

Le bonheur dans l'image

Serge TISSERON, 1996

Les Empêcheurs de Penser en Rond, juillet 2003

Préface : Jusqu'aux images de guerre et à la télé-réalité

Le bonheur dans l'image (dispositifs successifs par lesquels les hommes ont fabriqué les images) vient à la suite du recueil Psychanalyse de l'image : des premiers traits au virtuel (diverses opérations psychiques dont les images sont le support).

« Les images sont un vrai bonheur, même si, parfois certaines d'entre elles font surgir des menaces angoissantes que nous n'avions pas prévues. » p.8

→ Désir d'être contenu à l'intérieur des images/crainte d'y rester enfermé

« Devant » et « dans » l'image

« Si l'homme, dès son origine, et tout homme depuis sa naissance, s'engage dans la fabrication ou la consommation d'images, c'est qu'il est *lui-même* un dispositif d'images, le premier auquel il a affaire. » p.10

Dispositifs imageants, 2 fonctions :

- Espaces à explorer qui créent l'illusion réelle des objets qui y sont représentés
- Possibilité pour chacun de prendre de la distance par rapport à ces diverses illusions

→ Recherche d'un réalisme dans l'image

Le stade de la télécommande

→ Premières activités de création de l'image = puissance de transformation ++

CF bébé qui jette le morceau de pain au sol (obtenir une réaction de son action/une trace)

3 aspects successifs :

- Faire apparaître/disparaître un objet à volonté par un simple geste
- Accompagner celui-ci d'une onomatopée
- Faire apparaître/disparaître sa propre image devant soi

Les désirs à l'œuvre dans les images

Image psychique = image qui nous contient → désir de pouvoir la transformer

Image matérielle = image à transformer → désir d'être contenu par elle

« Ces deux désirs ne quitteront plus l'être humain : il rêve de créer des images qui soient des espaces contenant pour lui et pour les autres, qu'il ait la possibilité de transformer d'un simple geste du doigt, et qui aient à leur tour le pouvoir de transformer son monde environnant. » p.17

- souci de signification
- souci de constituer des territoires à explorer et à transformer de telle façon que le spectateur puisse à volonté se situer *dedans* ou *devant*

→ Paradoxe : pour pouvoir se situer devant, il faut d'abord avoir été dedans

« **Seules les images dans lesquelles nous acceptons d'entrer peuvent ensuite être constituées en écran pour la pensée** et participer aux opérations symboliques par lesquelles nous tentons de maîtriser à la fois notre monde intérieur et le monde environnant. » p.20

Des peintures néolithiques aux images virtuelles

→ Premières peintures réalisées par les êtres humains :

Grotte = espace contenant

Images = espaces de transformation

« Les premiers peintres ont en effet utilisé les reliefs des roches de telle façon qu'une torche promenée sur ces peintures semble tout à coup les animer »

p.21

→ Dessins manuscrits, fresques renaissance, anamorphoses (Ambassadeurs – Holbein)

→ Ernest Lacan, premier critique de la photographie : but de créer l'illusion complète d'être *dans* le spectacle représenté

Mondes virtuels : « une base de données graphiques interactives, qu'on peut explorer et visualiser en temps réel sous forme d'images de synthèse tridimensionnelles de façon à donner le sentiment d'une immersion dans l'image. » (Philippe Quéau, *Le virtuel, vertus et vertiges*, Paris, Le Champ Vallon, 1992)

- Immersivité dans un monde tridimensionnel
- Interactivité en temps réel
- Rencontres

→ 3 caractéristiques qui ne définissent pas seulement les espaces virtuels, mais également les désirs qui habitent tout être humain dès les origines dans ses rapports à toutes les images

Et les images de guerre ?

