



N° 1 / 03

# Voir et Penser, Champ et Hors-champ

Etude éthique et esthétique de la nécessité du caractère  
transcendant de l'image.

L'espace imaginaire qui laisse à l'esprit du spectateur la possibilité d'exercer  
son jugement critique et sa liberté de parole est aujourd'hui menacé au même  
titre que l'image par une saturation du champ.

**Victor Besse – Mémoire de recherche**  
**DSAA Design mention graphisme**  
**Lycée Saint-Exupéry**

# Table des matières

**Introduction** p.9

## **I - L'absence comme mode de présence** p.11

1 - L'esthétique de l'absence dans l'image p.12

*Propriétés de l'image* p.12

*Figuration de l'absence* p.13

*De la figuration à l'émotion* p.14

*Une culture commune* p.15

2 - L'espace imaginaire de l'image p.16

*Champ et Hors-champ* p.16

*Espace polysémique* p.16

*Visibilité de l'absence ou hors-champ proche* p.18

*Invisibilité de la présence ou hors-champ lointain* p.19

3 - De l'image perceptible à l'image mentale p.21

## **II - De l'absence à la saturation** p.23

1 - Le pouvoir de l'image selon Marie-José Mondzain p.24

*Hors-champ, regard et lien social* p.24

*Pouvoir de l'ecclésiastique et autorité divine* p.24

2 - Le fétichisme de l'image, une immanence du sens p.26

*Industrialisation du visible* p.26

*Le pouvoir de montrer et la société du spectacle* p.27

3 - La saturation du visible, une soumission du regard p.29

*Confusion et fétichisme de la marchandise* p.29

*Contexte et fétichisme du média* p.30

*Une remise en cause de l'auteur* p.32

### **III - Revoir l'image (Quelques pistes pour stimuler le regard) p.33**

A - Dans l'invisible les oppositions dialogues p.34

*La dialectique une approche non sémiologique* p.34

*La création* p.35

*La relation* p.35

*La réception* p.36

B - Travail sur l'ouverture de sens p.37

*Moins de figuration* p.37

*Créer l'ambiguïté* p.38

*Réservoir narratif pour voir ensemble* p.39

*Le spectateur dans le processus de création* p.39

C - Réutilisations des supports du fétichisme p.40

*Le flux internet* p.40

*Le web, espace de recontextualisation* p.41

*L'image interactive* p.42

*Le problème immersif de la réalité virtuelle* p.43

**Conclusion** p.44

**Études autour des arts techniques des civilisations**

*Le pouvoir d'interprétation* p.49

**Introduction** p.50

**I - Rejet du spectateur comme démarche artistique** p.51

**II - L'invitation du spectateur dans l'oeuvre** p.53

**III - Etude de cas : *Des Aveugles* - Entrevue avec Clyde Chabot** p.55

**Conclusion** p.60

**Documentation** p.63



## *Introduction*

La sortie de la caméra à 360 degrés marque une des nouvelles et nombreuses micro-révolutions que connaît l'image. Une promesse de liberté qui délivre le spectateur du cadre et de l'auteur. Ce n'est pas un hasard si ce nouvel outil apparaît aujourd'hui. Cette nouvelle forme de prise d'images est symptomatique d'une société plongée dans un désir immodéré de tout voir et que tout soit donné à voir. Ceci est l'occasion pour nous de questionner l'image, le regard que nous posons sur elle et ses opérations dans la communauté. Quand nous pensons à l'image, nous pensons inévitablement au visible. Mais si l'on s'y intéresse d'avantage, alors nous apparaît son caractère transcendant et le rôle essentiel des éléments et des images que l'on ne voit pas. La force de l'image ne réside pas dans ce qui se passe dans son champ mais hors de son champ. C'est par une action invisible qu'elle génère en nous à chaque regard l'émotion, le lien, et la recherche de sens. C'est là toute la puissance du hors-champ. Si l'absence donne toute sa vitalité à l'image, ce qui la menace est le déversement ininterrompu de visible qui vient saturer son champ.

L'espace imaginaire laissé au regard du spectateur est aujourd'hui écrasé par une industrie du visible qui veut nous laisser croire que tout est dans le champ et que le champ est le lieu du tout. C'est pourquoi il est important de situer en quoi la présence de hors-champ est nécessaire à la fonction de l'image et à la liberté du spectateur. Mais qu'est ce qui fait de l'absence un mode de présence ? Comment se manifeste t-elle ? Quels sont les risques d'une vision immanente de l'image ? Et enfin, dans quelle mesure l'invisible peut-il être bénéfique aux images et aux regards qui sont fondamentalement liés à la vision ?

Pour tenter de répondre à ces problématiques, cet écrit s'appuie sur le résultat de nombreuses lectures, d'expérimentations graphique liées à une redistribution de l'information et d'une documentation autour du hors-champ mais surtout de l'image. Cette dernière n'y est pas abordée sous l'angle de la communication mais autour d'une approche socio-philosophique. L'intérêt étant de pouvoir ancrer le sujet qu'est le hors-champ dans un contexte socio-culturel et le confronter à des questions de société. Cette recherche m'a permis de quitter les sentiers battus qu'est la théorisation du hors-champ tel qu'il est perçu au cinéma. J'ai pour cela cherché à faire écho à la pensée de Marie-José Mondzain et aux écrits de Jean-Paul Achard autour de l'image. Tout deux soulignent la part importante des actions invisibles de l'image qui font d'elle un élément essentiel à la constitution d'une communauté d'hommes. Le hors-champ est cet espace invisible où se tissent secrètement les liens entre les individus et où se jouent les enjeux de la représentation qui sont peut être aussi ceux de la société. Mais il est tout autant, avec le champ de l'image, un lieu de dualité et de fusion où s'exercent les jeux de pouvoir entre celui qui montre, celui qui voit et l'image. L'approche du hors-champ telle qu'elle est permise dans l'image fixe offre une conception large, sensible et malléable de celui-ci.

Cette étude se penchera sur la relation qu'entretient l'image avec l'absence et ses principales propriétés qui lui permettent de faire de l'absence un mode de présence. Il s'agira aussi de réaliser un brève tour d'horizon du hors-champ qui témoigneront de sa complexité et de sa richesse. La suite de l'étude analysera, en partant du discours de Marie-José Mondzain, la corrélation entre le retrait d'espace accordé à la dimension invisible de la représentation et les nouvelles formes de fétichisme que connaît l'image. Enfin je m'efforcerai d'avancer divers pistes afin que l'image puisse de nouveau stimuler un investissement imaginaire et critique lui permettant de recouvrer ses capacités constituantes de lien social.

## **I - L'absence comme mode de présence**

## **1 - L'esthétique de l'absence dans l'image**

### **Propriétés de l'image**

Le visible et l'invisible sont indissociable. Avant de pouvoir comprendre comme opère le hors-champ il nous faut définir la relation particulière qui se tisse au sein de l'image entre visible l'invisible. Qu'est ce que l'image ? Cet écrit n'a pas la prétention de chercher à répondre à cette question, nous nous intéresserons d'avantage ici à ses fonctions particulières. Il nous faut toutefois en donner une définition afin de nous mettre d'accord sur ce dont nous parlons. S'il ne faut pas réduire l'image à l'idée la plus générale que l'on puisse s'en faire, c'est à dire l'image comme un objet de représentation, il ne faut pas non plus céder à l'opinion inverse qui veut que ses manifestations soient si nombreuses qu'il nous est impossible de leur donner une limite commune.

Jean-Paul Achard<sup>1</sup> donne à l'image deux natures distinctes : premièrement, l'image mentale qui est une vue de l'esprit consciente ou inconsciente et deuxièmement, l'image perceptive découlant de la vision naturelle ou de la reproduction par le biais d'un support. C'est à cette dernière catégorie, l'image graphique objet de reproduction, qu'il sera fait le plus souvent référence ici mais nous ferons aussi mention de l'image mentale car nous verrons que la première comme la deuxième se répondent et s'alimentent mutuellement dans un dialogue entre le visible et l'invisible.

1 - Achard, , *Sur l'image, Qu'est ce que l'image*, février 2017, <http://www.surlimage.info/ecrits/image.html>

Nous ne nous attarderons pas à distinguer les caractéristiques des différents types d'images, nous nous contenterons d'en énumérer les propriétés fondamentales afin de comprendre la tension qui se joue entre présence et absence au sein du champ de la représentation. L'image possède deux grandes fonctions : l'une est langagière, elle relève de l'analyse des éléments sémiotiques immanents à l'image et l'autre est expressive, esthétique, fondée sur une démarche comparative de nos références et notre savoir. Le hors-champ est l'espace dans lequel opère la dimension esthétique de l'image. Elle renvoie à une culture commune, chargée de valeurs émotionnelles, morales, affectives, idéologiques... Selon Pascal Moliner<sup>1</sup> la dimension esthétique de l'image peut encore se diviser en trois propriétés : La capacité de figuration de l'image, la capacité d'émotion de l'image liée à celle de la figuration et enfin la capacité de polysémie de l'image lié au travail du regard qu'implique sa compréhension.

## **Figuration de l'absence**

C'est la fonction de figuration qui fait du champ de l'image un premier lieu de tension entre l'absence et la présence. Si l'image se distingue des autres objets signifiants tels que les symboles verbaux, c'est par sa dimension analogique. C'est à dire qu'elle possède une ressemblance plus ou moins grande entre elle et l'objet qu'elle représente et c'est ce qui fonde son caractère figuratif. En cela l'image n'est elle pas une représentation de l'absence ? La peinture d'un paysage accrochée dans un salon ou encore la photographie d'une personne absente témoignent tout deux d'une manifestation dans le visible de quelque chose d'absent. Il est important de préciser, et ce point est très important, que l'image est toujours une représentation qui est à distinguer du représenté (ou référent).<sup>2</sup>

*1 - Moliner (2016), Fonctions des images, Psychologie sociale de l'image, p.17*

*2 - Magritte ceci n'est pas une pipe*

L'image ne vaut pas pour le représenté mais nous renvoie à son absence et cela même lorsque le sujet de l'image est présent. Il est courant que le représenté et la représentation soient amenés à se rencontrer. Prenons ici l'exemple d'un portrait de vous avez réalisé un an plus tôt et sur lequel vous retombez : si dans ce contexte l'image ne renvoie pas à l'absence de l'être, elle nous renvoie ici à l'absence d'un instant disparu à jamais. L'image immobile fige l'instant de sa représentation. « Photographier c'est capturer un fragment de temps qui ne reviendra plus. Sitôt la photo faite, il y a déjà quelque chose de changé dans le sujet photographié. L'image en tant que témoignage d'un moment devient obsolète en même temps qu'elle se produit »<sup>1</sup>. En cela, l'image n'agit pas et ne doit pas agir comme un simulacre mais comme une empreinte, une trace, l'écho dans le visible de l'absence d'une chose ou d'un instant. S'y reporter c'est se renvoyer vers quelque chose qui n'est pas là ou qui n'est plus là. Si l'absence est un mode de présence, elle se manifeste indéniablement par le biais de l'image. « Il n'y a d'image que de ce qui n'est pas là, même en la présence de ce qui est là »<sup>2</sup>. L'image se situe comme un objet entre le visible et l'invisible. Et selon Mondzain, si l'image a à voir avec l'invisible, alors ce qui menace de détruire le pouvoir de l'image sur nos imaginaires c'est précisément le déferlement ininterrompu du visible.

