aver sostenuto la ricerca sulla mente umana e sul controllo del comportamento presso 150 Istituzioni, tra cui figuravano: Ospedali, Prigioni, Case farmaceutiche e 44 Università.

Vi risultavano coinvolti almeno 185 scienziati. I bersagli erano quelli considerati “esseri umani inferiori” come le prostitute, gli stranieri, persone di colore ed i tossicodipendenti.

Furono usati anche soldati delle Forze Armate statunitensi.

Veniva somministrato loro LSD, mentre gli veniva detto che si trattava di test di sperimentazione di maschere antigas ed altri congegni difensivi. Nella rivista "Observer" del 16 ottobre 1994, la giornalista Elizabeth Nickson raccontò le storie di molte delle vittime di Cameron, compresa sua madre.

Una delle tecniche usate consisteva nell'usare un registratore chiamato "Cerephone", che veniva inserito sotto il cuscino della vittima e ripeteva in continuazione alcuni messaggi.

Questa era una forma di "dominio psichico" e il risultato era che la vittima finiva per essere ossessionata da quella frase e non riusciva a pensare a nient'altro.

Il dominio psichico, l'immissione della "nuova" personalità, spesso seguiva alla elettroterapia, la distruzione della personalità naturale. Con il passare degli anni, le tecniche si sono raffinate ed il documento "Silent Wapons For A Quiet War" rivela l'impulso dato dalla Fondazione Rockefeller nel finanziare la ricerca presso la Harvad University, nell'ambito delle possibilità di **controllo del pensiero umano attraverso il computer**. Lo scopo è quello di sostituire totalmente il denaro cartaceo con il denaro elettronico rappresentato dalle carte di credito e, poi, di sostituire le carte di credito e le carte di identità con un microchip sottocutaneo. Nel 1994, la Intel Corporation firmò un contratto di cinque anni per mettere a punto tale dispositivo presso i suoi laboratori di Rio Rancho, nel New Mexico,

Questo microchip sarebbe collegato a un computer globale con la scusa che tutte le transazioni finanziarie devono essere registrate dalla nuova Banca centrale mondiale. Il computer saprebbe tutto quello che c'è da sapere su di noi in ogni momento e sarebbe, anche, in grado di inviare messaggi nella direzione opposta - dal computer verso di Noi - programmando così la nostra coscienza.

C'è da tremare sul serio!!

Un altro aspetto importante da tener conto è che il **"mind control" può essere effettuato anche attraverso il computer, che si trova sulla nostra scrivania.**

I virus subliminali – saltati fuori una dozzina di anni fa - **spesso sono nascosti all'interno dei programmi salvaschermo, o "screensavers" oppure ben occultati dentro i prodotti applicativi più popolari.**

Il virus subliminale non cancella nulla sul disco fisso, ma invia messaggi subdoli che non vengono rivelati dalla parte cosciente della mente umana e sono indirizzati ad influenzare il comportamento di chi si trova a subire la somministrazione occulta di suggerimenti ed ordini.

La prima traccia di un simile virus risale al 1996 e si trova in un video gioco di animazione chiamato "Endorfun". Nella colonna sonora di questo gioco, erano stati inseriti 100 messaggi subliminali di positiva autoaffermazione del tipo: **"amo il mondo e il mondo ama me"** per arrivare a **"per me va bene avere tutto quello che voglio"**. Sono Virus che rappresentano un pericolo di estrema portata senza contare, poi, che potrebbero essere impiegati anche in campo militare. Pensate cosa potrebbe accadere se il nemico riuscisse ad introdursi in un sistema informatico dell'avversario, magari quello destinato al controllo del traffico aereo per piazzarci messaggi subliminali!

Nel numero del Febbraio 1997, la rivista militare moscovita "Orienteer" pubblicò una testimonianza del maggiore russo I. Chernishev che riportava alcune prove circa l'esistenza di un generatore psicotronico in

grado di produrre emissioni elettromagnetiche, che possono essere inviate sulle persone-bersaglio attraverso la linea telefonica, il televisore, la radiolina, il computer e persino attraverso le lampadine.

Alla luce di quanto detto sembrerebbe quasi di non avere scampo dal momento che siamo sottoposti ad una “guerra silenziosa”, che spara situazioni al posto di proiettili. Situazioni azionate da processori di dati, invece che da polvere da sparo; da un computer, invece che da un fucile....agli ordini - per esempio - di un banchiere invece che di un generale. Una guerra, che non fa alcun rumore, non provoca alcuna evidente ferita fisica o mentale e non interferisce ovviamente con la nostra vita sociale e con la quotidianità.