→ Irrationalité de la part des parents à vouloir cacher les images de guerre. Quel intérêt à les cacher ? (description parfois pire, possibilité qui persiste à pouvoir les regarder)

Images qui peuvent contribuer à diminuer notre malheur

Dans l'exemple suivant, elles nous permettent de nous représenter les événements qui nous angoissent. Sans pour autant être vraies ou fausses, « [...] elles nous fournissent, au même titre que les mots, les matériaux à partir desquels nous pouvons construire nos propres représentations du monde, singulières, personnelles et distinctes de celui-ci. » p.25

Jusqu'à la télé-réalité

Dispositif télévisuel = sentiment de faire partie d'une immense communauté contenue par des images

→ Programmes dit « télé-réalité » qui n'ont finalement peu à voir avec la réalité car ils sont forcément scénarisés

Pouvoirs d'enveloppement et de transformation à un plus haut degré que dans toute autre forme de production télévisuelle

- *Pouvoir d'enveloppement* : Programmes regardés chez soi, dans son intimité. Désireux que les « héros » sur le téléviseur appartiennent au même monde qu'eux. En allumant le poste, les téléspectateurs les invitent en quelque sorte un peu chez eux. Illusion de pouvoir « entrer » à son tour dans l'écran.
- Pouvoir de transformation : Le spectateur peut modifier le déroulement du développement de l'émission par le biais de votes téléphoniques

« Dans la mesure où tout mon travail vise à montrer comment l'*image agence* à la fois notre monde interne et notre monde environnant, celui d'*imageance* conviendrait le mieux, y compris par sa phonétique. L' « **imageance** » est cette force qui pousse

tout être humain à se doter d'images intérieures dans lesquelles il peut se plonger sans jamais craindre d'y rester enfermé, et d'images matérielles qui lui permettent de prolonger ce rêve. Et, dans les deux cas, c'est la certitude de pouvoir les transformer à son gré, réellement ou mentalement, qui est le garant de sa **liberté**. » p. 28

Introduction

→ Image = uniquement sens

« Aujourd'hui, le refoulement des pouvoirs de l'image au seul profit du signe culpabilise et tient à l'écart du langage notre bonheur dans l'image. Avec l'image comme signe à déchiffrer, le plaisir dans l'image disparaît au profit de ses usages pédagogiques, scientifiques et techniques. » p.30

→ ... au détriment de la compréhension des pouvoirs de l'image

« L'image ne souffre pas d'un défaut de sens. Elle souffre plutôt du contraire : un excès de compréhension de ses contenus ! Car c'est bien au nom de « sens » que les nouvelles formes d'image sont condamnées et incomprises ! La télé-vision souffrirait d'un congénitale carence symbolique ! Les jeux vidéo ne voudraient rien dire ! En fait, les pouvoirs multiples de l'image ont toujours été pressentis. La preuve en est qu'ils ont toujours été condamnés ! » p.31

« La prise en compte du fait psychique montre en effet que l'image n'est pas seulement reçue comme un signe. Pour une part, nous l'abordons aussi comme un espace à explorer, un espace qui suscite notre désir de le transformer autant que d'être transformé par lui. Cet espace nous contient, mais il est aussi un espace qui encourage les modifications que nous pouvons lui imposer ou qu'il peut nous imposer. » p.35

3 champs de forces contradictoires dans notre relation à l'image :

- Champ de signification (sémiologie)

- Champ de transformation
- Champ de contenance

Première partie : l'efficacité des images

II. Le monde merveilleux de la publicité

Image prise dans un réseau de valeurs déjà enregistrées par le consommateur

2 types de valeurs :

- Du langage
- De l'imaginaire corporel

1. Du mot à l'image

→ Associations linguistiques attachées à un objet = sorte de capital symbolique dont il est enrichi

- Métaphores linguistiques prises au pied de la lettre
« Obi, l'âge du fer » (Obi = Magasin de bricolage)
- Remise en service de formules usées
« La paix n'a pas de prix » (pour la promotion de machines à laver silencieuses)

Image publicitaire ≈ rêve

→ Fabrique des images et des histoires à partir de mots (à la différence du rêve, publicité suffisamment claire pour être facilement interprétée)