## **De la figuration à l'émotion**

Ce n'est que quand l'image est une absence que peut se manifester la deuxième fonction de sa dimension esthétique, celle qui consiste à susciter l'émotion. L'image génère une frustration en nous révélant un réel que nous ne voyons pas ou que nous ne verrons peut être jamais. Notre imaginaire s'empare alors de l'image que nous regardons et génère en nous des représentations mentales. Auchard prend l'exemple de la peinture d'un paysage nous transporte dans

*1 - Jean Paul Achard , Sur l'image, Dialectique de l'image, Février 2017, <http://www.surlimage.info/ecrits/dialectique.html>*

*2 - Marie-José Mondzain séminaire école normale supérieure, le Hors-champ, pouvoir invisible*

celui-ci tout en nous frustrant de ne pas y être. L'image génère alors une dialectique entre le réel rendu visible et l'absence de ce réel. C'est cette dialectique qui a permis à l'icône religieuse ou à Jésus d'incarner la manifestation de Dieu sur Terre. L'Eglise a construit quelqu'un qui est visible tout en étant invisible, qui est dieu et qui homme, qui est là et qui n'est pas là. Ainsi dieu est rentré dans l'histoire lorsque Jésus fit dire de lui qu'il était l'image du père. Le père n'est pas là mais ce qui est là est son image. L'icône religieuse a permis de faire apparaître le divin dans le champ tout en le gardant absent. Quand il apparaît il dit « je ne suis pas là », quand il disparaît il dit « je serai toujours là ». Dieu est ailleurs et l'image renvoie elle aussi vers un ailleurs dans l'imaginaire du spectateur, transcendant alors le seul cadre pictural

## **Une culture commune**

C'est ce même investissement imaginaire qui permet à celui qui voit d'interpréter une image. Ce qui nous renvoie à la troisième propriété de l'image évoquée par Pascal Moliner, la polysémie. Il faut comprendre ici que les éléments qui construisent le champ de l'image convoquent des références et un savoir dans l'imaginaire du spectateur. De la même façon celui qui montre s'inspire de savoirs et d'images mentales préalables qui vont lui permettre de réaliser des opérations d'encodage dans le champ de l'image. L'image transporte en elle des codes et des valeurs et contribue à bâtir l'imaginaire commun.

Ces trois fonctions de l'images nous permettent de constater que l'image ne se réduit pas à ses seules composantes internes. Elle est un lieu d'interprétation ne renvoyant donc pas une représentation du monde tel qu'il est mais tel que nous le voyons. L'image possède un caractère transcendant où se lient visible et invisible faisant de son champ (dans un contexte social) un lieu de tension que Mondzain appelle « lieu de crise » de l'image.<sup>3</sup>

*3 - Commerce des regards p.22 - L'ordre philosophique Seuil 2003*

## **2 - L'espace imaginaire de l'image**

### **Champ et Hors-champ**

Il est important de décomposer les aspects du hors champs et d'en poser les limites tant il renvoie à des concepts divers et pluridisciplinaires. De façon générale le hors-champ englobe ce que l'on n'entend ni ne voit et qui est pourtant parfaitement présent. Cette présence repose sur l'idée que le champ s'inclut dans un espace plus vaste qui l'entoure et dont il serait la seule partie visible. Autrement dit cette présence invisible se constitue comme un prolongement de ce qui se trouve dans le cadre « Le hors-champ est donc essentiellement lié au champ, puisqu'il n'existe qu'en fonction de celui-ci ; il pourrait se définir comme l'ensemble des éléments qui, n'étant pas inclus dans le champ, lui sont néanmoins rattachés imaginaires, pour le spectateur, par un moyen quelconque. »<sup>1</sup>. Cette définition permet de se rendre compte de deux choses; la première est que le destin du hors-champ est fondamentalement lié à celui du champ, la seconde est que l'absence peut induire une présence et inversement. Choisir ce qui est dans le champ c'est aussi avant tout choisir ce qui n'y sera pas.

### **Espace polysémique**

Nous avons vu que le hors-champ convoque en nous un imaginaire singulier.

<sup>1</sup> - *Esthétique du film 3e édition - Armand Colin Cinéma p.15*

Selon Achard « si deux spectateurs perçoivent ou interprètent d'une manière différentes une même image c'est parce que l'imaginaire qu'elle construit est différent »<sup>1</sup>. Toujours selon lui cet imaginaire découle des connaissances et des affects rassemblés au cours des expériences visuelles antérieures de chaque spectateur. L'interprétation d'une image se fait grâce aux savoirs, image et autres éléments qui ne sont pas « directement dans l'image présente mais dans le hors-champ qu'elle suggère et qui renvoie chacun à son expérience visuelle particulière ». Cette imaginaire du spectateur ne sera pas stimulé de la même manière selon les techniques et supports utilisés, du contexte ou de la culture propre à chacun. Achard prend le cas du cinéma, dont l'obscurité de la salle permet au spectateur un espace propice à la construction imaginaire du hors-champ quand la télévision par le zapping continue qu'elle entraîne, la taille de l'écran et le cadre familier dans lequel est placé, limite voire empêche toute projection dans le hors-champ. C'est ce mode de consommation de l'image que Marie-José Mondzain accuse de menacer l'image en bridant la part qu'a le regard du spectateur dans son interprétation.

En ce qui concerne l'image fixe, ses supports de diffusions sont si variés qu'il est impossible de les traiter cas par cas. L'investissement du hors-champ dépendra de l'attention de l'auteur derrière l'image ainsi que du regard que posera dessus le spectateur. Nous verrons que ce regard est déterminant lorsqu'il s'agit d'une image de presse ou diffusée sur internet.

Le champ est un espace donné au regard du spectateur et le hors champ est un espace invisible laissé à l'imaginaire du spectateur. Toutefois il est doublement pré-déterminé. D'une part par les propositions de l'auteur, son style, sa biographie et d'une autre part par le spectateur et son bagage culturel, son passé et son état « psycho-affectif au moment de la réception »<sup>2</sup>. Ainsi le hors-champ permet à l'image d'offrir un espace où se lie auteur et spectateur autour d'une culture commune. L'auteur prend conscience de ce que le spectateur peut interpréter et ce dernier

1 - Achard, sur l'image, qu'est ce que cadrer, <http://www.surlimage.info/ecrits/cadrer.html>

2 - Achard (Sur l'image)

peut comprendre ce que l'auteur veut montrer. Le hors-champ est présent comme absent et selon André Gardies, ce qui n'est pas ici est là ou ailleurs. Gardies appelle ici l'espace visible correspondant au champ, là un espace situé hors-champ correspondant au prolongement direct du champ et enfin un ailleurs, renvoie à un hors-champ lointain, un espace qui n'existe que dans l'imaginaire du spectateur. Dans cette conception, le hors-champ est toujours un invisible lié au champ, mais il prend deux formes.

## **Visibilité de l'absence ou hors-champ proche**

Le premier est généralement celui qui nous vient à l'esprit lorsqu'on parle de hors-champ. C'est celui popularisé par l'image en mouvement et qui est par conséquent, le plus souvent évoqué par les théoriciens du cinéma. Nous l'appellerons hors-champ proche. Il fait écho à la conception du cadre selon Bazin<sup>1</sup>, qui opère comme un cache mobile ouvert sur l'univers du film et qui donne accès à un ensemble plus vaste. C'est de ce hors-champ que surgissent les personnages d'un film pour arriver à l'écran et où ils retournent lorsqu'ils sortent du champ de la caméra. Il s'agit d'un espace proche que l'on ne voit pas mais qui serait potentiellement visible si l'on changeait de place l'angle de perspective, l'appareil de prise de vue ou encore sa focale. Noël Burch délimite cet espace hors-champ en le divisant en six segments : les quatre premiers segments sont déterminés par les quatre bords du cadre, le cinquième segment se trouve derrière le point de vue ou la caméra et enfin le sixième segment comprend tout ce qui se trouve derrière le décors et ses éléments. A l'extrême limite, ce segment d'espace se trouve derrière l'horizon. Cette définition de Noël Burch nous intéresse car elle nous offre la possibilité, à l'aide d'une fausse précision géométrique l'espace, de situer ce hors-champ proche. Si cet espace invisible est bien plus présent dans l'art du cinéma c'est parce qu'il est susceptible de rentrer à tout moment dans le champ; les personnages rentrent et sortent du cadre, les décors changent et le hors-champ devient un élément essentiel à la narration du film. Cette utilisation du hors champ n'est pas exploitable avec l'image fixe, excepté dans des cas particuliers, comme par exemple la bande-dessinée, l'image numérique ou interactive. Cependant le

*1 - Bazin, Qu'est ce que le cinéma ?, Peinture et cinéma, p.187, cerf, edt 2011*

hors-champ proche se retrouve aussi dans l'image fixe. Il peut s'y manifester via des effets de miroir, les ombres portées venues de l'extérieur du champ, des éléments cachés partiellement dans l'image ou enfin des effets de regards lorsque qu'un personnage scrute quelque chose hors du champ. Il nous est inutile de détailler d'avantage les différentes procédés par lesquelles se manifeste ce hors-champ car il ne s'agit pas ici d'étudier l'esthétique de celui-ci mais de concevoir le pouvoir invisible qu'il constitue sur celui qui voit et pour celui qui montre. Il nous intéresse car il est lié au cadrage et joue un rôle crucial dans le cas de la photographie qui se veut témoignage du réel (Et nous verrons plus tard son enjeu dans le cadre de la photographie documentaire ou journalistique). Ce hors champ renvoie au cadrage de l'information, il abrite ce que le spectateur ne doit pas voir. Il nous permet de rappeler que l'image résulte de la subjectivité d'un auteur. L'oublier c'est croire en une « immanencité » de l'image et tomber peu à peu dans le fétichisme.

## **Invisibilité de la présence ou hors-champ lointain**

Le hors-champ proche (le là) a pour fonction de rajouter de « l'espace à l'espace » et le hors champ lointain (le ailleurs) « ajoute du spirituel » à l'espace. Ce second hors-champ est lié aux trois fonctions de la dimension esthétique de l'image vue précédemment. Cet ailleurs est un espace que l'on ne voit pas et que l'on ne pourra jamais voir. C'est ce hors-champ qui s'adresse au regard du spectateur et qui fait appelle à ses souvenirs, son savoir, ses émotions afin de porter un jugement critique sur l'image et échanger sur ce qu'il voit. Cet espace n'existe que dans l'imaginaire du spectateur bien que cet imaginaire soit suggéré, appelé ou construit par le champ de l'image défini par les choix de l'auteur. Les moyens pour l'auteur d'appeler ce hors champ ou d'influencer l'imaginaire du spectateur

d'hommages, de clins d'œil ou d'exercice de style. Il est courant que nous apprécions une image parce qu'elle nous renvoie à une imagerie et un imaginaire que nous aimons ou que nous portons en modèle. Dans ce hors-champ s'exercent les fonctions de figuration et d'émotion de l'image. Il ne fait aucun doute que c'est sur cet invisible que jouent les publicitaires quand ils s'adressent à l'affect du spectateur. C'est donc dans cet espace hors-champ que l'image artistique fait naître l'émotion chez celui qui regarde. Dans *A la recherche du temps perdu*, de Marcel Proust les œuvres picturales auxquelles les personnages font de nombreuses fois références sont à la fois génératrices et réceptacles, de souvenirs. Elles ont une action cruciales sur le réel, et le réel a une action cruciale sur les toiles. Tantôt les peintures convoquent des souvenirs vécus par le personnage, tantôt les événements du réel convoquent des toiles connues du personnage.<sup>1</sup>

La fonction de polysémie de l'image se manifeste aussi dans l'ailleurs. Giles Deleuze décrit ce hors-champ comme n'étant pas de l'ordre du visible mais du lisible. Selon Deleuze c'est lorsque l'essentiel des composantes se trouve dans l'image et que l'espace visible ne renvoie pas directement à un autre espace non-vu (c'est à dire au hors-champ proche) que l'image, loin d'être fermée, permet au hors-champ de réaliser sa fonction qui consiste à introduire du trans-spatial et du spirituel à l'image. Faisant de l'image une image-mentale ouverte sur un jeu de relations purement pensées par le spectateur. Moins l'image rejette notre attention sur ce qui se passe hors du champ, plus alors elle nous renvoie vers nos propres images mentales et stimule notre conscience à investir le hors-champ

*1 - Quand le narrateur de Proust rend visite à Elstir dans son atelier, il voit dans un tableau que la mer et la terre se mélangent. Il lie alors immédiatement cette vision du tableau à une impression réellement vécue : « Il m'était arrivé, grâce à un effet de soleil, de prendre une partie plus sombre de la mer pour une côte éloignée, ou de regarder avec joie une zone bleue et fluide sans savoir si elle appartenait à la mer ou au ciel. » (A l'ombre des jeunes filles en fleur - Marcel Proust p.191), Ici le tableau est lié au réel et son spectateur ne s'arrête pas à une perception objective de l'image mais la filtre à travers une conscience emplie de désirs et de rêves, investissant cet invisible hors-champ personnel.*

lointain. On peut imaginer que l'icône religieuse fonctionnait sur ce rassemblement des composantes. Cependant l'image ne doit pas piéger le regard dans une saturation du visible qui annihilerait alors tout investissement du hors-champ et dans le cas de l'icône chrétienne conduirait même à l'idolâtrie.

