

ESPRIT

Puissance des images



Iconoclastes
et iconodules

La censure au cinéma

Des images de terreur

Apprendre à regarder

Louis Andrieu, Danièle Cohn,
Carole Desbarats, Arnaud Desplechin,
Thomas Hirschhorn, Benoît Labourdette,
Olivier Mongin, Jean-Louis Schlegel,
Léo Souillés-Debats

Notre régime alimentaire – A. Béja, T. de Saint Pol, C. Rémésy

Le Brésil dans la tourmente • Carlos Zeron

Sadiq Khan, maire de Londres • Sylvie Bressler

Bernanos et le mal • Claire Daudin ■ **Danser malgré tout** • Isabelle Danto

Merci patron ! • Jean-Louis Schlegel

SOMMAIRE

3 Quand la parole se libère. Éditorial. *Esprit*

A PLUSIEURS VOIX

7 Le Brésil dans la tourmente (*Entretien avec Carlos Zeron*). Le chavisme sans Chávez (*Victoria Zurita*). Le fédéralisme de Césaire (*Michel Herland*). « Mon nom est Sadiq Khan et je suis le nouveau maire de Londres » (*Sylvie Bressler*). Les intermittents du spectacle : clap de fin ? (*Jacques-Yves Bellay*). La culture contre la culture (*Jean-Philippe Domecq*). Musulmans : sortir du soupçon de double allégeance (*Yann Raison du Cleuziou*)

PUISSANCE DES IMAGES

33 Faire face. Introduction. *Carole Desbarats*

Produire des images de manière responsable, c'est permettre l'exercice de l'esprit critique.

38 La passion des images. Aniconismes, iconoclastes, iconophilies. *Jean-Louis Schlegel*

L'interdit des représentations puise aux sources platonicienne, juive et musulmane pour distinguer le visible dégradé et l'invisible idéal. Si l'incarnation autorise les images, l'histoire du christianisme est secouée de crises iconoclastes. Ces tensions n'ont pas disparu de nos sociétés séculières et pleines d'images.

48 L'imagination face à l'irreprésentable. À propos de *Moïse et Aaron*. *Olivier Mongin*

L'opéra de Schönberg interroge le rôle de l'imagination : pour éviter l'idolâtrie, faut-il renoncer à communiquer l'invisible ? Il est possible de suivre l'invitation de Ricœur à penser l'imagination comme reconfiguration du monde.

54 Sexe, limites et censure. Trois cas récents. *Louis Andrieu*

La Vie d'Adèle, *Nymphomaniac* et *Love* ont été interdits aux mineurs à la suite d'une action en justice menée par l'association Promouvoir. Ces cas de censure *a posteriori* menacent la liberté artistique du cinéma.

60 Quand les films inquiètent. Réflexions sur les dispositifs nationaux d'éducation à l'image.

Léo Souillés-Debats

La programmation des films à destination des élèves soulève des réactions très vives de la part des parents au nom de la morale et du développement psychologique de leurs enfants. Ces réactions témoignent de craintes légitimes ainsi que d'un manque de confiance envers les dispositifs d'accompagnement.

68 L'évidence du cauchemar. La violence des images djihadistes. *Danièle Cohn*

Les images de violence extrême diffusées par les organisations terroristes ne sont pas des documents. Elles imposent un rapport inédit au vrai, qui exacerbe la peur et inhibe la pitié, à rebours de notre tradition iconographique.

76 Voir sans avoir vu. Entretien avec *Arnaud Desplechin*

Les images de terreur ne s'adressent pas à nous ; elles ricanent comme les négationnistes. Parce qu'elles excluent l'apparition d'un visage, elles empêchent toute compassion. Au contraire, on ne peut filmer la mort qu'en tremblant, comme on approcherait le sacré.

86 Voir et penser. Entretien avec *Thomas Hirschhorn*

Nous devons tout voir avec nos propres yeux, y compris les images de cadavres, pour casser les icônes journalistiques et se confronter au monde tel qu'il est.

93 Des vies en images. *Benoît Labourdette*

Les smartphones et les plates-formes numériques ont démocratisé les capacités d'enregistrer et de diffuser des images amateur. D'outils de mémoire, elles sont devenues outils de conversation et de partage, changement qui doit être accompagné par des actions pédagogiques.

NOTRE REGIME ALIMENTAIRE

101 Vivre pour manger. Les dessous de l'obsession gastronomique. *Alice Béja*

Dans les livres, à la télévision, dans les rues de nos villes, la gastronomie et la cuisine sont aujourd'hui

omniprésentes. Cette obsession gastronomique émerge précisément au moment où la société française traverse une crise profonde.

111 Les habitudes alimentaires des Français. Une institution sociale entre constance et renouveau. *Thibaut de Saint Pol*

Malgré les modifications de nos habitudes alimentaires, la fonction sociale du repas demeure, en France comme ailleurs, un élément fondamental de la vie quotidienne.

121 Bien se nourrir et préserver la planète. *Christian Rémésy*

Notre régime alimentaire a des conséquences négatives sur notre santé et sur celle de la planète. Des solutions existent pour faire naître une véritable transition alimentaire ; encore faut-il avoir la volonté politique de les mettre en place.