→ Impact de l'image publicitaire = souvent autour du caractère familier d'une image que nous n'avons jamais vue, mais dont la logique est de réaliser la mise en scène d'une formule de la langue. Chemin le plus efficace pour réaliser à distance certains actes à accomplir

2. Une enveloppe de sensations

→ Images associées à différentes expériences corporelles (sensations corporelles, musculaires, proprioceptives, cutanés)

Exemple : pub pour l'apéritif Gancia « L'amer rouge » (A la fois mots et image)

→ Désir stimulé et détourné dans la matière publicitaire = ~~jouissance sexuelle~~
sensorialité diffuse de l'ordre d'un contenant de sensations, ou, dit autrement d'une « peau ». Expériences corporelles de douceur, chaleur, d'odeurs... qui appellent à des équivalents visuels (grain, velours, satiné...)

Deux grands types de publicité :

1. Possession d'un objet venant suppléer à l'une des fonctions du corps : machines à laver, bricoler, essorer ou coudre, etc.
2. Possession concernant le corps lui-même, c'est-à-dire entrant en contact immédiat avec lui : vêtements, diverses crèmes et lotions, parfum, produits alimentaires, etc.

3. Réunir pour régner

→ Pouvoirs contenants de l'iconographie publicitaire : image qui nous invite non seulement à détenir le pouvoir associé magiquement associé à l'objet qu'elle représente, mais également à entretenir l'illusion de bénéficier avec lui d'une enveloppe protectrice

Exemples :

- Publicité de sous-vêtements :

- Profiter de la douceur de sa propre peau en contact avec une matière douce
= caresses diffuses de l'air/du soleil
 - Peau nouvelle par la séduction sur un partenaire (matière naturelle)
 - Etoffe des sous-vêtements ≠ étoffe du monde = notre peau
- Publicité alimentaire (exemple de la marque de sirops *Teysseire* : « le carré de goût »)
- Être carré = fort, vigoureux, honnête
 - Forme des carrés des fruits/verres = redondance du slogan dans l'image
+ évocation à la fraîcheur du glaçon
 - 2 pailles = vacances, amitié
Bouches féminines = liquide « viril »
 - Cubes évoquant les fruits = texture cutanée
Peau d'orange = cellulite féminine
Peau piquetée de poils ras = l'homme fraîchement rasé
Peau rouge = muqueuses sexuelles et digestives

Deuxième partie : L'images libérée du sens

[...]

Nous disions dans l'introduction que l'Occident pense l'image exclusivement sous le registre du signe. Mais qu'est-ce qu'un signe ? Il existe en effet de nombreuses formes de signes, intentionnels ou non intentionnels, renvoyant à des associations naturelles ou à des codes sociaux. Pourtant, dans tous les cas, le signe repose sur une dialectique de la présence et de l'absence. Pour le dictionnaire philosophique de Lalande, le signe est « un objet matériel, figure ou son perceptible, tenant lieu d'une chose absente ou impossible à percevoir, et servant soit à la rappeler à l'esprit, soit à se combiner à d'autres signes pour effectuer une opération ». Quant à Peirce, le fondateur de la sémiologie, il définit le signe comme « quelque chose qui tient lieu pour quelqu'un de quelque chose sous quelque rapport ou à quelque titre ». (C. S. Peirce, Ecrits sur le signe, Paris, Seuil, 1978) Autrement dit, l'approche du signe

suppose toujours la mise en place d'une dialectique de la présence et de l'absence, ou encore du manifeste et du latent ; quelque chose qui est perçu comme présent renseigne sur quelque chose qui est perçu comme absent. Sur ce modèle, l'image est pensée par l'Occident dans deux directions complémentaires : soit comme « tenant lieu » d'une autre chose lorsqu'elle ne fait que désigner celle-ci, soit comme un champ de significations dont elle ne fait qu'indiquer le sens.