Una guerra subdola dal momento che non siamo in grado di riconoscere l’arma, che ci colpisce e quindi siamo portati a credere che tale arma non esista e che, magari, sia frutto della fantasia malata di tutti coloro che amano vedere complotti in ogni luogo. Purtroppo, quando un’ arma segreta viene usata gradualmente non ci si rende mai conto della sua presenza, anzi ci si adatta al punto da tollerare la sua invasione nella nostra vita. Non ci rendiamo conto del pericolo fino a quando la pressione psicologica ed economica diventa troppo forte, fino a farci cedere.

Per questo motivo, l’arma segreta è un tipo di strumento di guerra biologico dal momento che attacca la nostra vitalità, le nostre sceltetutta la nostra vita.

Credo che si possa affermare con tutta tranquillità che la **Manipolazione di massa** è il più grave attacco terroristico che si possa portare all’essenza stessa di ogni uomo! Corriamo dei seri pericoli ed è innegabile, ma **nulla sarà perduto se riprenderemo a pensare da soli ben consci dell’esistenza di queste Manipolazioni. Sappiamo bene, infatti, che la certezza dell’esistenza di un problema induce, prima o poi, a trovare delle soluzioni per il problema stesso.**

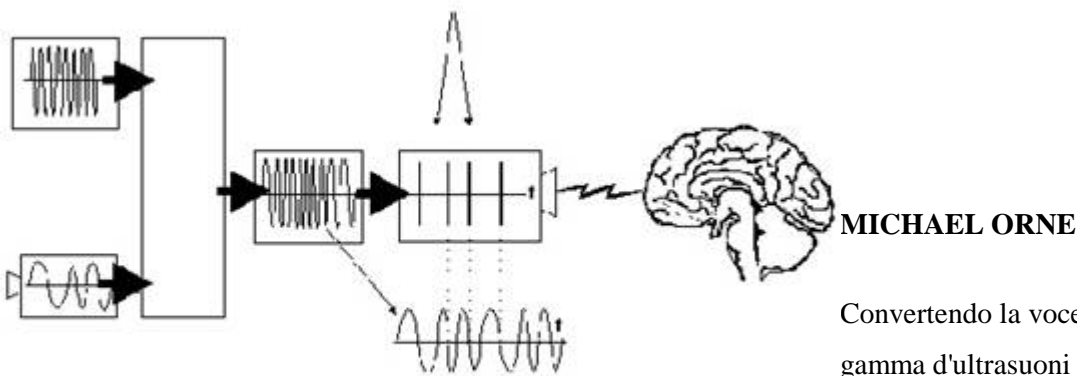
Soluzioni che dobbiamo trovare altrimenti non ci sarà più scampo per la nostra Libertà.

Nessuno potrà alienare i nostri cervelli se alleneremo i nostri sensi a “guardare” oltre l’apparenza nella piena consapevolezza che “nulla è mai come appare”!

(Laura Scafati)

SILENT HYPNOSIS: A REPORT (Ipnosi silenziosa: un rapporto)

Se il paziente che ha accettato di essere ipnotizzato smette di rispondere a qualunque stimolo ambientale, tranne la voce dell'operatore o ciò che questa gli suggerisce; se sembra incapace di chiudere (volontariamente) la mano a pugno, o di flettere un braccio teso; se è in grado di manifestare piacere ad un odore sgradevole quando gli si dice che quel odore è gradevole; se resta calmo e impassibile pur essendo sottoposto ad uno stimolo doloroso; se vede, allucinatoriamente, oggetti assenti, mentre non vede oggetti presenti di cui gli è stato detto che non ci sono; se esegue, dopo essere uscito dall'ipnosi, un gesto (per esempio, inclinare la testa) che durante l'ipnosi gli è stato suggerito di compiere ogni volta che l'operatore avrebbe assunto un certo atteggiamento o tenuto un certo comportamento (per esempio togliersi gli occhiali) e questo gesto lo compie senza rendersene conto e senza ricordare nulla della seduta, allora tutti converranno che quel soggetto è stato posto in 'ipnosi profonda'.



