

L'ORDINAIRE DES IMAGES : PUISSANCES ET POUVOIRS DE L'IMAGE DE PEU

Christian Malaurie, Paris, L'Harmattan, coll. « Nouvelles études anthropologiques », 2014, 258 p.

[Salomé-Jill Peigney](#)

NecPlus | « [Communication & langages](#) »

2016/2 N° 188 | pages 142 à 144

ISSN 0336-1500

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2016-2-page-142.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour NecPlus.

© NecPlus. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

1986 La Sept avec Georges Duby et Michel Guy. Ce chapitre est aussi l'occasion d'en savoir plus sur le parcours de Thierry Garrel, passé successivement par le Service de la Recherche de l'ORTF, l'Institut National de l'Audiovisuel, la direction de l'unité de programme documentaires de La Sept, rebaptisée Arte France. Pour celui qui développa *Architectures*, « On ne peut pas se contenter d'émissions avec un contenu culturel : une télévision culturelle doit considérer que la télévision est la culture même. Parlons d'un art de la télévision et non d'art à la télévision, et dans l'art de la télévision est comprise sa capacité à parler de l'art » (p. 158). Dominique Rabourdin revient sur sa participation aux émissions de Jacques Martin, à la création d'*Océaniques* et la confection de *Métropolis*. À la lecture de l'entretien d'Alain Jaubert, c'est avec plaisir que l'on découvre les coulisses de *Palettes*, diffusé entre 1987 et 2002. Enfin, Paul Quazan, co-responsable avec Claire Doutriaux de l'atelier de recherche d'Arte France créé en 1998, raconte son expérience au sein de *Snark* – ce magazine diffusait du cinéma expérimental et de l'art vidéo – et *Die Nacht*. Cet entretien est l'occasion d'évoquer son rapport à la culture : « je sais ce que c'est que d'être inculte, d'acquiescer de la culture et en quoi la culture aide à vivre. Je viens d'un milieu qui n'avait pas le temps de se cultiver, et n'avait pas les codes pour le faire. Je sais comment la culture m'a sauvé » (p. 214). Selon lui, « [l]e rôle de la télévision n'est pas seulement d'apporter un droit de savoir ou d'informer, éduquer et distraire », les trois missions fondatrices. C'est de dire : "Il y a des mondes auxquels vous avez accès, auxquels vous avez droit" » (p. 215).

Enfin, la dernière partie du livre, intitulée « Partenaires et promoteurs du film sur l'art », réunit deux entretiens portant sur le travail de collaboration entre les chaînes de télévision et des musées nationaux comme le Centre Georges-Pompidou ou le Louvre. Lorsque Dominique Païni entre au Louvre en 1988 en tant que directeur des productions audiovisuelles, se pose la question de la production cinématographique au sein du musée. Il revient notamment sur l'émission *Palettes*, produite et diffusée par FR3 et le musée du Louvre, et la série *Entretiens*, filmant des personnalités de l'histoire de l'art. Puis Daniel Soutif se souvient de son expérience en tant que directeur du département du Développement culturel au Centre Georges Pompidou et du lancement des productions audiovisuelles à vocation télévisuelle.

Dans la conclusion de ce livre, Gisèle Breteau Skira³ affirme que chacun des interviewés allait « dans le sens de la création d'une "œuvre" »

3. Gisèle Breteau Skira entre au Musée national d'art moderne en 1973 puis au Centre

(p. 255) et qu'ils ont expérimenté « une télévision du savoir à grande échelle » (p. 255).

Si cet ouvrage montre que ces productions sur l'art manquent aujourd'hui de « valorisation » (p. 15), il pose également la question de la valeur d'archive de ces entretiens en donnant la parole à des personnalités qui ont marqué l'histoire de la télévision à des périodes différentes. C'est d'abord en cela que leurs témoignages sont intéressants pour les chercheurs en Sciences de l'information et de la communication travaillant sur l'objet télévisuel et notamment ses rapports avec la culture. Cet ouvrage peut à la fois servir de source d'information et de documentation, mais aussi, parce qu'il propose un ancrage historique, présenter des objets de réflexion pour la recherche aujourd'hui.