### **3 - De l'image perceptible à l'image mentale**

Nous avons donc vu que le hors-champ est un espace exclu du champ qui découle d'une vision singulière de l'auteur. C'est un espace qui n'est pas donné à voir aux spectateurs mais à imaginer. Il offre à la fois un réservoir imaginaire, émotif et surtout critique. S'y développent la réflexion et la quête de sens qui permettent l'échange entre l'auteur et les spectateurs et entre les spectateurs eux même. L'image peut ainsi fabriquer du lien au sein de la société.

Le hors-champ est rendu perceptible par le cadrage des éléments du champ et/ou quand quelque chose d'absent est appelé par un élément de l'image. Le champ fonctionne alors comme un espace de force et de tension entre le montré et le non montré, entre le visible, le suggéré et l'invisible, le représenté et l'imaginaire. Et chaque regard porté sur le champ d'une image, enrichit notre culture visuelle qui sera par la suite convoquée pour interpréter les hors-champs des prochaines images que nous verrons. Il y a une relation entre ce que l'on voit du champ et ce que l'on imagine du hors-champ qui s'enrichit à chaque expérience visuelle. J'imagine car j'ai déjà-vu et celui qui fabrique des objets imageant dans le visible participe à façonner l'imagerie invisible commune. Il est donc important pour ce-

lui qui montre aux autres de prendre en considération à la fois ce qu'il diffuse dans le champ du visible mais aussi la proportion de regard critique et de liberté d'interprétation qu'ils laisse aux spectateurs. En cela la fabrication et la consommation d'images doivent répondre à une exigence du regard et celui-ci doit aller chercher la réponse à l'exigence de sens. Cela est essentiel à une époque où se forme le sentiment que les industries du visible cherchent à nous convaincre que tout ce qui est donné à voir, donné à savoir ainsi que donné à croire est à rattacher à une production saturée des images. Est-ce que tout est dans le champ ? Est-ce que le champ est le lieu du tout ou est-ce que la vitalité du champ vient de son impossibilité à totaliser quoi que ce soit ?

## **II - De l'absence à la saturation**

## **1 - Le pouvoir de l'image selon Marie-José Mondzain**

### **Hors-champ, regard et lien social**

Pour Mondzain, le hors-champ permet la liberté du regard et de la critique de l'image, il fait du spectateur un sujet de la parole. L'image crée du lien social entre les hommes qui cherchent à en comprendre le sens. Or, toujours selon Mondzain, le marché des visibilités réduit aujourd'hui l'économie propre à l'image. Cette économie qu'elle appelle l'économie du visible est le lien issu du croisement des regards qui se fait dans chaque interaction avec une image. C'est à dire la capacité de l'image de faire parler d'elle et notre capacité à échanger et parler de ce que nous voyons. Pour cela le sens de l'image ne doit pas paraître comme immanent à celle-ci. Au contraire l'image doit faire douter et conduire le spectateur à la critique. Les réponses ne sont pas ici mais là et ailleurs dans le hors-champ. Ce dernier est à la fois constituant de l'imagination dans la lecture d'une image et constructeur d'un jugement critique. Ce pouvoir émotionnel fait des images des objets constructeurs d'une communauté.

### **Pouvoir de l'ecclésiastique et autorité divine**

Cette partie se présente comme une brève restitution des écrits anthropologiques de Marie-José Mondzain sur le rapport entre pouvoir et autorité s'exerçant dans l'image. Ils nous permettent d'éclaircir le rôle qu'a occupé la relation champ et hors-champ dans la société chrétienne. Car il s'avère que l'institution ecclésiastique a saisi très tôt

l'enjeu politique de l'image. La religion chrétienne en autorisant l'image contrairement au judaïsme ou à l'islam ne s'est pas contentée de sa mission spirituelle mais a aussi instauré un *commerce du visible*<sup>1</sup> par l'icône. Et ce n'est pas anodin si le seul monothéisme voué à l'image est lié à la fondation de toute la culture Occidentale. L'Église est une institution qui se voulait visible en invoquant une légitimation d'ordre invisible. A l'époque où les empereurs tentaient de rassembler tout le pouvoir visible en ne reconnaissant à l'Église qu'une autorité doctrinale dans le champ invisible de la transcendance, cette dernière s'est opposée à séparer pouvoir et autorité. Mondzain apporte des distinctions entre ces deux termes<sup>2</sup>, l'autorité est invisible et le pouvoir est visible. L'institution ecclésiastique a alors cherché à rassembler, autour de quelque chose où se lirait visible et invisible afin de contrôler les fidèles. C'est dans ce contexte qu'elle fit de l'image « une domination qui exerce ensemble et le *pouvoir* et l'*autorité*. »<sup>3</sup>. Tout pouvoir a besoin de visible car on ne peut prendre le pouvoir qu'à condition de croire ce que l'on voit. Mais en quel nom l'instance de pouvoir prend le pouvoir en produisant de l'image dans le visible puisque chacun peut faire ses images et chacun peut faire ses croyances ? L'image ne peut le prendre que sous couvert d'une légitimité par l'autorité qui l'a faite. Ainsi l'image relève de deux aspects de la domination : la puissance du visible qui a permis à l'Église de soumettre les corps et les âmes et la légitimité invisible qui justifie la première. Le pouvoir demande la croyance au point que l'on pourrait se dire que le pouvoir n'a besoin que de la crédulité. Mais l'icône religieuse ne s'est pas fondée sur la crédulité mais sur la confiance. L'autorité ne connaît que la reconnaissance. L'autorité n'existe plus quand vous ne la reconnaissez pas, si on ne reconnaît plus une autorité elle ne s'exerce plus, tandis que le pouvoir peut continuer à s'exercer. Et il s'exerce entre deux parties inégales, d'un plus vers un moins (plus fort, plus intelligent, en savoir plus, ...). C'est pourquoi l'autorité nécessite l'égalité entre les deux parties, la même puissance et la même liberté que celui dont on reconnaît l'autorité. L'autorité invisible de l'image nous reconnaît comme image, ainsi nous sommes tous à l'image du père. L'Église a alors mis en place des objets dans le visible qui forcent à croire et renvoyant à l'invisible. Une fois l'image devenue un instrument du pouvoir, le danger se situe au moment où le pouvoir exige lentement du spectateur qu'il renonce à l'invisible qui dans son champ lui laissait des chances d'égalité.

1 - Mondzain, *Le Commerce des regard*

2 - Mondzain, *Homo spectator Pouvoir et Autorité*, édit. bayar, 2013, p.252

3 - Mondzain *Homo spectator, L'image entre pouvoir et autorité*, p.250

Godard disait « Il n'y a pas d'image s'il n'y a pas deux pour la voir ». On ne construit de la communauté qu'en créant du lien et se lien se constitue dans l'invisible. Ne pas voir ne nous retient pas ensemble, voir ensemble nous retient<sup>1</sup>. Il ne s'agit pas de croire ou faire croire mais vouloir voir ensemble dans un contexte de foi (regard fragmenté de Scott McCloud).

L'invisible n'est pas forcément ce à quoi renvoie l'image mais est constituant d'une vision commune. Cependant lorsque ça ne nous rassemble qu'à travers l'engouffrement dans un objet qui nous tient dans l'illusion. Lorsque l'homme produit dans le visible des simulacres qui lui font croire qu'il a réussi à faire surgir dans le visible toutes les vérités et fini par tomber dans l'idolâtrie, alors la fétichisme de l'image menace notre liberté.

## **2 - Le fétichisme de l'image, une immanence du sens**

### **Industrialisation du visible**

Les écrits de Mondzain sur la relation qu'entretiennent le christianisme et les représentations témoignent d'un pouvoir de l'image bien antérieur à l'avènement des médias de masses et des techniques de diffusion. L'image possédait une grande importance dans l'histoire humaine bien avant l'arrivée de la photographie ou du cinéma. Toujours, selon Mondzain ce qui est nouveau en revanche, est ce retrait du hors-champ causé par un abus du visible qui condamne la liberté du regard des spectateurs. Quand on prive celui qui voit, de l'espace hors-champ constituant de liberté critique et qu'on lui laisse croire que tout est dans le champ, alors on l'asservit. On peut évoquer l'idée d'une fétichisation de l'image « lorsque son usage lui confère une valeur autonome qui prédomine et finit

*1 - Desanti, Voir ensemble*

par faire oublier les fondements de l'échange pour lequel elle était prévue ».<sup>1</sup> L'image ne renvoie non plus au fondement de rapports humains mais apparaît comme naturelle. Mondzain fait mention d'une « dictature du visible » dans l'acte de faire voir. Qu'est-ce que faire voir ? Faire voir c'est construire l'imaginaire collectif : « Une communauté se donne un vocabulaire iconique qui permet de repérer les figures de son désir donc de sa liberté. En ce sens la mort de l'image dans une gestion dictatoriale des visibilités condamne à mort toute liberté critique même dans les régimes qui s'auto-proclament démocratiques. Tel est le sens qu'implique l'expression « vie de l'image ». Quand le commerce de l'image se transforme en gestion commerciale du visible, il n'y a plus d'image et le marché des spectacles construit l'empire des nouvelles barbaries »<sup>2</sup>. Pour qu'il y ait de la liberté dans notre rapport aux images, pour qu'elle reste un lieu de réflexion, il ne faut qu'aucune vérité ou évidence indiscutable ne nous soit imposé dans le champ de l'image. Car si plus rien ne se discute et que l'image est seule détentrice de la parole alors « Faire croire, c'est faire voir »<sup>3</sup>.

## **Le pouvoir de montrer et la société du spectacle**

Mais comment en arrive t-on à un tel rapport à l'image ? La première raison découle de l'intentionnalité de celui qui montre. « L'image n'est trompeuse que lorsqu'on ne sait plus qu'il ne s'agit que d'une image et de rien d'autre »<sup>4</sup>. Le producteur d'images s'attaque à la liberté de jugement quand il fait de l'image, par la séduction ou la terreur, un objet de manipulation. Les images de propagande et de publicité exploitent cette crédulité du spectateur. Dans ce contexte il est difficile de savoir si ce que l'on voit est vrai. La vérité dépend de l'intentionnalité de celui qui montre et de celui qui voit. Le second facteur vient donc de la manière de voir l'image, se laisser croire que la représentation vaut pour le représenté. L'utilisation de la photographie, par sa forte analogie entre elle et son sujet, permet de faire de la représentation un gage de vérité. Durant la première moitié du XXe siècle, la censure des images en union soviétique qui consistait en la falsification d'images photographiques

1 - Achard, *Sur l'image, Fétichisation de l'image*, Février 2017, <http://www.surlimage.info/ecrits/fetichisation.html>

2 - Mondzain, *Commerce des regards* p.11

3 - *Commerce des regards* p.19

4 - CdR p.27

témoignage du réel.<sup>1</sup> C'est parce que la photographie semble échapper à toute manipulation et nous montrer les choses telle qu'elles sont, qu'elle a su s'émanciper d'un besoin de légitimation par une autorité extérieure, se suffisant alors par elle seule et imposant son pouvoir et sa réalité.

L'image devient un objet de marchandise ou / et un objet contribuant à la valeur marchande. Le fétichisme de l'image est un aspect du fétichisme de la marchandise. De ce fait, les objets aussi pauvres soient-ils sont adorés pour l'image construite autour d'eux et cette même image influencera la nature de nos relations avec les autres.