En fait, l'image a été définie comme signe en Occident bien avant les développements récents de la sémiologie. La preuve en est que, en 1615, le franciscain Juan de Torquemada donnait une définition de l'image qui n'a pas pris une seule ride sémiologique ! « L'image est la semblance d'une autre chose qu'elle représente en son absence. » Non seulement la théorie de l'image, en Occident, a précédé la théorie du signe, mais elle lui a donné son modèle. Des Pères de l'Eglise jusqu'aux critiques d'art contemporain, c'est le modèle du signe qui nous permet de penser notre rapport aux images, tout comme c'est le modèle du signe qui nous permet de penser notre rapport au langage. Mais l'image rend sensible une forme de présence des objets bien différente que celle que le mot organise.

I. Splendeur et misère du signe

Image ni présente ni absence, mais entre deux

1. Une « présence-absence » ambiguë

« Pouvoir symbolique » de l'image = Médiateur entre des univers de sens différents

Symbole = mode de lecture

→ La signification visible de l'image est sensée renvoyer à un monde de significations symboliques cachées

≠ image comme signe

2. De Nicée II à l'art contemporain

→ Tradition latine qui ne distinguait pas l'objet de son représentant ~~ressemblance~~
présence

Conception du christianisme qui rompt avec cette tradition : Homme à l'image de Dieu → ~~présence~~-ressemblance

« L'image pensée comme un signe n'indique pas une signification univoque donnée par un système symbolique pré-établi. Elle invite le spectateur vers le chemin d'un « au-delà ». » p.119

→ L'image comme « sens »

Or, ce n'est pas uniquement avec leur « sens » que les images captivent l'attention de leur spectateur

→ Image qui mène à l'invisible par le visible (Cf. image du Fils (Jésus) qui permet d'accéder à l'image de Dieu)

Alberti, Della pittura, XV^e s. → Image = reproduction et le miroir de la réalité sensible

3. Significations symboliques » et « système symbolique »

Sous l'influence du « structuralisme », la pensée de l'image a connu d'autres prolongements. Pour des auteurs comme Lévi-Strauss ou Lacan, il ne s'agit plus de penser l'image à travers des grilles de lecture symbolique particulières, mais comme un élément essentiel de l'institution, pour toute société humaine, du « symbolique » en tant que principe. L'accès à ce principe symbolique, qui fonderait l'existence humaine en tant que radicalement différente de l'existence animale, passerait par la constitution d'un discours capable de rendre fictivement manifeste une présence reconnue comme à jamais perdue. La représentation de cette absence fondamentale médiatisée par une représentation constituerait la base des mythologies et des systèmes de croyance propres à chaque institution humaine.

Pour Lacan, le système du langage, en tant qu'il préexiste à chaque sujet et le soumet à ses lois, constitue le « système symbolique » par excellence. Il s'oppose au domaine de l'imaginaire, qui est celui du regard et de la captation spéculaire. L'image est envisagée dans son rapport au double. Tout sujet est aliéné à sa propre image sur le modèle de Narcisse se penchant sur elle jusqu'à en mourir.

Pour Pierre Legendre, au contraire, l'« ordre symbolique n'est pas confondu avec le langage. Il est défini comme « le destin de l'image et de sa cause, le discours du miroir, en toute culture et pour tout sujet ». L'ordre du symbolique ne s'oppose pas pour cet auteur à l'ordre de l'imaginaire comme une catégorie irréductible à une autre. Au contraire, il le prolonge. Les images, dans cette perspective, sont au fondement de toute institution sous la forme d'images instituant qui font « vivre la société et chaque sujet particulier ». Ainsi tout en étant fidèle à Lacan sur certains points – et notamment sur le caractère trompeur de l'image à travers laquelle chacun s'appréhende lui-même – Legendre propose une théorie de l'institution du « symbolique » qui fait une grande place aux images. Elles constituent le premier des écrans protecteurs érigés par l'humain pour le protéger de ce qu'il appelle « le vide sans parole ». Une continuité lie donc l'ordre de l'imaginaire – si bien décrit par Lacan – à l'ordre du langage.