MICHAEL ORNE
 Convertendo la voce di un ipnotizzatore in una gamma d'ultrasuoni mediante un modificatore vocale telefonico modificato, è possibile

ipnotizzare un bersaglio senza che lo stesso ne sia consapevole, di nascosto, senza lasciare la minima prova. Il diagramma seguente illustra in che modo possa essere trasmesso silenziosamente un messaggio ipnotico (convertito in modulazione di frequenza vocale) grazie all'impiego di un modulatore di frequenza vocale per la generazione della voce e successivamente della tecnologia degli impulsi di microonde per la trasmissione a distanza della voce al cranio del soggetto che s'intende suggestionare senza che egli ne sia consapevole.

Un tono continuo, prossimo al limite superiore della gamma delle frequenze udibili (per esempio un tono di 15000 Hz) e la voce dell'ipnotizzatore (la cui frequenza varia, per esempio, da 300 Hz a 4000 Hz) sono inviati contemporaneamente ad un modulatore di frequenza. Il segnale d'uscita (output) generato dal modulatore di frequenza è un tono più o meno continuo, simile ad un tinnito, ma contenente il messaggio ipnotico e pur essere trasmesso attraverso l'aria, direttamente al cervello dell'individuo mediante un treno d'impulsi di microonde modulate oppure via radio/TV. L'impiego di una radio o di una televisione commerciali richiede che il segnale d'ingresso al trasmettitore sia relativamente potente, poiché i ricevitori radio o televisivi non sono progettati per trasmettere messaggi ad ultrasuoni. In ogni caso, un ricevitore radio o televisivo medio non blocca semplicemente gli ultrasuoni; piuttosto, la capacità di trasmettere messaggi ad ultrasuoni diminuisce all'aumentare della frequenza prescelta.

Le radio e le televisioni attuali sono in grado di trasmettere messaggi ad ultrasuoni tali da poter essere sentiti dal cervello umano (sebbene non dall'orecchio) e tali da essere efficaci vettori d'ipnosi. Tale affermazione fu provata dalle Forze Militari degli Stati Uniti d'America durante la Guerra del Golfo. La curva rappresentata inferiormente al trasmettitore è stata ingrandita per mostrare in che modo la modulazione di frequenza vocale controlli la collocazione nel tempo degli impulsi del trasmettitore. La collocazione nel tempo di ciascun impulso di microonde corrisponde ai punti d'intersezione fra la curva che descrive il segnale d'uscita del modulatore di frequenza in funzione del tempo e una retta parallela all'asse delle ascisse, disegnata per un determinato valore di pressione dell'aria (metodo originale di Sharp, 1974).

Ciascuna linea verticale è un impulso corto del segnale a microonde ad una frequenza alla quale è sensibile il cervello umano poi il cervello converte il treno d'impulsi di microonde in una voce che non pur essere udita. In altre parole, il cervello è in grado di sentire e di comprendere questa voce inaudibile, mentre l'orecchio ode eventualmente soltanto un 'tono' o un 'trambusto'. Quando si riesca a trasmettere una suggestione ipnotica che non può essere udita consciamente, si è eliminata una barriera importante all'accettazione, da parte del soggetto, delle parole che sono trasmesse.

Nei decenni scorsi, pubblicità subliminali che utilizzavano voce e immagini a frequenze normali erano abilmente inserite in trasmissioni radiofoniche o televisive apparentemente normali. Apparentemente ciò non funzionava bene, e oggi nastri d'apprendimento subliminale a modulazione di frequenza vocale, disponibili in commercio, hanno soppiantato il metodo della frammentazione temporale.

Non esiste, dunque, nessuna possibile difesa conscia contro tale tipo d'ipnosi. E ricordate: questa tecnologia era operativa nel 1974.

Lire, voir (Leggere, vedere)

Ignacio Ramonet

Dans les pages du *Monde diplomatique*, s'entrelacent, depuis cinquante ans, mots et images. Pour l'essentiel, ces dernières se sont longtemps réduites aux habituelles photographies d'actualité – symboles pauvres – liées à l'information du mois. Cela a commencé à changer dans la seconde moitié des années 1980 et, à partir de 1989, la possibilité technique d'utiliser la couleur nous a conduits à nous interroger sur une manière distincte, plus créative, de recourir à l'iconographie. Pour tenter d'aller, là aussi, à contre-courant.