Au-delà, ce livre est une plongée dans les coulisses du petit écran, faisant émerger à plusieurs reprises des noms comme ceux d'André Boutang, de Daisy de Galard, de Pierre Sabbagh, de Pierre-André Meurice et bien d'autres acteurs qui ont marqué la télévision française et ont travaillé aux côtés des interviewés. Finalement, ce livre peut s'adresser aussi bien à un chercheur s'intéressant à l'audiovisuel qu'à un lecteur avide de (re)découvrir des émissions qui ne sont plus diffusées – émissions qui, malgré elles peut-être parfois, ont fait la télévision d'aujourd'hui.

LUCIE ALEXIS

L'ORDINAIRE DES IMAGES : PUISSANCES ET POUVOIRS DE L'IMAGE DE PEU

Christian Malaurie, Paris, L'Harmattan, coll. « Nouvelles études anthropologiques », 2014, 258 p.

Avec ce livre, il ne s'agit pas seulement de parler d'images « ordinaires » au sens d'images représentant l'ordinaire, mais également de proposer une réflexion sur la vie ordinaire des images. Il ne s'agit pas non plus de prendre pour objets des images que l'on qualifierait d'« images de peu », mais de proposer des pistes de réflexion sur l'image de peu à partir d'écrits d'auteurs qui ont une pensée générale sur l'image. Ce travail s'inscrit dans une esthétique de l'ordinaire et prolonge ainsi les recherches de Christian Malaurie sur la carte postale.

Une image peut être ordinaire parce qu'elle est largement partagée au sein d'une société, ou bien parce qu'elle représente un aspect de la vie ordinaire d'une société, qui l'est devenu à force de redondance (« la vie quotidienne »). Cet ouvrage interroge la fabrication d'images

Georges-Pompidou dès 1977. Elle y organise les programmations de films liées aux expositions. En 2000, elle fonde la revue *Zeuxis*.

ordinaires, mais aussi l'ordinaire dans les images. La question de « l'ordinaire des images » nécessitait donc un objet d'étude unifié : l'auteur propose pour ce faire la notion d'« image de peu » qu'il forge dans l'intention de sortir de toute appréciation de valeur esthétique ou monétaire au profit de la seule dimension de partage de l'image.

La photographie sur la couverture de l'ouvrage représente une pompe à essence qui sépare deux grandes citernes rouillées devant un mur en parpaings, figurant tous trois sur le même plan, s'élevant sur un sol terreux, sans noblesse, près duquel l'appareil photo a sûrement été posé pour créer la grande profondeur de champ qui occupe presque la moitié de l'espace. L'image attire le regard, tout y est symétrique, des objets qui n'ont plus d'utilité, habituellement entreposés anarchiquement, sont ordonnés dans cette mise en représentation : chaque élément, *a priori* inutile et insignifiant, y prend une place déterminée par rapport aux autres.

L'image de peu témoigne, selon l'auteur et créateur de cette notion, des « usages », dans le sens d'usages concrets attachés à la vie sensible d'une société : c'est cette caractéristique qui en fait une image partageable. L'intérêt n'est pas ici de mesurer l'étendue du partage d'une image, mais de fonder une catégorie d'images qui réfèrent à des usages et dans lesquelles la reconnaissance est d'abord celle d'une expérience. En premier lieu, l'auteur évoque la reconnaissance au niveau sensori-moteur de ces images par leurs « spectateurs-regardeurs » (p. 8) : elles renverraient en effet à « la matérialité d'un usage du monde » (p. 10). La notion d'image de peu se fonde sur des formes qui peuvent être reconnues au sein d'une société, elle joue donc avec des stéréotypes, mais aussi avec une inscription dans la vie, dans les « usages » de la vie. Nous aurions bien désigné cela par le terme de réalisme, mais l'auteur de la notion va plus avant : l'image de peu « se veut l'expression sensible d'une réalité » (p. 10).