Guy Debord, parle d'une société du spectacle dans laquelle il voit « un rapport social entre des personnes médiatisées par des images », montrant « l'auto-portrait du pouvoir de l'époque ».<sup>2</sup> L'espace hors-champ est alors divisé et perd sa fonction critique (polysémie) pour ne garder que celle de la projection imaginaire (figuration et émotion), espace de rêve alors influencé et pensé par la publicité et l'information. « Le monde réel se change en images et les images deviennent des êtres réels. La nécessité devient socialement rêvée et le rêve devient socialement nécessaire. »<sup>3</sup>. On oublie peu à peu que les images ont été créées par des individus avec une intention et un propos et on finit par croire à leur fonctionnement autonome leur enlevant toute valeur d'échange pour ne garder que leur valeur d'usage.

*1 - Censure des images en Union soviétique, Wikipédia, Février 2017, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Censure\\_des\\_images\\_en\\_Union\\_sovi%C3%A9tique](https://fr.wikipedia.org/wiki/Censure_des_images_en_Union_sovi%C3%A9tique)*

*2 - Karl Marx fétichisation de la marchandise Le Capital, 1867 Le fétichisme comment constituant de l'activité sociale se présentant sous forme de valeur et marchandise, de travail et d'argent par Anselm Jappe*

*3 - Guy Debord, La société du spectacle, 1973*

*4 - Debord, Société du spectacle*

### **3 - La saturation du visible, une soumission du regard**

#### **Confusion et fétichisme de la marchandise**

Le fétichisme de l'image est lié à deux causes : la confusion et le contexte. Le premier se manifeste dans le cas de la publicité et son usage abusif de la sémiologie. La sémiologie réduit l'analyse des images aux seuls composants présents dans leur champ. Ainsi sont occultés les éléments hors-champ, comprenant l'auteur, le spectateur, le contexte de sa publication ou de sa production, faisant de l'image un objet dont la recherche de sens lui serait immanente. Il s'installe alors une confusion entre le représentant et le représenté (le signifiant et le signifié). La publicité est à l'origine de cet amalgame savamment orchestré entre marque, logo et produit. Nous n'achetons plus un produit pour sa valeur d'usage et ses composants premiers mais pour son logo, devenu à la fois gage de la valeur sociale et gage de confiance et de qualité. Nous sommes dès lors dépendants des objets et des images et incapables de dissocier la marque des éléments constituant son produit. C'est notre foi en la marque qui nous permet de croire en l'aspect du produit que nous présente le packaging sans vérifier pour autant son contenu (bien que tout le monde sache que le produit ne présente jamais aussi bien que sur l'emballage). Cette confiance est persistante même après s'être vu ébranlé quand un beau jour l'affaire Findus<sup>1</sup> nous apprend que ce que l'image de l'emballage nous vendait pour du boeuf s'avérait finalement être du cheval. Si la cécité du spectateur disparaît le temps d'un instant elle revient souvent après quelques excuses publiques dans la presse de la marque inculpée. Mais

*1 - La fraude à la viande de cheval de 2013 est une fraude commise à l'échelle européenne, faisant passer de la viande de cheval pour de la viande de boeuf en modifiant l'étiquetage sur des lots de viande. Portant sur environ 4,5 millions de plats préparés, elle touche des dizaines de millions de consommateurs. Révélée en France sur des lasagnes de la marque Findus contenant 100 % de viande de cheval - source Wikipédia*

durant ce court instant, le spectateur refait de l'image ce qu'elle est, un lieu d'interprétation et de jugement. Nous pourrions poursuivre encore et questionner aussi la confiance accordée aux documents d'analyses et aux personnes qui produisent ces informations. Il n'est pas question ici de faire preuve de la paranoïa la plus totale ou de complotisme<sup>1</sup> mais d'alerter sur l'importance de garder un jugement critique.

## Contexte et fétichisme du média

Le contexte constitue un deuxième facteur à l'origine du fétichisme. Par exemple, prenons les images journalistiques ou documentaires : ce qui nous permet de croire en elles est leurs contextes de publication, la place qu'elles occupent dans un média socialement institué. Il en découle encore une confiance que l'on porte cette fois-ci dans le média ou l'auteur du contenu. La légitimité donnée à l'icône religieuse par l'invisible divin est ici remplacée par des institutions bien visibles et des organismes du pouvoir. Il n'y a plus de sens transcendant tout est donné à voir et le spectateur croit alors que tout ce qui est donné à voir est à croire. La récente adoption de la loi sur le délit d'entrave à l'avortement (contre les faux sites d'information sur l'IVG) et la mise en ligne de sites tels que Les décodeurs (site anti-hoax du journal le Monde) démontre qu'il y a une trop grande confiance accordée aux contextes de diffusion est un manque de jugement critique. Lorsque cette confiance se transforme en fétichisme du média, alors il devient facile de faire d'une intox une info et d'une image truquée, une image documentaire, simplement en adoptant les codes visuels des médias institués.

L'information sature l'espace visible, les images de presse envahissent nos postes de télévision et le fil de nos réseaux sociaux. L'information devenue une marchandise est consommée devant nos télé de façon religieuse tel des repas et aux mêmes heures (métaphore du repas de Jean Paul Achard). Et quand cela ne suffit plus alors les boulimiques de la politique, les attachés de presses, les reporters peuvent consommer sur internet de l'info 24 heures sur 24 depuis leurs écrans d'ordinateur ou de smartphone. Les journalistes font la chasse au scoop sans rechercher la pertinence. Alors les images défilent sous nos yeux sans hiérarchie aucune, sans place pour l'échange ou l'interprétation. Dans ce cycle, une journée ressemble à une semaine. « Les candidats politiques se lèvent, chutent et se relèvent au son d'une cacophonie minutieusement orchestrée »<sup>2</sup>. Comme en témoi-

*1 - complotisme : Conspirationnisme, soupçon qu'une théorie du complot est à l'œuvre. wiktioaryt*

*2 - Marketing viral : ce que nous coûte la fétichisation 05/03/2017 : [http://www.huffingtonpost.fr/arianna-huffington/le-marketing-viral-medias-sociaux\\_b\\_1337403.html](http://www.huffingtonpost.fr/arianna-huffington/le-marketing-viral-medias-sociaux_b_1337403.html)*

gnent l'investiture de Donald Trump et la course à la présidentielle française 2017, les articles fusent, les mêmes images sont reprises en boucle encore et encore pour dire une chose, puis une autre, puis leur contraire. L'information s'alimente plus vite que les images, celles-ci perdent de leur valeur, sont cadrées puis recadrées, réutilisées encore, déplacées d'un média à l'autre et finalement elles n'accueillent plus aucun regard critique, elles sont dépossédées de tout contexte. L'image est alors une coquille vide qui ne sert qu'à appuyer ou illustrer le propos de l'information qui l'accompagne. Et quand l'image ne se contente plus d'évoquer le sujet de l'article au spectateur alors elle influence ce dernier et lui suggère une voie d'interprétation.<sup>1</sup> Cette obsession pour l'immédiateté entraîne une perte de contact entre les médias et le public. L'image ne crée plus d'échange, le spectateur n'est plus acteur de la communauté mais un être passif qui se rassemble pour consommer l'image dans un échange à sens unique. « Ce qui relie les spectateurs n'est qu'un rapport irréversible au centre même de ce qui maintient leur séparation. Le spectacle réunit le séparé mais il le réunit en tant que séparé ».<sup>2</sup> L'écran télévisé et la fenêtre internet saturés de visibilité, ne laissent pas la place à un investissement de l'invisible, au contraire elles confèrent un faux sentiment d'omniscience, l'illusion de tout offrir à voir. Mais que digérons nous de ces infos estampillées sans hiérarchie aucune ? Que reste-t-il de notre savoir sur le monde et qu'est-ce que les autres sauront de nous ? Rien car la rencontre et l'échange avec les autres n'est qu'une illusion dans ce procédé qui ne fonctionne qu'à sens unique. Notre consommation des images médiatiques et des gros titres se substitue à notre implication sur le monde et ses événements.

*1 - Pour illustrer cette idée Pascal Moliner utilise l'exemple particulièrement d'actualité en ce moment, d'un dirigeant politique impliqué dans une affaire dont un article de presse tiendrait la chronologie des faits depuis les premières inculpations jusqu'à la mise en examen. Selon si la photographie qui illustre l'article représente le politicien avec une expression neutre, un visage préoccupé ou encore une expression enjouée alors l'impact de l'image sur la lecture de l'article sera différente. : Psychologie sociale de l'image p.18*

*2 - Debord (1973), La société du spectacle*

## **Une remise en cause de l'auteur**

« Le pouvoir des images est donc à comprendre de deux façons totalement opposées. Ou bien il s'agit de la liberté qu'elles donnent et leur pouvoir n'est autre que celui qu'elles nous offrent d'exercer notre parole et notre jugement en ne nous imposant rien, ou bien il s'agit du pouvoir que nous laissons à ceux qui font voir et qui n'en laissent aucun à l'image et dès lors l'image disparaît, et notre liberté de jugement avec elle »<sup>1</sup>. Une image produite par un professionnel de l'image fait-elle un gage de qualité qui distribue au mieux la liberté de parole ou bien un objet de communication maîtrisé où l'auteur s'y efface pour influencer l'opinion ? Si la réalité n'est pas si binaire, la question soulève une réelle nécessité dans les professions de l'image de se positionner dans le contexte actuel. Le modernisme comme le postmodernisme nous ont déjà montré que ce n'était pas chose facile (conceptualiser l'idée en note). Il ne s'agit pas de prendre le contre-pied de ces pratiques imageantes vue plus haut ni de rejeter les formes que les fétichismes construisent. L'enjeu est ici de comprendre le mal causé dans les rapports humains par le retrait du hors-champ . Il s'agit aussi de voir comment retrouver les bénéfices constituant du hors-champ et comment il est possible d'exploiter les fétichisations afin de générer de nouveaux moyens d'échange entre les individus dans une démarche de réappropriation.

*1 - Mondzain, Le commerce des regards, p.27*

### **III - Revoir l'image ( Quelques pistes pour créer du lien entre les regards )**

## **1 - Dans l'invisible les oppositions dialogues**

### **La dialectique une approche non sémiologique**

Afin de redonner place au débat il est nécessaire de proposer aux auteurs de l'image de nouvelles voies de réflexions pour revitaliser le hors-champ dans l'espace visible, enrichir les regards et repenser le flux d'image dans un contexte d'échange.

La parole doit à nouveau circuler à travers l'image. Le débat et la pensée trouvent leur essence dans le conflit au sens d'une confrontation et d'un échange de la parole. Cet échange de la parole n'a pas pour but de conduire à un consensus et à une homogénéité de la pensée, mais de construire le partage dans un dispositif conflictuel. C'est à dire dans un échange de regards divergents et opposés qui permettent alors l'échange de nos différences. Nous présenterons ici des pistes de réflexion découlant des oppositions relevées par Achard et constituants l'image. Jean-Paul Achard propose une étude dialectique de l'image autour des oppositions dynamiques qui ont lieu en son sein. Cette approche est en opposition directe avec l'analyse sémiologique de l'image qui ne s'intéresse qu'aux composantes inhérentes au champ de celle-ci, sans chercher à la replacer dans son contexte. Nous avons bien vu que le fétichisme apparaît lorsque l'on considère l'image comme ne se rapportant qu'à elle même. En cela l'approche dialectique replace chaque situation de l'image comme rendant compte d'un mouvement des oppositions à un moment donné au sein des images. Lorsque dans l'espace de l'image, le visible prend le dessus sur l'invisible ou que dans le contexte socio-culturel de celle-ci, l'information prend le dessus sur l'émotion, ce n'est qu'un mouvement des forces qui s'opposent dans l'image. Et comme dans le cas de la parole, les parties ne se répondent pas de façon binaire ou l'un l'emporterait sur l'autre, mais toujours dans un échange dynamique. L'étude de ces rapports conflictuels nous permet

d'expliquer en partie comment l'image est un objet de la parole destiné à créer du lien dans la communauté. Achard relève bon nombre de relations dialectiques dans l'image mais nous ne nous intéresserons qu'à celles en lien avec la création, la relation et la réception.<sup>1</sup>

## La création

Dans l'acte de création apparaît une opposition entre l'auteur et l'image. C'est à dire, d'un côté entre la pensée de l'auteur, l'image mentale qu'il se crée et de l'autre l'objet image qui restitue sa pensée. L'intermédiaire que représente le support matériel ne sera jamais de la même nature que la pensée à son origine. L'auteur se confronte alors à deux images mentales : celle de sa pensée initiatrice de sa production et celle générée à la vue de son travail. Il s'agit d'une relation dialectique car, tant que l'image n'est pas finalisée, chacune des deux images mentales alimente l'autre sans qu'aucune ne soit déterminée à prendre le dessus sur l'autre. Le processus de fabrication de l'image peut transformer la pensée et l'idée de départ. Cette confrontation peut alors rallonger infiniment l'acte de création pour obtenir in fine quelque chose qui dans un premier temps dépasse parfois son auteur lui-même. Dans le cadre de ce mémoire, moi-même ai vu ma pensée transformée par le processus d'écriture et ce que vous lisez constitue un degré figé de cet affrontement. Il y a toujours un écart entre la pensée invisible et sa transposition dans le monde du visible (ou de l'audible). Cela laisse supposer que par l'acte de création l'image est fondamentalement amenée à recevoir plusieurs lectures : Ce que l'auteur voulait dire et ce que l'image fait dire. Car « les images ne disent rien, elle font dire ».<sup>2</sup> Il est important de se saisir de cet échange lors du processus créatif afin d'une part, rendre sa production plus riche de sens en s'éloignant de l'attendu et des stéréotypes et d'une autre part l'ouvrir davantage à une création nouvelle conduisant à la recherche de sens et à la parole.