Nous n'ignorions pas que, entre le texte et l'image, entre le lisible et le visuel, les relations sont parfois opposées, divergentes. Et fort anciennes. L'art de l'enluminure – ce décor exécuté à la main, peint ou dessiné, ornant un récit – remonte à l'Égypte antique qui, avec les « rouleaux des morts », nous en fournit les plus vieux témoignages. Le premier livre illustré date, semble-t-il, de 575 avant Jésus-Christ dans la Grèce ancienne. Et, dès la Rome classique, on avait recours à des peintres célèbres pour exécuter des portraits et des vues illustrant des écrits.

Pourquoi ce désir impérieux, depuis toujours, d'associer texte et illustration, mot et figure ? Est-ce donc un besoin fondamental, l'image ? Sans doute. La nécessité d'une scansion, d'une pause, d'une respiration dans l'effort de lecture. Comme si, à côté de l'arbitraire ingrat de l'écrit, l'analogique apaisant de la représentation et sa force symbolique se révélaient indispensables. Dans sa version la plus fréquente, naturaliste, illusionniste, l'image s'offre d'emblée, d'un seul coup, comme une révélation. Sans exiger, a priori, nul protocole d'approche, aucun déchiffrement particulier.

Le texte, en revanche, requiert apprentissage et décryptage. Code longtemps réservé aux initiés, aux scribes et aux prêtres, il relève de l'interprétation. Et réclame du lecteur un véritable itinéraire d'appropriation. Tout texte constitue une énigme dont les clés de lecture, en raison des ravages de l'histoire, peuvent s'effacer, s'oublier et disparaître. Quand l'image – même celle, première, de l'art néolithique – continue de témoigner, combien d'écrits de civilisations englouties demeurent désespérément muets parce que nous sommes désormais incapables d'associer un son à un graphe, un sens à un mot ?

Avec un début, un milieu et une fin, le texte constitue toujours, de surcroît, un parcours et un trajet. Il suppose la traversée de lettres, de mots, de phrases qui se traduisent inévitablement en unités temporelles : secondes, minutes, heures...

Oui, le lisible exige de la durée. Tandis que le visuel se donne tout entier dans l'instant, dans l'immédiat. Comme une offrande ou une récompense. Sans contraintes imposées au regard. Où commence et où finit l'image ? Y a-t-il une hiérarchie de lecture ? Un chemin imposé à l'œil ? À ces trois questions, nulle réponse obligatoire. C'est selon. Au gré de son errance, l'œil butine dans l'infini labyrinthe de l'icône...

Jusqu'au XIIe siècle, et depuis l'Antiquité classique, le *scriptor* – qui calligraphiait le texte – et le *pictor* – qui l'ornait d'enluminures – étaient rarement un seul et même personnage. Mais le premier jouissait déjà d'une plus grande considération parce qu'il détenait le secret du code et parce qu'on estimait que, en s'ordonnant en fonction du texte, la peinture de manuscrits était par définition dépendante de l'écrit. On écrivait et on peignait alors sur du parchemin. Du cuir d'agneau mort-né. Au prix exorbitant. Signes de richesse et de puissance, les livres enluminés conféraient à leurs possesseurs un considérable prestige social.

Invention chinoise, le papier n'est parvenu en Occident – via Samarcande, Bagdad et Damas – qu'au XIIe siècle. Il reste associé à la diffusion du savoir et de la pensée. Mais lui aussi, jusqu'à la seconde moitié du XIXe siècle, est demeuré rare et très cher. Aussi longtemps qu'il fut fabriqué feuille par feuille et à base d'une matière première relativement rare (chiffons de lin, de chanvre et de coton). Ce n'est que depuis environ cent vingt ans que le papier est un produit de grande consommation, préparé à vitesse élevée, à partir de ressources végétales – le bois – abondantes et renouvelables.

L'invention de l'imprimerie et de la typographie par Gutenberg, en 1438, ruine l'industrie des copistes et des enlumineurs, abaisse – relativement – le coût du livre, encourage l'humanisme, la dispersion des savoirs et la multiplication des universités. La presse à imprimer le papier favorise aussi la réalisation de gravures sur bois et la diffusion massive d'images. Au moment même où, en Toscane, la (re)découverte de la perspective et la maîtrise de la composition permettent une prodigieuse renaissance de la peinture qui se présente au spectateur comme un espace cohérent prolongeant le monde réel (Cimabue, Giotto, Masaccio, Fra Angelico, Mantegna, Botticelli, Michel Ange).