La réflexion s'articule autour de trois axes : la médialité, qui désigne la manière pour une forme d'être à la fois sujet et objet, destinataire mais aussi créatrice de significations ; la place des objets techniques, et plus largement de la technique dans la fabrication d'images au sein d'une société et d'une époque données ; enfin, la place de l'homme ordinaire qui regarde et « reçoit » les images ainsi construites et qui « bricole » son rapport à ces images en en créant de nouvelles. Christian Malaurie fait dialoguer différents textes théoriques d'auteurs variés pour interroger la médialité de ces « images de peu », dans le sens où elles sont à la fois l'expression de quelque chose, d'une « réalité », d'un usage, mais aussi des objets médiatiques qui circulent au sein d'une société. Il s'agit d'analyser le

statut possible de telles images selon des pistes de réflexions d'auteurs jugés essentiels par Christian Malaurie dans la pensée des images. Ainsi, les deux premiers chapitres traitent de la notion de « valeur » des images et les deux derniers chapitres du rapport de l'image au social, c'est-à-dire de la place de la vie ordinaire dans les fabrications, circulations et réceptions (re-fabrications ?) des images de peu.

Le point de départ de la réflexion touche à la valeur de l'image de peu. Depuis la Renaissance, la valeur esthétique d'une image était due à sa valeur d'exposition réglée sur sa valeur culturelle. Les belles images étaient exposées dans des lieux dédiés : les spectateurs y découvraient la « beauté », par opposition aux images qui circulaient en dehors de ces lieux d'exposition. À partir du moment où l'image devient reproductible, sa valeur esthétique est complètement remise en question : la reproductibilité technique change les usages de fabrication, mais aussi de circulation des images. En effet, à l'exposition succède la sur-exposition, puis l'hyper-exposition, où toute image – et même tout objet – est exposée, mise en vitrine. La valeur esthétique de l'image ne tient donc plus à son degré d'exposition mais à son lieu et son degré d'exposition spectaculaire.

Les travaux de Walter Benjamin sont bien sûr ici largement utilisés et inscrits dans un « montage » (p. 25) avec ceux de Guy Debord – c'est ainsi que sont envisagés les chapitres : comme des montages de pensées. La pensée de Guy Debord permet d'introduire le spectacle comme producteur de relations ordinaires dans une société marchande où l'image devient non seulement marchandise, mais également modèle de scènes de la vie quotidienne. La sur-exposition mène à un spectacle qui est partout, jusque dans les relations sociales. C'est ici une réflexion qui permet de mieux comprendre et de nourrir la notion de médialité chère à l'auteur de l'ouvrage : l'image est ainsi interrogée dans sa dimension de production, d'expression, mais aussi dans son aspect de médiation. Le spectacle, en effet, n'est pas seulement une promotion de la société de consommation, mais consiste aussi et surtout en des relations sociales médiées par des images : c'est la mise en spectacle de la vie sociale.

Un deuxième assemblage de pensées permet de considérer la valeur non plus marchande mais symbolique, envisagée comme « imaginaire », à travers les lectures des textes de Jean Duvignaud, de Roland Barthes et de Jean Baudrillard. On se demande ici comment « la représentation se présente » (p. 190), formule de Louis Marin, dont Christian Malaurie a suivi l'enseignement à l'EHESS et dont il continue d'interroger la pensée pour forger une « anthropologie esthétique de l'ordinaire » (p. 189). Il s'agit alors d'interroger le réalisme des images et leur rapport à la

« spatialité » et la « théâtralité » sociale (p. 25), selon les mots de l'auteur.

La généalogie du spectacle de scène est ensuite proposée pour éclairer le spectacle audiovisuel, où l'on ne voit plus joués sur une scène les drames de la vie ordinaire. Il s'agit ici de voir l'image comme scénographie : scénographie qui imite la scène qu'est la vie sociale et la manière dont chacun se met en scène dans sa relation aux autres, mais également la scène que sont les images comme « support-espace d'énonciation et de visibilité » (p. 12). Cette formule désigne l'autre notion que l'auteur forge et développe tout au long de l'ouvrage et qui fonctionne avec la médialité : c'est une « spatialité matérielle mais aussi symbolique et imaginaire » (p. 13) dans laquelle s'effectue « un réemploi créatif d'un objet culturel » (p. 16).