CULTURES

131 REPERES – Bernanos et le mal par *Claire Daudin*

139 POESIE – Guy Goffette : « Qui refuserait d'accorder sa parole au silence ? » Poèmes présentés par *Jacques Darras*

142 CINEMA – Dieu ou Mammon ? *Merci patron ! (Jean-Louis Schlegel)*

145 DANSE – Danser malgré tout ! *(Isabelle Danto)*

148 LIVRES – L'imaginaire chrétien de l'Occident *(Jean-Louis Schlegel)*. Dynamique de la puissance *(Lydia Obolensky D'Aloisio)*. Le drame de la Défense *(Olivier Mongin)*. « Qu'en advient-il des revenants ? » *(Olivier Mongin)*

157 BREVES. EN ÉCHO. AVIS

Des vies en images

Benoît Labourdette*

À PROPOS des images en ce début de XXI^e siècle, leur production, leur circulation, leur nature numérique, leurs dangers, leurs potentialités, leurs usages, chacun y va de ses *a priori*, technophiles ou technophobes, de ses fantasmes, de ses utopies ou de ses paranoïas... Une pensée de l'image, éclairée par la pratique, est plutôt rare. Le discours intellectuel dominant, notamment lorsqu'il s'agit des pratiques des jeunes, est devenu depuis quelques années des plus réactionnaires, déconnecté d'une expérience raisonnée, sans se risquer à l'écoute et au faire.

Voici donc quelques propositions conceptuelles et pédagogiques, appuyées sur des expériences vécues et pensées, qui ouvrent vers des pistes concrètes pour se risquer aux images. Je me concentre sur les images animées, puisque c'est mon objet d'expérience et de réflexion, c'est-à-dire les « films » que l'on regarde et que l'on produit dans notre quotidien : les images télévisuelles, cinématographiques, sur internet, sur et par des téléphones, des tablettes numériques, des lunettes ou des casques, professionnelles ou amateur.

Deux régimes d'images

Il y a toujours eu deux régimes : les images professionnelles et les images amateur, les images « légitimes » et les images « sans intérêt », les images qui ont une valeur, pour lesquelles on paie

* Cinéaste, spécialiste des écritures numériques et de la médiation, il a écrit *Éducation à l'image 2.0*, disponible sur son site (www.benoitlabourdette.com).

(sa place de cinéma, son DVD, des publicités, sa redevance télé), et puis celles qui sont sans valeur. Ce qui distingue la « qualité » d'un film est, *in fine*, sa valeur marchande – et ce même dans les lieux *a priori* les plus progressistes. Jeune organisateur de projections de courts-métrages, j'avais décidé, contre mon positionnement politique pour la gratuité, de faire payer l'entrée aux projections. En effet, les spectateurs donnaient d'autant plus de valeur aux images qu'ils payaient pour les voir, et les œuvres en étaient mieux reçues.

Dans le domaine de l'audiovisuel, les « amateurs » se sentent le plus souvent inférieurs aux « professionnels ». À partir des années 1980, le sémiologue Roger Odin a proposé une autre idée : les images amateur ne seraient pas « inférieures » aux images professionnelles ; elles n'auraient simplement pas la même fonction¹. Les images professionnelles doivent divertir, informer, faire rêver, faire de la propagande... Les images amateur ont pour fonction de garder des traces de sa vie personnelle, celles de sa famille, de sa communauté. Elles ont ainsi un rôle identitaire : avoir des images de soi enfant, de ses ancêtres, des mariages et de ses amis, cela participe, profondément, de la construction de son identité. C'était d'ailleurs l'une des fonctions de la peinture, avant la photographie, à travers les portraits.

Il n'y a donc pas à établir de hiérarchie entre les deux régimes d'images. Il n'est pas pertinent de juger négativement, notamment sur des critères techniques, les images amateur. Il est plus estimable d'avoir enregistré les premiers pas du bébé que d'avoir une image nette. Et même, le plus important était d'être là, à filmer en entier le concert du petit dernier, avec une vieille caméra muette, pour un film qu'on ne regardera jamais : faire une image de l'événement contribue à sa signification symbolique dans la construction psychosociale. Par exemple, dans un mariage, celui qui fabrique le film aura toujours une grosse caméra, afin de marquer l'attention prêtée à ce qui est filmé. Les personnes se mettent alors en scène, pour la mémoire, pour construire ensemble l'identité familiale. Une minuscule caméra numérique produirait la même qualité d'image, mais n'aurait pas les mêmes effets sociaux.

Les images amateur furent pendant longtemps produites par les pères de famille. Les pellicules coûtant cher, ils ne pouvaient donc pas filmer en permanence. Mais ils filmaient de manière frénétique, et les grands-pères aussi. D'ailleurs, sur les films, on voyait tout le monde, sauf le père ! À partir des années 1990 et de la démocrati-

1. Roger Odin, *Cinéma et production de sens*, Paris, Armand Colin, 1990.

sation des caméscopes, les mères se sont mises à filmer. Et depuis 2005, avec l'apparition des caméras dans les téléphones portables, c'est tout un chacun qui peut filmer. Les jeunes gens d'aujourd'hui qui se filment, semble-t-il en permanence, ne sont pas plus excessifs que nos pères et nos grands-pères : ils font des images pour fabriquer de l'identité.