## La relation

Si l'auteur de l'image est son premier spectateur et qu'il peut ainsi s'identifier au regard de ceux qui la verront, l'inverse est également vrai. Dans l'échange par le biais de l'image, on retrouve une opposition entre l'auteur et les spectateurs. Face à une image, le spectateur est d'une certaine façon invité à partager le point de vue de l'auteur tout en percevant l'image avec sa propre subjectivité, ses souvenirs, sa culture... Il s'agit de la confrontation de deux points de vue (dans leur dimensions physique, identitaire et idéologique).

<sup>1</sup> - Achard, *Sur l'image, dialectique de l'image*, Février 2017, <http://www.surlimage.info/ecrits/dialectique.html>

<sup>2</sup> Marie-José Mondzain *Le commerce des regards* p.27

L'image permet alors de s'identifier à un point de vue extérieur au notre tout en s'en défendant. Cette confrontation renvoie à la cultures et aux univers sociaux des deux parties. «Le processus sera d'autant plus simple à mener que vous-même et cette personne partagez une vision commune »<sup>1</sup>. Il faut en effet des références communes pour pouvoir communiquer et échanger mais sans différence il n'y aurait pas d'échange. Permettre à l'image de recréer du lien consiste peut-être à ne pas se restreindre toujours à son seul univers iconographique mais à aller rencontrer l'image de l'autre. La propagande idéologique ou encore l'harmonisation des codes visuels comme ont pu le faire les designers graphiques à l'époque du modernisme ne conduisent qu'à un appauvrissement de l'environnement visuel et à un système de la visibilité totalitaire et individualiste. Il est peut être important pour les professionnels de privilégier les éléments vernaculaires sans pour autant sombrer dans une cacophonie visuelle. Une autre option consisterait à offrir des outils et des espaces d'expression aux spectateurs (peut être hors du cadre de l'image) où s'opposent les visions, les valeurs et vécu de tous et amenant à une réappropriation de l'espace visuel.

## La réception

Le partage des images ont d'une certaine façon une dimension éducative. Nous l'avons déjà dit, chaque regard porté sur une image enrichie ma culture visuelle qui m'aidera à investir le hors-champ d'une prochaine image et ainsi l'interpréter et la comprendre. Toutefois, dans l'acte de réception il y a une opposition entre l'image et le spectateur. Cette confrontation met en jeu les différents niveaux de perception, de compréhension et d'horizons culturels que sollicitent les images auprès du spectateur. Si l'image est trop forte (culturellement, affectivement, informationnellement,...) elle peut conduire le spectateur à l'abandon et la fuite. Si au contraire l'image ne demande aucun effort de compréhension et est pauvre, alors le spectateur ne peut s'en enrichir. Or le plaisir en tant que spectateur est la confrontation, le surpassement. Achard fait mention de « dominer ce qui nous domine ».<sup>2</sup> Une production dans un contexte de communication et de diffusion doit se trouver dans un équilibre qui ne conduira ni à l'abandon, ni à la passivité du spectateur. Chaque expérience visuelle que le spectateur maîtrisera lui permettra de se confronter à une suivante égale ou supérieure. La culture visuelle est donc un processus progressif qui s'enrichit au fur et à mesure. Il est nécessaire de combler le vide qui s'accroît encore aujourd'hui entre l'image artistique insurmontable et l'image

1 - Pascal Moliner *Psychologie sociale de l'image* p.72, PUG, 2016

2 - Achard, *Sur l'image, dialectique de l'image*, <http://www.surlimage.info/ecrits/dialectique.html>

de diffusion massive qui fait du spectateur un être passif. Le rôle du designer graphique dans une démarche de sensibilisation aux images consisterait peut être à se positionner dans une démarche pédagogique en enrichissant ses productions progressivement.

Afin de comprendre comment l'image peut servir le lien au sein d'une communauté, il nous fallait comprendre l'aspect conflictuel qui s'y exercent. Nous noterons que celui qui produit l'image détient un pouvoir sur l'interprétation de celle-ci et donc par là même, une responsabilité. La création est de nature la recherche d'un dépassement. Créer des images place alors peut être le designer graphique dans une posture inégale face au spectateur. Adopter une démarche pédagogique d'aiguiser le regard du spectateur et lui faire acquérir des compétences qui le mettraient sur un pied d'égalité.

## **2 - Travail sur l'ouverture de sens**

### **Moins de figuration**

Le professionnel de l'image doit prendre la responsabilité de repenser le processus de communication qui ne s'adresse pas à la pensée. Le régime de saturation qui cherche à combler le désir de voir n'invite à aucune recherche de sens. Nous sommes privés de l'espace hors-champ, et le spectateur adopte alors une posture passive face à la finitude de l'image. Il revient donc à l'auteur de favoriser la présence du hors-champ via l'esthétique du champ. Il pourra ainsi permettre au spectateur de s'investir dans l'image et éventuellement dans le processus de création.

L'image est dotée d'un grand potentiel expressif qu'il convient d'exploiter. D'un point de vue schématique les images évoluent sur différents degrés analogiques allant du figuratif jusqu'à l'abstrait. Plus elles sont figuratives, plus la représentation sera proche de la réalité alors que les images abstraites relèvent d'avantage du domaine de l'interprétation. Moins l'image témoignera d'une forte analogie avec son sujet plus le spectateur pourra s'y projeter. L'image photographique s'est imposée comme mode de communication

dans le secteur publicitaire car elle transmet l'information de manière rapide, directe et réaliste. L'information y est saisie rapidement par le spectateur et ne lui demande pas d'avantage d'effort. Cela contribue dans une certaine mesure à faire de l'image un objet fini sans autre recherche de sens que ce qu'elle nous montre.

En épurant une image pour n'en garder que sa signification essentielle, l'auteur amplifie cette signification. Pour Scott McCloud, le dessin minimaliste renvoie d'une certaine manière au flou et à l'approximatif de nos représentation mentales. « By de-emphasizing the appearance of the physical world in favor of the idea of form, the cartoon places itself in the world of concepts ».<sup>1</sup> Avec un style plus abstrait l'auteur représente le monde intérieur et offre un espace vide qui attire notre personnalité et que l'esprit peut investir et compléter. Paradoxalement ce système rend le message de l'auteur plus accessible que la photographie et permet une communication plus riche. Il ne s'agit pas de tendre ici vers l'abstrait total mais de s'éloigner du simili et de l'hyper-réalisme, aussi bien dans l'illustration que dans la photographie. Le photomontage peut être par exemple une technique appropriée pour défaire l'illusion que constitue l'image photographique.

## **Créer l'ambiguïté**

D'une autre manière l'auteur peut rendre le spectateur davantage actif en favorisant l'« ouverture » (l'oeuvre ouverte Umberto Eco) d'interprétation de son travail. Cela peut se faire par une création dont la structure exige des spectateurs une intervention particulière (mentale et peut-être aussi physique). Il s'agit d'exercer une ambiguïté dans la forme qui exige une part de « création » et d'interprétation du spectateur. Le designer graphique peut se positionner par

1 - «En délaissant l'apparence du monde sensible au profit de l'idée, le dessin abstrait se situe dans le monde des concepts.» Scott McCloud *L'art invisible* p.49

la création d'image qui peut être envisagée et comprise de multiples façons sans pour autant nuire à son message de fond ou cesser d'être elle-même. Ainsi l'image peut être appréciée différemment par chaque spectateur selon sa personnalité, ses goûts, sa culture... Il ne s'agit pas de tomber dans l'universalisme mais dans la pluralité de possibles. Tel un film qui se terminerait au point culminant de l'action et laisserait à chacun la possibilité d'imaginer sa propre fin et ainsi trouver du sens à l'histoire du film.

## **Réservoir narratif pour voir ensemble**

Le hors-champ agit comme un réservoir narratif inépuisable, un espace des possibles. L'image « oeuvre ouverte »<sup>2</sup> est une image qui rassemble pour discuter de renouvellement ininterrompu de sens. Elle offre la possibilité de « voir ensemble », « partager du visible », « réfléchir à la nature de la communauté que nous composons »<sup>3</sup> et ainsi replacer le spectateur dans une posture active au sein de son environnement. Ces échanges, ce « voir ensemble » permettent de prendre connaissance de visions extérieures à nous et à nos sens. De nature nous ne pouvons tout voir car nos sens ne nous révèlent qu'un monde fragmentaire et c'est l'échange avec l'autre qui nous redonne la vue et complète notre perception du monde. De ce fait en n'observant que des fragments nous ne pouvons comprendre une totalité.

## **Le spectateur dans le processus de création**

L'auteur peut enfin engager le spectateur dans la création en fournissant une image en mouvement, c'est à dire qui demande une manipulation du spectateur pour offrir une grande variété de combinaisons possibles permettant un continu renouvellement du sens. Bien sûr une telle production n'est possible que

1- Umberto Eco

2- l'idée d'une confrontation des signes avec l'autre. Voir ensemble autour de Jean Toussaint Desanti, Gallimard, p.11

dans un contexte de communication déterminé pour qu'elle puisse garder du sens et préserver son message. Ces quelques propositions ont pour but de repenser la relation entre l'auteur et le spectateur mais aussi la réception qui se fait entre l'image et le spectateur afin de stimuler le jugement critique et l'échange qui s'exerce par le biais du hors-champ.

### **3 - Réutilisations des supports du fétichisme**

Nous avons exploré quelques pistes afin de produire un environnement visible en voie de désaturation. Cependant de telles pratiques ne peuvent que conduire à des productions de niches, isolées et écrasées sous les pratiques plus répandues. C'est pourquoi il ne faut pas rêver à un discours transparent ou à une représentation « vraie » qui dominerait sur l'illusion et l'apparence qui sature le champ. S'il nous faut continuer à jouer certaines images contre d'autres, continuer l'expérimentation et s'immerger dans le flux il ne faut pas pour autant s'enfermer dans une pratique de l'image autarcique et qui rejette les formes dominantes. Il faut d'avantage réfléchir à des moyens de s'appropriier les fétichisations de l'image pour y reconduire du sens critique et du lien.