C'est au début du XIXe siècle que, petit à petit, l'image va envahir l'écrit. Dans le livre d'abord avec le succès des « vignettes-frontispices », motifs ornementaux figurant en première page des ouvrages, qui feront fureur à partir de 1830 et durant toute la période romantique. Pour lancer un livre, ces gravures deviennent une nécessité. Sans prétendre résumer la narration, elles représentent toujours la scène la plus prodigieuse, la plus significative – parfois la plus horrible – du drame ou du roman. La presse les reprend et il n'est pas rare qu'elles connaissent parfois un succès plus important que l'ouvrage lui-même.

Les images ponctuent aussi le déroulement du récit, elles en illustrent les principaux points forts, et soulignent les épisodes les plus marquants. Elles soutiennent l'attention du lecteur, relancent son intérêt, le rapprochent des personnages, cadrent une situation, étoffent son imaginaire.

De cette époque date, pour tout ce qui concerne la lecture populaire, le jumelage permanent du texte et de l'image avec une propension de celle-ci à grignoter l'espace de l'écrit. Les vignettes à sensation, avec leurs effets visuels accrocheurs et racleurs, vont bientôt accéder à la couverture des livres brochés, sur fonds colorés, pour attirer le regard et appâter le chaland. Pour la première fois, l'image monte en « une » et s'impose paradoxalement, dans une narration textuelle, comme la « face visible » de l'écrit. Une leçon que la presse ne va pas oublier.

La presse écrite, on le sait, s'invente au XVIIe siècle. D'abord dans les pays germaniques, puis, dès le 30 mai 1631, en France où Théophraste Renaudot publie sa *Gazette hebdomadaire*. Du texte serré, sur une large colonne, sans aucune représentation. Les périodiques se multiplient : 23 titres en 1685, 62 en 1755, 148 en 1785... Le premier quotidien français, *Le Journal de Paris*, paraît avant la Révolution, le 1er janvier 1777 : il propose des informations sur les cours de la Bourse, les faits divers, l'actualité théâtrale... Mais aucune image.

La période 1815 – 1870 est un des moments forts de l'histoire de la presse, et tout au long de ces années l'intérêt des citoyens pour la lecture des journaux ne cesse d'augmenter. L'urbanisation croissante, le recul de l'analphabétisme et les progrès de l'instruction contribuent à étendre l'audience de la presse. La baisse de son prix de vente la met aussi à la portée de couches sociales moins aisées.

En 1833 et 1835, aux États-Unis, naissent respectivement le *New York Sun* et le *New York Herald* au prix dérisoire de 1 cent seulement. Le 1er juillet 1836, à Paris, Émile de Girardin fonde *La Presse* avec un prix d'abonnement également très bas. Ces dates marquent la naissance des journaux de grand tirage. De telles publications, qui intègrent pour la première fois de la publicité, rompent avec la tradition de journaux aux publics restreints. À ce titre, *La Presse* constitue une innovation. En l'espace d'une génération, le seuil de la commercialisation massive est franchi. Le 1er février 1863, paraît *Le Petit Journal*, qui coûte 5 centimes seulement, s'adresse à des publics hétérogènes et sera imprimé, dès 1866, pour la première fois en France, sur une rotative... La presse de masse est née. En 1876, paraît le premier numéro du *Petit Parisien*.

d'une plus grande considération parce qu'il détenait le secret du code et parce qu'on estimait que, en s'ordonnant en fonction du texte, la peinture de manuscrits était par définition dépendante de l'écrit. On écrivait et on peignait alors sur du parchemin. Du cuir d'agneau mort-né. Au prix exorbitant. Signes de richesse et de puissance, les livres enluminés conféraient à leurs possesseurs un considérable prestige social.

Invention chinoise, le papier n'est parvenu en Occident – via Samarcande, Bagdad et Damas – qu'au XIIe siècle. Il reste associé à la diffusion du savoir et de la pensée. Mais lui aussi, jusqu'à la seconde moitié du XIXe siècle, est demeuré rare et très cher. Aussi longtemps qu'il fut fabriqué feuille par feuille et à base d'une matière première relativement rare (chiffons de lin, de chanvre et de coton). Ce n'est que depuis environ cent vingt ans que le papier est un produit de grande consommation, préparé à vitesse élevée, à partir de ressources végétales – le bois – abondantes et renouvelables.