4. Les limites du signe

« Les sémiologues qui s'intéressent à l'image se sont rendu compte que la catégorie de l'icône de Peirce, centrée sur la ressemblance, est insuffisante à rendre compte des pouvoirs de l'image. C'est donc du côté de l'indice qu'ils ont proposé de situer son efficacité. Le caractère indiciel de l'image rendrait compte à la fois de la « crédibilité » plus grande de celles qui le sont (notamment les images photographique, vidéographique et filmique) ainsi que l'usage « fétichiste » ou idolâtrique qui pourrait être fait de ces images. Bref, c'est l'indice, plus que la ressemblance, qui fonderait le pouvoir et la crédibilité des images, soit par « nature » pour certaines, soit par « contagion » pour d'autres (M. Joly). La grande insuffisance de cette approche est d'utiliser un instrument qui n'est pas adapté à sa cible. L'instrument pensé par Peirce concerne en effet les relations internes entre le signifiant de l'image et son référent, alors que le problème principal posé par toute

image concerne la relation que son spectateur noue avec elle. L'indice est certainement une porte d'entrée pour revisiter les pouvoirs de l'image, dans la mesure où il fait une place à la sensori-affectivo-motricité. Mais il n'est qu'une porte d'entrée ! » p. 128-129

Pensée de l'image comme signe dangereuse et insuffisante : dangereuse car qui place l'image à la remorque du mot ; insuffisante, parce qu'elle ne rend pas compte de ses spécificités propres.

→ Le mot n'a pas d'autre statut que celui du signe ≠ image

→ Prévalence culturelle au langage « Au début était le Verbe » (La Genèse)

Conclusion

(En parlant des jeux vidéo plus particulièrement) « C'est parce que toute image existe *d'abord* comme un espace contenant et comme lieu de transformations possibles que les figures et les formes dont l'image est constituée peuvent devenir signes » p.166

Signe = un seul élément parmi d'autres de l'opération psychique complexe d'appropriation symbolique du monde

Pouvoir de contenance refoulé aujourd'hui

Capable de rendre compte des 3 grandes illusions alimentées par l'image :

- Présence réelle de ce qu'elle présente
- Bonheur fusionnel chez son spectateur
- Tous les spectateurs jouiraient ensemble de la même image

Transformation/enveloppe → double-polarité :

- fragment du processus symbolique
- puissance imaginaire

→ Relation à l'image qui dépend non seulement du contenu mais également du support.

Exemples :

- Photographie : Traitement identiques de plans successifs sur un même support. Invitation à y entrer pour constituer les repères !
- Cinéma : Fait de se sentir plongé dans l'image avec d'autres
- Télévision : Au contraire, induit la singularité de la perception (le fait de pouvoir parler ensemble devant le téléviseur témoigne de la rupture de l'illusion d'être plongés ensemble dans l'image)
- Ordinateur : possibilité d'entrer dans l'image et d'interagir avec elle

Iconoclastes qui retenaient exclusivement les pouvoirs de contenance de l'image
≠ iconophiles ; pouvoirs de transformation.

« Pour eux [les iconophiles], l'essentiel de l'image consistait donc dans l'opération psychique qui permet de passer de l'objet à l'image et de l'image à l'objet de telle façon que les deux soient reconnus comme étant de nature différente. Au contraire, pour les théologiens iconoclastes, l'image contenait quelque chose de son modèle même. La seule vraie « image » était donc pour eux l'Eucharistie dans laquelle le Christ est « réellement » présent. p.172

Aujourd'hui : Symbolisme VS imaginaire

Conception de l'image comme sens

→ Art conceptuel

Conception de l'image comme en termes de pouvoirs d'enveloppe et de transformation

→ Art de la chair et de la sensibilité