#### **Le flux internet**

La saturation visuelle que génère le web ne semble laisser aucune place au hors-champ. Pourtant, si effectivement un tel média laisse peu de chances à la projection imaginaire et capture le regard jusqu'à l'épuisement, il permet cependant un enrichissement du regard critique. A condition bien sûr de savoir le maîtriser sans se laisser déborder par lui. Umberto Eco dans un interview donnée à France culture le 13 mars 2014<sup>1</sup> exprimait une dimension profondément inéga-

*1 - Umberto Eco: «Il y a toujours quelque chose à dire <https://www.franceculture.fr/emissions/la-grande-table-2eme-partie/umberto-eco-il-y-toujours-quelque-chose-dire>*

litaire dans l'utilisation d'internet, dont il disait « il fait du bien aux riches et fait du mal aux pauvres » (riche et pauvre est ici employé pour désigner une richesse culturelle et non économique) « parce que les riches savent filtrer l'information, maîtriser tout ce réservoir énorme de culture qu'il y a là, les pauvres sont incapables de filtrer et donc sont submergés par une abondance terrible d'informations qui les aplatissent sur le rien absolu ». Si cette vision des choses est très empirique et subjective elle prévient des peurs et dérives autour d'internet. Cela témoigne d'un réel besoin d'y restructurer visuellement l'information et la mise en place d'outils autour de l'éducation à l'image, comme peut l'être hoaxbuster<sup>1</sup> pour l'information. C'est un lieu de tension où s'exercent à la fois partage et séparation, liberté et enfermement, culture et appauvrissement.

## **Le web, espace de recontextualisation**

Mondzain reproche aux médias du web de plonger l'image dans une « accélération » qui retire au spectateur le temps qu'implique le travail de la pensée et de l'échange des idées dans la construction d'un débat. Mais si l'immédiateté du web et des objets connectés nous privent du temps nécessaire au dialogue constructif, paradoxalement ils sont les vecteurs d'une sensibilité nouvelle à l'ouverture de l'image. La dématérialisation (si les énormes centrales de bases de données nous permettent de parler réellement de dématérialisation) des images, l'effondrement des frontières de genres esthétiques, la ramification intertextuelle et d'inter iconicité infinie propre au web, modifie notre appréhension des images. Ce qui est intéressant c'est que l'inter-iconicité nous offre la possibilité de recontextualiser ou décontextualiser une image, la confronter à un autre texte, ou sous un autre cadrage. Là où les médias classiques imposent une image immobile et enferme dans un seul discours, internet permet des configurations mouvantes. Le système de balises et liens hypertextes propres au

*1 - Première ressource francophone sur les canulars du web <http://www.hoaxbuster.com/>*

web qui renvoie à des environnements différents (autre page, autre texte, autre image, autre site) peut devenir un nouvel outil pour défaire la monopolisation de la parole sur les images.

## **L'image interactive**

D'une autre manière l'image numérique se distingue des différents autres types d'images par son interactivité. Si l'action laissée au spectateur sur l'image est d'ordinaire limitée ou inexistante, elle reste toutefois possible et rend facile la mise en place de supports participatifs. En témoignent les nombreuses applications de type wiki offrant des espaces collaboratifs où chacun peut devenir acteur et spectateur. Il devient alors possible de confronter des points de vue multiples et opposés dans un même support.

Un autre point qui donne au concept d'oeuvre ouverte de Umberto Eco une toute nouvelle résonance est le design génératif. Ainsi à l'image du Livre inachevé de Mallarmé (qui devait être un livre sans début ni fin aux combinaisons infinies sans qu'aucune ne soit privées de sens), le design génératif offre un renouvellement infini de l'image pouvant amener à une éternelle quête de sens et favoriser le débat. L'utilisation de ce principe par Elmwood pour le logo de l'agence de recrutement Craft<sup>1</sup> est particulièrement intéressant dans la mesure où il démystifie le sacré et le fétichisme généré par le logo et en même temps préserve son sens (le message ici est la singularité, la personnalisation de leur services et leur interactions avec des acteurs chaque fois différents).

La combinaison de l'interactivité avec des composantes génératives permettrait une image que le spectateur (devenant acteur) peut recomposer à l'infini. L'image est alors mobile, ouverte et en fusion continue avec le monde, évoluant avec lui au rythmes de ses interactions avec le public.

*1 - Studio Craft <http://etapes.com/craft-10-milliards-de-logos-grace-au-design-generatif>*

## **Le problème immersif de la réalité virtuelle**

Je tiens à soulever le cas de la réalité virtuelle qui pose une certaine ambiguïté. Son intérêt réside dans son interactivité et son utilisation du hors champ proche qui rend celui qui voit actif. Cependant l'illusion d'immersion et l'illusion (encore plus dangereuse) qui consiste à croire que tout est à voir et que rien n'est caché, aliène le regard et étouffe un peu plus le jugement critique. En effet le déplacement panoramique nous donne l'impression d'effectuer nous même l'opération cadrante et par la même de choisir ce qui nous est donné à voir. Si l'absence de cadre est convaincante, celui ci est bien présent et n'a fait que se déplacer à l'intérieur du programme ou de l'horizon. Ce que nous voyons découle toujours du point de vue d'un auteur. Avec cela l'action qui déborde continuellement du notre champ de vision empêche tout investissement imaginaire. Malgré tout, la réalité virtuelle reste un dispositif d'une grande richesse qui offre des possibilités d'une grande ampleur. Il n'est question ici que de mesurer l'intérêt d'un tel dispositif pour l'image et le regard tel que nous les étudions. L'image à 360 degrés peut être utilisée de manière tout à fait satisfaisante si elle ne s'enfonce pas dans une recherche d'immersion illusoire déjà devenu triviale et redondante.

Quand on pense à internet, il nous vient bien souvent l'idée d'un déversement continu d'informations et d'images dans un ensemble saturé et asphyxiant. Son instantanéité et son immédiateté précipite dans un désir du « tout voir » dans un excès de la consommation d'images. L'écran est rapidement recouvert de fenêtres, l'échange avec l'autre se fait dans une confrontation brutale et binaire entassant les messages les uns sur les autres, étouffant la parole et ne pouvant conduire qu'à une pauvreté du débat. Pourtant ce ne sont pas les seules issues d'un tel support et la neutralisation des images s'y exerce n'est pas leur seul destin. Il ne revient qu'à nous de repenser cet espace afin de s'y réapproprier les images et les mots. Il est possible de replacer la parole au cœur de l'image.

## *Conclusion*

L'image, par sa dimension analogique, est un objet de présence renvoyant à l'absence et par ses fonctions émotionnelle et polysémique, un objet visible renvoyant imaginativement à l'invisible. Elle est un lieu d'oppositions, où fusionnent des dualités internes comme externes entre espace, temps, culture, contexte, spectateur, auteur...

Le hors-champ est le terme qui nous a permis d'englober toutes ces opérations invisibles et productrices de signes imaginaires qui parfois peuvent surgir dans le visible. Ce qui fait de l'absence un mode de présence vient de la capacité des éléments visibles de l'image à renvoyer à l'absence lorsque ce n'est pas un manque dans le champ qui renvoie à sa propre absence. Cette présence de l'absence se cristallise grâce au regard posé sur l'image. Le regard est alors renvoyé par le champ vers un ailleurs qui n'est ni le là, ni l'ici et maintenant. Cet ailleurs, c'est le spectateur qui le crée, il lui est singulier et lié à sa culture, son affect et la présence et les choix de l'auteur de l'image. Cette expérience profondément expressive est possible grâce à une culture commune qui permet de percevoir le point de vue de l'auteur et ainsi chercher à donner du sens à l'image. Cette parole générée par l'image, en fait un objet de socialisation, mais aussi le médiateur de la parole, du partage et de la liberté critique du spectateur. C'est cette liberté qui est menacée par une récupération du pouvoir de l'image par une autorité ayant alors le pouvoir sur ce que l'on doit voir et donc sur ce que l'on fait croire. Lorsque les images font croire à ce qu'elles montrent, qu'elles nous apparaissent comme naturelles, quand elles nous font croire qu'elles offrent tout à voir, quand leur sens ne renvoient qu'à elles-mêmes, c'est alors à ce moment précis que celui qui voit, renonce à sa liberté de penser, que l'image l'isole et qu'il perd le lien qui l'unissait autrefois avec les autres. Les images n'ont plus d'auteurs, plus de contexte ni d'origines et la relation qu'entretient l'auteur et le

spectateur s'efface. Alors c'est un mal nouveau qui né dans une diffusion ininterrompue d'images et qui tend à soumettre à sa volonté celui qui voit. Et dans cette société mettant en scène son propre spectacle, le fétichisme de l'image prend ses racines. Spectacle de l'image, de l'information, du pouvoir qui se déroulent sans que le spectateur n'y soit convié. Notre passivité face aux images et la consommation de ce qu'elle nous donnent remplace notre action sur les événements du monde. La faute est double, d'un côté celui qui domine en montrant et de l'autre celui qui se soumet en regardant. S'il revient aux spectateurs d'adopter une attitude critique face à ces images qui refusent la construction d'un jugement dans le hors-champ, il revient tout autant aux professionnels de l'image de se responsabiliser et d'amorcer une démarche didactique afin d'y sensibiliser le public. Il est aussi question pour ces derniers de prendre conscience des conséquences de montrer et par la même d'adopter une posture à ce sujet. Pour ceux qui souhaiteraient tendre vers la voie d'une désaturation du champ, nous avons vu qu'il est possible de s'orienter vers une ouverture de son travail par moins de restitution trompeuse du réel, plus d'ambiguïté et une plus grande intégration du spectateur. Cependant ces solutions ne pouvant changer les choses sur le court et moyen terme, la bonne conduite serait de s'engouffrer dans les supports des formes de fétichisme, afin d'en modifier les usages et viser une réappropriation de leurs médias. Défaire le regard du spectateur de l'emprise du fétichisme permettrait alors de la portée au hors-champ. Celui-ci n'ayant pas véritablement disparu mais s'est vu destitué de ses propriétés de jugement et de parole par la sur-abondance d'éléments dans le champ. C'est dans une reconstitution totale du hors-champ sous sa forme sensible et critique que l'homme retrouvera la liberté du regard qu'il pose sur le monde. C'est dans cette mesure où le hors-champ conduit à l'échange et la construction du regard et d'une communauté qu'il se montre alors pleinement bénéfique pour l'image et l'homme.







**Études autour des arts techniques  
des civilisations**  
*Le pouvoir d'interprétation*

## *Introduction*

Pour Duchamp, l'œuvre de l'artiste ne peut prendre sa dimension d'œuvre d'art que dans la mesure où elle est donnée à voir à un public. Il distingue en elle deux pôles : « il y a le pôle de celui qui fait une œuvre et le pôle de celui qui la regarde. Je donne à celui qui la regarde autant d'importance qu'à celui qui la fait ». <sup>1</sup> La conception de l'œuvre ne serait donc pas à attribuer au seul pouvoir de l'artiste. Elle prendrait en compte tout le processus l'amenant à l'acte de réception par le spectateur et fait alors de son interprétation et de l'échange autour d'elle le point culminant de sa signification. C'est pourquoi Marcel Duchamp en venait à l'idée que « Ce sont les regardeurs qui font les tableaux ». Il s'agira de savoir comment le spectateur participe à l'œuvre. La réception engage-t-elle dans un acte créateur ? L'œuvre d'art comme l'image est un lieu de dialectique dans lequel s'oppose de nombreuses forces. Jean-Paul Achard <sup>2</sup> évoque des dualités entre l'auteur, sa production et le spectateur et ceci de l'acte de création jusqu'à celui de la réception. Il s'agira ici d'étudier la question autour de l'art contemporain et les différentes places qui y sont accordées au public. L'étude du mouvement Supports / Surfaces s'intéressera à la place laissée au spectateur lorsque l'œuvre l'exclut de tout investissement imaginaire. Nous y confronterons ensuite le cas inverse, lorsque le spectateur est invité à investir l'œuvre et le discours d'ouverture d'Umberto Eco. Nous finirons par une mise en situation des relations entre auteur, spectateur et œuvre grâce à une interview accordée par Clyde Chabot autour de sa pièce *Des Aveugles*, interprétation contemporaine et interdisciplinaire du texte de Maurice Maeterlinck, *Les Aveugles*.