L'invention de l'imprimerie et de la typographie par Gutenberg, en 1438, ruine l'industrie des copistes et des enlumineurs, abaisse – relativement – le coût du livre, encourage l'humanisme, la dispersion des savoirs et la multiplication des universités. La presse à imprimer le papier favorise aussi la réalisation de gravures sur bois et la diffusion massive d'images. Au moment même où, en Toscane, la (re)découverte de la perspective et la maîtrise de la composition permettent une prodigieuse renaissance de la peinture qui se présente au spectateur comme un espace cohérent prolongeant le monde réel (Cimabue, Giotto, Masaccio, Fra Angelico, Mantegna, Botticelli, Michel Ange).

C'est au début du XIXe siècle que, petit à petit, l'image va envahir l'écrit. Dans le livre d'abord avec le succès des « vignettes-frontispices », motifs ornementaux figurant en première page des ouvrages, qui feront fureur à partir de 1830 et durant toute la période romantique. Pour lancer un livre, ces gravures deviennent une nécessité. Sans prétendre résumer la narration, elles représentent toujours la scène la plus prodigieuse, la plus significative – parfois la plus horrible – du drame ou du roman. La presse les reprend et il n'est pas rare qu'elles connaissent parfois un succès plus important que l'ouvrage lui-même.

Les images ponctuent aussi le déroulement du récit, elles en illustrent les principaux points forts, et soulignent les épisodes les plus marquants. Elles soutiennent l'attention du lecteur, relancent son intérêt, le rapprochent des personnages, cadrent une situation, étoffent son imaginaire.

De cette époque date, pour tout ce qui concerne la lecture populaire, le jumelage permanent du texte et de l'image avec une propension de celle-ci à grignoter l'espace de l'écrit. Les vignettes à sensation, avec leurs effets visuels accrocheurs et racoleurs, vont bientôt accéder à la couverture des livres brochés, sur fonds colorés, pour attirer le regard et appâter le chaland. Pour la première fois, l'image monte en « une » et s'impose paradoxalement, dans une narration textuelle, comme la « face visible » de l'écrit. Une leçon que la presse ne va pas oublier.

La presse écrite, on le sait, s'invente au XVIIe siècle. D'abord dans les pays germaniques, puis, dès le 30 mai 1631, en France où Théophraste Renaudot publie sa *Gazette hebdomadaire*. Du texte serré, sur une large colonne, sans aucune représentation. Les périodiques se multiplient : 23 titres en 1685, 62 en 1755, 148 en 1785... Le premier quotidien français, *Le Journal de Paris*, paraît avant la Révolution, le 1er janvier 1777 : il propose des informations sur les cours de la Bourse, les faits divers, l'actualité théâtrale... Mais aucune image.

La période 1815 – 1870 est un des moments forts de l’histoire de la presse, et tout au long de ces années l’intérêt des citoyens pour la lecture des journaux ne cesse d’augmenter. L’urbanisation croissante, le recul de l’analphabétisme et les progrès de l’instruction contribuent à étendre l’audience de la presse. La baisse de son prix de vente la met aussi à la portée de couches sociales moins aisées.

En 1833 et 1835, aux États-Unis, naissent respectivement le *New York Sun* et le *New York Herald* au prix dérisoire de 1 cent seulement. Le 1er juillet 1836, à Paris, Émile de Girardin fonde *La Presse* avec un prix d’abonnement également très bas. Ces dates marquent la naissance des journaux de grand tirage. De telles publications, qui intègrent pour la première fois de la publicité, rompent avec la tradition de journaux aux publics restreints. À ce titre, *La Presse* constitue une innovation. En l’espace d’une génération, le seuil de la commercialisation massive est franchi. Le 1er février 1863, paraît *Le Petit Journal*, qui coûte 5 centimes seulement, s’adresse à des publics hétérogènes et sera imprimé, dès 1866, pour la première fois en France, sur une rotative... La presse de masse est née. En 1876, paraît le premier numéro du *Petit Parisien*.

Dans toutes ces publications, comme dans la « petite presse » (journaux de voyages, satiriques, de mode), l’illustration prolifère, on la trouve à toutes les pages ; des équipes de dessinateurs et de graveurs produisent des images (gravures, dessins, caricatures) à une cadence industrielle, se relayant jour et nuit. Se développe tout particulièrement le croquis de presse, vignette satirique souvent féroce, légendée, destinée à faire sourire le lecteur. Et le récit en images, déployé en bandes horizontales (origine de la bande dessinée), inventé en 1820 par le Suisse Töpffer et popularisé en France par l’hebdomadaire *L’Illustration*, précisément, dès 1843.