Dans le dernier chapitre, largement nourri des travaux de Michel de Certeau, il est question d'appréhender les images dans leurs processus d'appropriation par les hommes ordinaires : il ne s'agit pas tel Pierre Bourdieu d'envisager la réception des objets médiatiques comme un automatisme déterminé par leur inscription dans l'espace social, mais comme une « opération » (p. 15) qui fragmente la réception. Parce que les images qui circulent au sein de nos sociétés n'ont pas de contenu qui leur est définitivement attaché et que, au-delà de toute considération d'esthétique, de valeur et d'idéologie, chacun « braconne » (p. 182).

Au premier abord, on peut s'étonner de ne trouver aucune « image de peu » dans cet ouvrage qui les inscrit en introduction comme objet d'analyse et de réflexion après en avoir donné une définition. On comprend finalement au fur et à mesure de la lecture que Christian Malaurie propose des assemblages de pensées sur l'image à partir d'un corpus de textes d'auteurs déjà « installés » au sein de la réflexion sur les images. Il élabore ainsi un cadre théorique pour appréhender les images qui sont construites et qui circulent au sein de nos sociétés. Cet ouvrage permet également de relire – de se souvenir de lectures – des auteurs qui participent à fonder l'interdisciplinarité dans laquelle nous nous inscrivons en sciences de l'information et de la communication.

SALOMÉ-JILL PEIGNEY

UNE AUTRE HISTOIRE DE L'ÉDITION FRANÇAISE

Jean-Yves Mollier, La Fabrique Éditions, 2015, 429 p.

Dans son ouvrage *Une autre histoire de l'édition française*, publié aux éditions La Fabrique en 2015, Jean-Yves Mollier nous propose d'adopter

un regard neuf pour comprendre les évolutions connues par le secteur de l'édition en France, de ses origines à aujourd'hui. Ce professeur d'histoire contemporaine, spécialiste de l'histoire du livre et de l'édition, soumet ici une méthode d'analyse originale et inédite. En effet, il croise, au sein de chaque chapitre, les différentes approches traditionnellement employées pour faire l'histoire de l'édition, à savoir l'économie, la technique, la sociologie, la politique et une analyse de la dimension industrielle. Ces chapitres, organisés selon une logique à la fois thématique et chronologique, donnent accès à un condensé des éléments de recherche fournis à ce jour, tout en apportant au lecteur des analyses inédites.

Les développements proposés par l'auteur en introduction annoncent d'emblée les enjeux de son ouvrage, présenté comme une « histoire de la librairie française, du XV^e au XVIII^e siècle, puis de l'édition proprement dite, après 1780 » (p. 18), une « plongée dans un univers en train de disparaître ou de muter [qui] ne pouvait éviter de s'interroger, en conclusion, sur le devenir du livre » (p. 18). Jean-Yves Mollier lie, à plusieurs reprises, les questions de l'édition, des formats, des industries culturelles et de la valeur des textes.

Le découpage de l'ouvrage en douze chapitres permet à son auteur de décrire l'histoire de l'édition comme un mouvement allant de l'émergence du métier d'éditeur jusqu'à son âge d'or, avant de nous en montrer les difficultés contemporaines et de nous inviter à une réflexion sur l'avenir de cette catégorie socioculturelle. À travers ce livre très dense, Jean-Yves Mollier assume le point de vue de chercheur transmettant un savoir, mais soulève également une série d'interrogations et de questionnements. La problématique centrale de l'ouvrage n'est donc pas de livrer au lecteur un compte rendu des évolutions subies par le métier d'éditeur au cours de l'histoire de France. Son propos consiste en particulier à proposer une définition de cette profession dont la particularité est d'avoir évolué, et d'évoluer encore, au rythme des révolutions sociétales.

Si l'introduction s'ouvre sur ce qui semble être une définition claire et précise du métier d'éditeur – « Éditer, disent les dictionnaires, c'est rendre public, mettre au jour ou encore publier un texte » (p. 7) –, Jean-Yves Mollier insiste longuement sur la dimension évolutive et mouvante de cette profession, dont il décrit les formes premières dans les trois premiers chapitres de son ouvrage. Ce que l'on appelait jusqu'au XVIII^e siècle la « Librairie » consistait en un « système dans lequel imprimeurs, commerçants en boutique et auteurs » devaient « s'entendre et composer avec le pouvoir » (p. 87). La dimension systémique du secteur de l'édition était alors double, à la fois interne et externe. Le libraire,