*1 - Duchamp, Ingénieur du temps perdu, p.122*

*2 - Achard, Sur l'image, dialectique de l'image, <http://www.surlimage.info/ecrits/dialectique.html>*

## **I - Rejet du spectateur comme démarche artistique**

Considéré comme un des derniers grands mouvements des « avant-gardistes » en France, Supports / Surfaces s'est formé en 1970 avec une intention de remise en cause radicale et critique du monde artistique. Dans une rupture violente avec l'art traditionnelle, le groupe cherche à choquer le regard du spectateur en lui offrant à voir un tableau n'ayant plus aucun message à délivrer pour ne représenter que sa réalité matérielle. Les techniques utilisées ne laissent que peu d'échappatoire, les surfaces connaissent des ruptures de formes, les châssis sont exposés sans toiles... Ils choisissent de mettre à nu les éléments picturaux, les matériaux de récupération ne laissant dans leurs œuvres aucunes références à la personnalité de l'artiste, à sa biographie ou même à l'histoire de l'art. Si l'œuvre d'art est un témoignage d'une époque, d'une culture et d'une sensibilité alors le spectateur ne peut que se retrouver désorienté face à tableau qui ne renvoie à rien d'autre qu'à lui même. Les projections mentales et autres rêveries de la part du spectateur sont alors interdites et celui-ci se voit exclu de l'œuvre et privé de toute interaction avec l'œuvre. Les artistes du mouvement souhaitaient voir les composantes de leurs productions neutralisées et n'engager aucun aspect lyrique ou expressif. L'œuvre devient alors un système clos enfermant tout dans son champ, ne renvoyant à aucun « ailleurs », aucun hors-champ. Le regard est prisonnier d'une lecture immédiate, sans réflexion intellectuelle, sans références, sans enrichissements ni acteurs créateurs.

Pourtant les œuvres de Supports / Surfaces, malgré leur volonté, ne sont pas dénuées de sens. Au contraire, elles sont dotées d'un important bagage idéologique et s'enracinent dans un contexte marqué. Le système idéologique et cultu-

rel est né d'une période et d'une césure marquantes de l'histoire contemporaine française, les manifestations de mai 1968. le mouvement artistique se constitue au sein de mouvement social qui prend toute le pays et s'engage dans un anti-académisme. Selon l'approche dialectique de l'image par Jean-Paul Achard<sup>3</sup>, le spectateur peut, selon sa culture artistique, connaître deux situations considérablement opposées. Dans une dualité qui s'exerce entre l'image et le spectateur, si ce dernier ne dispose pas de la culture visuelle ou de la réflexion nécessaire alors il finit par se faire écraser par l'œuvre et n'a d'autre choix que la fuite. Pourtant s'il parvient à obtenir un recul suffisamment critique pour adopter le point de vue de l'auteur et en percevoir le discours idéologique, alors le spectateur aura surmonté l'œuvre et se sera enrichie. Il est possible d'observer dans cette situation qu'il est difficile pour un artiste de ne pas insuffler un message à son travail. Et nous pourrions nous demander s'il serait légitime de faire de l'art sans message même sensible ou expressif. Les travaux de Supports / Surfaces pouvant tenir d'une critique du marché de l'art, nous pouvons considérer que pour que cette critique puisse opérer, il lui fallait un public pour s'y confronter. La réception de l'œuvre par le spectateur participe donc à la création du message de son auteur.

L'œuvre malgré ses tentatives de rassembler tout en son champ et rompre avec l'invisible que génère sa réception, reste fortement dépendante de son contexte de production. Supports / Surfaces marque en réalité l'entre dans l'art contemporain qui intègre le spectateur en appelant à sa participation ou au contraire en le tenant volontairement à distance. Si l'artiste peut faire le choix de rejeter la présence voire le rôle du spectateur dans l'œuvre, il reste conscient que de la nécessité du public.

3 - Achard, *Sur l'image, dialectique de l'image*, <http://www.surlimage.info/ecrits/dialectique.html>

## II - L'invitation du spectateur dans l'oeuvre

L'attitude du spectateur est de plus en plus transformée par les œuvres d'art contemporain. Comme nous l'avons vu avec le cas Supports/Surfaces, les formes d'arts contemporains demandent une réceptivité active du spectateur. A l'image du rapport de force qui s'exerce entre l'image et le spectateur, l'art contemporain attend du public un désir de dépassement de soi, la capacité de s'isoler du monde afin de se livrer à l'œuvre. Il se produit un échange entre le spectateur, l'auteur et l'œuvre. Le public voit sa place remise en cause, pour devenir partie intégrante de l'œuvre, si ce n'est parfois s'inscrire dans une performance qui fait de lui l'œuvre. La réception devient alors un acte de création à part entière. De même, les expositions semblent de plus en plus s'intéresser au cas du spectateur participatif. Par le travail de l'artiste et des actions de médiation, commence à se mettre en forme, un échange autour de l'œuvre d'art dans une démarche d'attribution de sens. Car il s'agit bien là du sens que l'on donne aux choses que l'on voit et qui nous maintiennent ensemble. Kant évoquait l'idée que celui qui partagé son goût pour une œuvre, attend que chacun fasse de même « Ce n'est donc que sous la présupposition qu'il existe un sens commun... qu'un jugement de goût peut être porté ».<sup>4</sup> Le jugement critique selon Kant, permet donc de penser une communauté humaine sensible. L'œuvre d'art en tant que vecteur de lien social devrait tendre vers une pluralité de significations possibles qui conduirait ses spectateurs à une quête commune de sens dans une critique constituante de communauté.

C'est ce que préconise Umberto Eco à travers son concept d' «œuvre ouverte ».

*4- Critique de la faculté de juger, Section I, Livre I, §20, p78*

Selon lui, l'auteur est libre chercher à produire une forme finalisée qui sera comprise de la façon qu'il la voit. Il se peut qu'elle le soit. Cependant Eco considère que les spectateurs, stimulés par les composantes du champs, exercent chacun une « sensibilité personnelle », « une culture déterminée »<sup>5</sup> et des goûts et savoirs qui leurs sont propres. Cette conception des choses rappelle le propos kantien qui veut que l'on ne peut parler de finalité que si elle résulte d'une représentation claire de la volonté qui en est à l'origine et qui indique les fins qu'elle s'est fixée. Sans ça, Kant évoque alors un objet qui semble finalisé mais ne sachant pas vers quelle fin et donc ne peut pas réellement en avoir. Il fait mention de finalité sans fin.<sup>6</sup> Umberto Eco voit l'œuvre ouverte comme pouvant être comprise et interprétée de différentes façons, possédant de multiples résonances « sans jamais cesser d'être elle-même ».<sup>7</sup> C'est-à-dire que l'œuvre ne doit pas tomber dans un parasitage de la vue et du sens afin de préserver son message premier. Il rattache sa réflexion à la pratique de l'art contemporain, considérant que les œuvres classiques ne favorisent pas l'ouverture. Au contraire elles tendent à enfermer le regard dans une perspective déterminée et statique. Il voit la perspective dans la peinture comme privilégiant une seule façon de voir la scène et qui serait considérée comme « juste ». Eco pense la réception de l'œuvre par le spectateur comme un acte de création sensible et intellectuel. Il va plus loin dans l'idée de participation, en évoquant le cas d'œuvres en mouvement, volontairement inachevées. Il s'agit de créations pouvant être interprétées et réargumentées par les spectateurs dans des combinaisons infinies tout en gardant en cohérence.

Le spectateur face aux œuvres fait appel à sa sensibilité et à sa réflexion. De

5 - Eco (1965), *L'œuvre ouverte, La poétique de l'œuvre ouverte*, édit. Points, 2015, p.17

6 - *Critique de la faculté de juger, Section I, Livre I, §10*, p6

7 - Eco p.17

ce fait, il peut lui arriver d'éprouver du plaisir esthétique en même temps que du dégoût ou de l'incertitude, l'amenant à s'interroger sur l'œuvre et ce qu'elle évoque pour lui. Chaque spectateur effectue donc un acte de création lors du processus de réception, fait de l'œuvre un sujet à l'interprétation et à la recherche de sens. La distance entre le public et l'œuvre d'art tend à se réduire, l'art contemporain exploitant un rapport œuvre / spectateur les amenant à interagir. Le spectateur occupe une place active, sa position en tant que spectateur est repensée l'amenant même à intégrer l'œuvre. Tout ceci nourrit le jugement autour de l'œuvre mais surtout le dialogue autour des différentes interprétations que peut recevoir la réalisation.

### **III - Etude de cas : *Des Aveugles*, entrevue avec Clyde Chabot**

Clyde Chabot est une metteur en scène, auteur de théâtre et actrice française. Dans sa pièce *Des Aveugles*, une collaboration interdisciplinaire qui regroupe danse, musique, lumière ainsi que les sculptures de brouillards de l'artiste Fujiko Nakaya, Chabot propose une interprétation libre et onirique du texte *les Aveugles* de Maurice Maeterlinck. *Les Aveugles* est un texte destiné à la représentation théâtrale paru en 1890 et racontant l'histoire de six hommes et six femmes, tous atteints de cécité et perdus dans une forêt hostile attendant leur salut dans le retour d'un guide en réalité mort à côté d'eux. L'adaptation contemporaine de Chabot plonge son public, assis sur des rondins de bois, au cœur de la scène. Le spectateur se perd alors dans les brouillards de Nakaya, l'air humide, les lumières, les bruits, les sons tout autour de lui et devient à son tour aveugle.

Cette interview a été réalisée après m'être rendu à une première représentation.

Des Aveugles intègre ses spectateurs dans le corps de la pièce et fait d'eux des éléments actifs, inondés de sensation en tout genre. Cette pièce très sensorielle, désaxe en permanence l'action et stimule l'investissement imaginaire offrant au spectateur une expérience singulière et fait Des Aveugles une œuvre ouverte à l'interprétation. J'ai donc souhaité présenter à sa metteur en scène les questions et les interprétations qu'elle avait fait naître en moi.

***La texte de Maurice Maeterlinck Les Aveugles évoque une relation entre le visible et l'invisible occulté par la vision.***

***Nous suivons l'histoire de douze aveugles lesquels au fil des dialogues parviennent à convoquer dans le champ un ensemble d'éléments qui en sont en-dehors. Ils évoquent tour à tour, l'absence (terriblement présente) de leur guide, la mort qui plane autour d'eux, l'espoir d'une possible fin heureuse ou encore la nature hostile d'une île qu'aucun n'a vue. Face à cela vous faites le choix de ne pas montrer. Les aveugles sont relayés au rang de voix-off et le décor est plongé dans une brume épaisse. Mais pourtant vous montrez : plusieurs disciplines abstraites rentrent dans le champ, le brouillard de Fujiko Nakaya, la chorégraphie de Malika Djardi, les créations sonores de Michaël Liberg et les lumières de Yves Godin.***

***Vous semblez avoir choisi de déplacer dans le hors champ ce qui est de l'ordre du visible et de faire pénétrer dans le champ tout ce qui était invisible (mort, espoir, esprit, peur). Si oui, pourquoi avoir voulu représenter l'invisible ? Quelles difficultés cela implique t-il ?***

*Merci de cette proposition d'analyse. Je n'avais pas réfléchi les choses ainsi.*

*Voici ma perception : Le public ne sachant pas si les aveugles qui parlent sont des êtres humains ou les âmes de ces morts, le brouillard offre une représentation libre de leur présence ou de leurs esprits. Il enveloppe et aveugle partiellement chaque spectateur, qui peut ainsi se*

*sentir plus encore l'un des aveugles du texte.*

*Le brouillard permet au public d'imaginer des paysages. Il joue avec les mots de Maeterlinck qui convoquent la forêt, l'eau, la mer tout autour de l'île... Il évoque aussi concrètement et poétiquement la menace des forces de la Nature, très présente dans le texte, avec la nuit qui tombe, la chute de la température et de la neige, le souffle du vent... Son mouvement imprévisible, sa matière humide sur la peau du public, sa texture volatile, troublent la frontière entre réalité et art.*

*Le brouillard est sculpté en direct grâce à des ventilateurs, une machine à fumée et différentes sources de brume qui interagissent les unes avec les autres.*

*Cela permet de relier ses mouvements avec certains événements du texte de Maurice Maeterlinck, comme l'arrivée du chien de la maison ou la découverte du guide mort.*

*Dans ma perception, le brouillard crée le paysage. Il le fait apparaître en même temps qu'il le cache. Mais ce que vous écrivez est juste également.*