C’est d’ailleurs cette publication qui va donner au mot « illustration » le sens qu’on lui connaît aujourd’hui. Jusqu’alors, et depuis le XVIe siècle, une personne « illustre » était « célèbre par le mérite, par la noblesse, par quelque chose de louable et d’extraordinaire ». Tandis que le terme « illustration » va signifier, à partir du milieu du XIXe siècle : « Une représentation graphique – dessin, figure, image, photographie – généralement exécutée pour être intercalée dans un texte imprimé. »

Niepce et Daguerre inventent la photographie dans les années 1830, et le premier conflit dont on saisira sur le vif des images est la guerre de Crimée (1853-1856). Avec la guerre de Sécession (1861-1865), aux États-Unis, la photographie (statique, posée) envahit peu à peu les pages des journaux. Qui recourent de plus en plus massivement aux illustrations de toutes sortes. Entre 1870 et 1914, c’est l’âge d’or des journaux à grand tirage. En France, quatre titres (*Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin*, *Le Journal*) dominent le marché, avec chacun une diffusion de plus d’un million d’exemplaires : *Le Petit Journal* franchit ce cap dès 1895 ; *Le Petit Parisien* devient, après 1900, le plus grand journal de France et du monde, avec un tirage supérieur à un million et demi d’exemplaires.

Le succès de ces deux quotidiens est dû au moins autant à la grande lisibilité de leurs textes qu’à l’importance accordée au visuel. À la « une » de chacun d’eux, une scène violente – dessin ou gravure très colorés, plus tard photographie – recouvrant, sous un titre accrocheur, toute la surface de la page. Telle une grande affiche.

L’hebdomadaire *L’Illustration* publie pour la première fois, en 1891, des instantanés photographiques. Après la guerre de 1914-1918, et tout au long du XXe siècle, l’image triomphe dans les colonnes des journaux, sur les panneaux publicitaires, dans les bandes dessinées et sur les écrans de cinéma puis de télévision. Montrer l’événement et satisfaire la pulsion scopique du lecteur-voyeur deviennent des objectifs primordiaux pour de nombreux patrons de presse. L’omniprésence de l’image et sa fabuleuse prolifération en font un puissant moyen d’influencer les esprits. Qui commence à susciter des résistances. Dont celle, farouche, presque puritaine, de notre fondateur, Hubert Beuve-Méry hostile à la présence de toute image (photo ou même dessin d’humour) dans les pages du quotidien *Le Monde*, qu’il lance en décembre 1944.

Quand il crée *Le Monde diplomatique*, en mai 1954, Beuve-Méry fait une entorse à sa doctrine. Et la « une » du premier numéro de notre mensuel s’orne d’une grande photo placée au centre de la page ; d’autres viennent illustrer les feuilles intérieures. Il faut reconnaître que ces photos, quand les images saturent la

société contemporaine, ajoutent peu d'information au lecteur averti. Il les a déjà vues dans les magazines, dans les actualités cinématographiques, ou, plus tard, dans les journaux télévisés.

Très vite, s'est donc posée la question : quel statut pour l'icône dans un mensuel d'information comme le nôtre qui arrive – forcément – après les médias immédiats ? Faut-il surajouter encore une nouvelle image-pléonasme aux images déjà répétitives partout diffusées ? Quel sens cela aurait-il eu, par exemple, de proposer, trois semaines plus tard, une énième vue des tours du World Trade Center percutées le 11 septembre 2001 par les avions piratés ?

Pendant longtemps, *Le Monde diplomatique* a donc eu un rapport malheureux aux images. Une relation ni bonne, ni mauvaise, disons convenue, conventionnelle, plate, minimale, pauvre et triste. Ce qui créait une sacrée béance entre le parti pris audacieux de l'information, notre volonté d'être à contre-courant dans la bataille des idées par rapport aux autres médias, et l'insipidité, la fadeur d'une iconographie dépourvue souvent d'imagination. Des images mortes à côté de textes vivants.

Et puis, par tâtonnements, avec une hardiesse prudente, quelques expériences transgressives furent tentées. Avec succès. Puis la couleur vint. C'était donc en 1989 (décidément année de toutes les ruptures, celle de la chute du mur de Berlin et de l'invention du web). Non pas que la couleur, en elle-même, ait eu la vertu de tout transformer. Car elle régnait déjà en maître dans de nombreux magazines, et n'avait nullement bouleversé la vieille hiérarchie entre le texte souverain et l'illustration asservie.