***Dès la première réplique est introduite l'absence « Il ne vient pas encore ? ». Un « il » attendu désespérément par les aveugles et qui, tout du long, sera là et ne sera pas là. A la fois une absence et une attente qui nous renvoient implicitement à notre rapport à dieu. Avez vous cherché à figurer cette absence spirituelle dans votre adaptation (par le brouillard, la danse, la musique...)?***

*L'objectif est que le public soit abandonné, seul face à l'inquiétude, l'infini, l'au-delà. En voyant la première fois le public enveloppé dans des couvertures, il m'apparaissait que cette communauté enveloppée pouvait évoquer autant l'humanité face à Dieu et sa fin, que des migrants face à l'horizon assombri.*

***L'immersion du spectateur au centre de la scène, lui laisse durant de longs mo-***

***ments la liberté de concentrer son regard où il le souhaite. A l'heure d'aujourd'hui où l'industrie du visible à tendance à nous convaincre que tout est dans le champ et que celui-ci est le lieu du tout, cette mise en scène est-elle une volonté de questionner l'incapacité du champ (ou ici de la scène traditionnelle) à totaliser quoi que ce soit ?***

**Le vide et l'absence, le presque rien du brouillard peuvent permettre au spectateur d'entrer presque en méditation et dans une écoute particulière du texte. Il y a une sorte d'inversion de la scène traditionnelle, le public est au cœur du plateau. Il est à la fois le sujet possible du spectacle et son récepteur. D'une certaine façon, la distance fondatrice du théâtre s'annule.**

***Votre mise en scène éclate le cadre traditionnel de la scène. La scénographie et l'environnement contribuent à transporter le public dans un ailleurs. Tout comme les aveugles le spectateur est renvoyé à son tour dans ses pensées, ses propres interrogations. Pourquoi laisser cette place à l'imaginaire du spectateur ? L'imagerie visuelle que vous déployez, vous permet-elle de favoriser et éventuellement façonner cet imaginaire ?***

*Une grande place est laissée à l'imaginaire. Le propre de l'écriture de Maeterlinck selon moi est cette indétermination qui ouvre et fait appel à la sensibilité de chaque spectateur. Néanmoins cet imaginaire est conduit par une orchestration du texte, de la création sonore, de la lumière et de la danse qui constitue la mise en scène.*

***Votre adaptation semble laisser beaucoup de place à l'interprétation, engageant le spectateur à un effort pour s'en saisir. Par ce choix d'ouverture cherchez-vous à instaurer un lien avec le public ? Quelle importance accordez vous à la liberté***

### **d'interprétation de votre travail ?**

*Cf supra, différentes interprétations sont possibles. Pour moi notamment l'inquiétude politique à laquelle nous sommes confrontés peut également être évoquée par le texte. En particulier avec cette phrase : Y a-t-il quelqu'un qui sache où nous sommes ? qui revient plusieurs fois dans la pièce.*

***Pour finir, pourriez vous, s'il vous plaît, me parler d'idées et de choix de mise en scène que vous avez décidé d'écarter, de ne pas explorer ou qui se sont vus transformés afin d'être inclus dans la production finale ? Et si vous le souhaitez me dire pourquoi ?***

*Au départ je me suis demandé si le spectacle pourrait être une « simple » installation sonore et plastique dans un paysage (forêt...) ou sur un plateau avec les brouillards de Fujiko Nakaya. J'ai fait des tests avec juste les voix d'enfants et une première création sonore la nuit en forêt. Mais au bout d'un moment quelque chose s'épuisait. Il me manquait une forme de magie. J'ai d'abord pensé à un théâtre d'objets ou de paysages animés, ou des marionnettes. Mais le premier essai n'a pas été concluant, le marionnettiste avec qui j'ai expérimenté ayant choisi des marionnettes trop réalistes. Alors j'ai pensé à la danse pour son abstraction et son mystère qui m'ont semblé précieux et juste pour traverser ce texte et activer régulièrement l'attention par des apparitions et disparitions. Surtout la lumière me semble essentielle dans ses micro-variations qui peuvent maintenir une attention sensible au texte. La complexité et subtilité sonore me semblent aussi fondamentales.*

Je tiens à remercier Mme Chabot pour le temps qu'elle m'a consacré.

Cette rencontre a permis d'illustrer les différences d'interprétations que peuvent

faire naître une œuvre entre l'auteur et le spectateur mais aussi finalement entre deux spectateurs de cette œuvre.

Mais aussi de présenter, par un exemple, les bénéfices et intérêts, à la fois d'une œuvre ouverte et d'une démarche visant à inclure le spectateur dans le processus créatif.

### *Conclusion*

L'acte de création est un processus capable d'échapper à l'artiste pour s'inscrire dans une dialectique où se forme une relation triangulaire entre l'auteur, l'œuvre et le spectateur. Nous avons vu qu'une dualité pouvait naître entre le spectateur et l'image qu'il regarde, le poussant à l'aide de sa culture visuelle et sa réflexion à surmonter l'absence de sens premier pour y en projeter un. Le cas de Supports / Surfaces, nous a démontré qu'il était impossible pour l'auteur de dépourvoir complètement son travail de toute recherche de sens ou d'interprétation tant l'œuvre d'art est attachée à son contexte de production qui lui confère du sens. Et la création d'une telle production ne fait sens en tant qu'œuvre d'art que si elle se donne à voir à un public. Pouvant amener à se questionner sur la nature de l'art et s'il peut y avoir art sans public. Si nous n'avons pas abordé la question sous cet angle nous avons démontré qu'une création artistique est vouée à produire chez le spectateur des réactions d'ordre sensible et intellectuel. Mêlant dans l'œuvre d'un côté son interprétation sensible et de l'autre sa tentative d'adopter le point de vue de l'artiste. Et que ce sont ces réac-

tions qui font de l'œuvre d'art un objet ambiguë qui perdure dans le temps grâce à une quête de sens qui se renouvelle à travers la subjectivité de chacun. Ainsi le spectateur participe à l'oeuvre en lui insufflant une pérennité par le biais de son interprétation. Les artistes peuvent alors faire le choix d'accorder encore d'avantage de place au public en favorisant son investissement imaginaire et en affichant sans voile aucun la place qu'il occupe dans le processus de création. Enfin la mise en situation permise par Clyde Chabot a témoigné de la richesse d'interprétations qui peut résulter de la confrontation à une même œuvre. Mais aussi qu'avant même, le public et ses projections, l'acte créateur de la réception commence avec l'auteur lui même face à son travail et que l'image à l'origine de sa production se voit transformée par l'image que lui renvoie son travail, modifiant ses choix et ses directions.



## **Documentations**

### **Bibliographie :**

Mondzain M-J. (2007) , Homo spectator : voir, faire voir. Montrouge : Bayard , impr. 2013

Mondzain M-J. (2003), Le commerce des regards. Paris : Seuil , 2003

Bazin A. (1958), Qu'est ce que le cinéma, Peinture et cinéma. Paris : Cerf , 1985

Seguin Louis. (1999), L'espace du cinéma : hors-champ, hors-d'oeuvre, hors-jeu, Toulouse : Ombres, 1999

Moliner P. (2016), Psychologie sociale de l'image. Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, 2016

Samara T., Manuel de Design Graphique, Le pouvoir des images p.190, Dunod, 2014

Burch N (1969), Une praxis du cinéma, Gallimard, 1986

Deleuze G (1985), L'image-temps. Cinéma 2, chapitre 1 : Au-delà de l'image-mouvement. Les Éditions de Minuit, 1983

Gardies A (1993), L'espace au cinéma,

Umberto E. (1962), L'oeuvre ouverte, Éditions Points, 2015

Proust. M (1919), A l'ombre des jeunes filles en fleurs

Duchamp M. (1877), Ingénieur du temps perdu, Belfond 1998

Kant E. (1790), Critique de la faculté de juger, Paris : Vrin, 1993

### **Oeuvres collective :**

Mondzain M-J (2002), Voir ensemble autour de Jean-Toussaint Desanti, oeuvre collective. Paris : Gallimard, 2003.

Aumont J, Bergala A, Marie M, Vernet M (1983), Esthétique du film. Paris : Armand Colin, 2008

Soulez G (1999), Penser, cadrer : le projet du cadre. oeuvre collective, Paris : L'Harmattan, 1999

### **Webographie :**

Lacuve J-L. Ciné-Club de Caen. Février 2017, <https://www.cineclubdecaen.com>

Achard J-P. Sur l'image : Ecrits et ressources sur l'image, Février 2017, <http://www.surlimage.info/index.html>

Centre pour l'édition électronique ouverte. OpenEdition, Février 2017, <http://www.openedition.org/>

### **Articles web**

Huffington A. (2012), Marketing viral : ce que nous coûte la fétichisation des médias sociaux. Huffington Post, Février 2017, [http://www.huffingtonpost.fr/arianna-huffington/le-marketing-viral-medias-sociaux\\_b\\_1337403.html](http://www.huffingtonpost.fr/arianna-huffington/le-marketing-viral-medias-sociaux_b_1337403.html)

Anselm Jappe (2012), Peut-on s'émanciper du fétichisme ?. Février 2017, <http://www.surlimage.info/ecrits/fetichisation/JappeAnselm-PeutOnSemanciperDuFetichisme.pdf>

Le Clemi de l'académie de Créteil, Concours photo de l'académie de Créteil, Quelques pistes pédagogiques pour travailler sur le hors-champ. Février 2017, [http://clemi.ac-creteil.fr/IMG/pdf/Concours-photo\\_Hors-champ\\_pistes\\_et\\_iconographie.pdf](http://clemi.ac-creteil.fr/IMG/pdf/Concours-photo_Hors-champ_pistes_et_iconographie.pdf)

Stéphane Haber (2009), Une société du fétichisme de l'image. Février 2017, <http://www.humanite.fr/node/419033>

Laurent Jenny, (2002), Présentation : retour sur la notion d'oeuvre, Février 2017, [http://www.persee.fr/doc/litt\\_0047-4800\\_2002\\_num\\_125\\_1\\_1740](http://www.persee.fr/doc/litt_0047-4800_2002_num_125_1_1740)

Ankaoua F. Image dialectique, anachronisme et vérité, Mars 2017, <http://www.surimage.info/ecrits/pdf/AnkaouaFabienne-ImageDialectique.pdf>

Voltzenlogel T. (2014), Harun Farocki (1944 - 2014) ou la dialectique dans les images, Mars 2017, <http://revueperiode.net/harun-farocki-1944-2014-ou-la-dialectique-dans-les-images/>

Canarelli Florence, Le mouvement Supports / Surfaces, art-cote.com, Mars 2017, <http://fcanarelli.free.fr/Supports-Surfaces.html>

Cristoforoni (2008), La question de l'évolution de la place du spectateur dans les pratiques artistiques contemporaines, Observatoire des nouveaux médias, Mars 2017, <http://www.arpla.fr/odnm/?p=279>

### **Conférences :**

Mondzain M-J (2005). Le hors-champ, pouvoir invisible, Journée le Hors-champ, Bourget J-L, Juppé-Leblond C., Mascio M., 24/10/2005, l'Ecole Normale Supérieure de Paris, <http://www.diffusion.ens.fr/index.php?res=conf&idconf=924>

### **Podcasts radio :**

Umberto Eco (2014), Umberto Eco : « Il y a toujours quelque chose à dire », La Grande table (2e partie), du 13/03/2014, France culture, Mars 2017, <https://www.franceculture.fr/emissions/la-grande-table-2eme-partie/umberto-eco-il-y-toujours-quelque-chose-dire>

Mondzain M-J (2017), 1/4 d'heure de philosophie pour se réappropriier les mots de l'info, L'instant M, du 08/03/2017, France inter, Mars 2017, <https://www.franceinter.fr/emissions/l-instant-m/l-instant-m-08-mars-2017>

**Filmographie :**

Debord G. (1973), La société du spectacle (sur le site de risk.tv),  
<http://www.risc.tv/sites/default/files/videos/societe/la-societe-du-spectacle-guy-debord-1-2.mp4>  
<http://www.risc.tv/sites/default/files/videos/societe/la-societe-du-spectacle-guy-debord-2-2.mp4>