Or, sans en avoir tout à fait conscience au départ, c'était précisément ce rapport de soumission de l'image au mot que nous voulions subvertir. Avec Solange Brand, responsable du visuel du journal, nous avons donc entrepris de réfléchir à la façon de libérer l'image de sa dépendance par rapport à l'écrit, de briser son statut d'« illustration », de « décoration », d'« ornement » en quelque sorte du texte.

Nous désirions progressivement rafraîchir le regard, le nettoyer de tant d'icônes-pour-rien, d'illustrations-pollution. Et recherchions, pour l'image, une position de plus grande égalité avec le mot. Il nous semblait que la manière la plus simple de reconnaître que nous étions, comme on le dit souvent, « dans la civilisation de l'image », c'était de conférer à celle-ci un rang non inférieur à celui de l'écrit. Et à ses créatrices et créateurs (peintres, dessinateurs, photographes, plasticiens), un statut semblable à celui des auteur(e)s des textes.

Comment ? D'abord, en refusant toute image dont la fonction serait simplement d'illustrer, de redoubler iconiquement le récit journalistique (même pour les reportages) ; et puis en écartant tout portrait de dirigeant politique contemporain déjà visible *ad nauseam* sur les autres médias.

Ensuite, en cherchant à créer des « résonances », des « passerelles de sens » entre le lisible et le visuel. Et pour cela, ne pas hésiter à faire appel aux créatrices et créateurs plasticiens, à l'immense richesse de la peinture classique ou contemporaine.

Sous prétexte que les peintres d'aujourd'hui sont « abstraits et difficiles », certains considèrent leurs pièces réservées uniquement aux galeries d'art et aux yeux de quelques rares privilégiés. Pariant sur la curiosité de nos lecteurs, nous pensions qu'on pouvait associer certaines des œuvres les plus audacieuses de la création contemporaine à des textes pointus traitant avec irrespect de questions d'aujourd'hui.

Nous en sommes venus à recréer dans nos pages cette articulation – parfois désastreuse – qui a hanté une grande partie du XXe siècle : art et politique. Nous parions sur le fait que les plasticiens ont toujours mille idées à exprimer, et fort souvent à propos de mêmes questions qui nous bouleversent (guerres, abus, racismes, injustices, inégalités, censures, exclusions, résistances...). Peintres ou photographes le disent à leur manière, pas forcément figurative, ni narrative, mais inventive, en usant souverainement de cet espace d'expression. Car nous tenons, là aussi, au pluralisme non seulement des auteur(e)s, mais des styles, des genres, des manières. Nous souhaitons que dans nos colonnes, comme dans l'art vivant, les écoles rivalisent et les créations s'épanouissent.

La présence de ces pièces dans nos pages permet au lecteur d'avoir, sur une même question, plusieurs contributions, toutes aussi recevables les unes que les autres : celle que proposent les textes et celles, différentes, que suggèrent les images et leurs créateurs. Des interventions de nature distincte, mais souvent convergentes. Le « collage » des deux produisant souvent des effets prodigieux d'écho, d'abyme ou d'humour (ah ! les légendes décalées de certaines images...).

En plus du plaisir des yeux, cette stratégie originale dans l'usage de l'iconographie – inédite dans le champ de la presse écrite – procure un enrichissement qu'il faut bien qualifier de jubilatoire. On sent bien que la culture, avec son épaisseur historique et ses paris esthétiques, vibre ainsi dans nos pages. Il y a certes du risque – davantage que de l'audace – à réaliser certaines associations d'auteurs et de thèmes. Une mise en danger bien plus qu'une mise en scène (qui est toujours, en matière de presse, un artifice et un bluff), excitante et salutaire parce qu'elle y fait circuler la vie intense des idées dans le tissu du journal.

En feuilletant les pages de ce livre, comment ne pas se sentir transporté par l'incroyable force esthétique d'une mise en page insolente ? Comment ne pas être stupéfait par le nombre de tabous bousculés ? Et si la vraie modernité du Diplo résidait dans son visuel ? Quelle hardiesse ! Quelle inventivité ! Et surtout, surtout quelle liberté !

- Queste pagine sono costituite adoperando un criterio di collegamento tra tematizzazioni vicine, in modo che il lettore possa trovare semplicemente degli stimoli analitici che lo invogliano a documentarsi nello specifico e a relazionarsi con una rete di idee – A.P.