L'image amateur répond aux mêmes nécessités aujourd'hui qu'hier, avec cette nuance qu'aujourd'hui, chacun peut également diffuser ses images, immédiatement et pour tous.

Charlie Bit My Finger

Le contexte économique des images a profondément changé depuis dix ans, même si nous n'en avons pas toujours bien conscience. L'année 2005 fut, à mon sens, une année charnière. Elle a vu l'apparition des caméras dans les téléphones portables. Tous les téléphones ou presque étant équipés de caméra, chacun a désormais un outil de prise de vue en permanence dans la poche. Le téléphone portable avait déjà chamboulé en profondeur notre rapport au temps, à l'espace privé et à l'écriture. Avec la présence de la caméra, l'ensemble de notre rapport au réel et à la mémoire s'en trouve modifié. Comme dirait Bernard Stiegler, nous avons une « mémoire outillée² ».

J'ai fondé, en 2005, avec le Forum des images à Paris, le festival Pocket Films, consacré à la création audiovisuelle avec téléphone portable, afin d'accompagner le déploiement de cette technologie par une pensée fondée sur des actes créatifs. Ce cadre a vu naître des centaines de films et de nombreux dispositifs éducatifs.

L'année 2005 a également vu l'apparition d'un site internet de vidéo communautaire, YouTube, qui permet à chacun de diffuser, très facilement, ce qu'il a filmé auprès du monde entier. Avant 2005, la distinction entre amateurs et professionnels portait aussi sur la capacité de diffusion : seul le professionnel du cinéma ou de la télévision, du fait de sa formation technique et de son parcours social, pouvait rendre publiques les images. Les images des amateurs étaient donc cantonnées aux cercles familiaux et amicaux. L'économie de ce secteur consistait en la vente au grand public de technologies d'enregistrement toujours plus performantes. En revanche, les images des

2. Voir Bernard Stiegler, *Économie de l'hypermatériel et psychopouvoir*, Paris, Mille et une nuits, 2008.

professionnels avaient une économie des « contenus » : on paie sa place pour aller voir tel ou tel film au cinéma, pas pour la technique.

Avec l'apparition de YouTube, les amateurs se sont retrouvés tout à coup outillés de cette capacité de diffusion auparavant réservée aux seuls professionnels et porteurs de la même responsabilité éditoriale, sans y avoir été formés. Le partage y est de plus en plus facile : 80 % des smartphones sont équipés du système d'exploitation Android, conçu par Google, qui est également propriétaire de YouTube. Ainsi, après activation du téléphone, on a presque automatiquement un compte sur la plate-forme de diffusion. Les vidéos y sont accompagnées de publicités : pour mille « vues », la vente de l'espace publicitaire rapporte en moyenne dix dollars à Google. Les professionnels aussi y diffusent leurs vidéos. Tout le monde est sur le même plan.

Chaque minute qui passe, cinq cents heures de vidéos supplémentaires sont publiées sur ce site et plus de cinq milliards de vidéos sont vues par jour. Peu importe qu'une vidéo soit vue mille fois ou que cent vidéos soient vues chacune dix fois, le prix de revient est quasiment le même pour Google. Certains films amateur, les films « viraux » (qui se diffusent comme un virus), totalisent des millions de vues. Par exemple, le film de famille *Charlie Bit My Finger* (« Charlie m'a mordu le doigt », 2007), qui a été vu plus de huit cents millions de fois, a généré un chiffre d'affaires de huit millions de dollars, par la « qualité » de son contenu (les gens l'ont partagé spontanément parce qu'il les faisait rire).

Le poids économique des revenus générés par les contenus amateur, toutes plates-formes confondues, est en train de devenir plus important que le poids économique du secteur audiovisuel professionnel.

Partager les images

Sur les réseaux sociaux, ce qui nous représente aux yeux des autres, c'est notre image. Mettre à jour, pourquoi pas quotidiennement, sa photo de profil, se mettre en scène *via* l'image, c'est au fond le même acte symbolique que choisir son vêtement, son maquillage, sa coiffure. C'est un costume. Une partie de notre vie se déroule désormais à l'intérieur des images.

La grande vertu des réseaux sociaux est de rendre possible, au-delà de l'espace géographique, une communauté de goûts, d'orientations, d'idées politiques. Ils permettent de constituer l'espace social de façon plus qualifiée. En revanche, ils sont aussi des espaces

commerciaux, ce qui constitue un vrai sujet d'inquiétude : une partie bien réelle de notre vie devient la propriété de multinationales.

Aujourd'hui, très souvent, on sort son téléphone, on fait une image sans aucun mot. L'acte de production et de transmission de l'image est en lui-même une locution : s'envoyer des images est une nouvelle forme d'expression orale. D'autant plus que les jeunes gens échangent souvent des images *via* l'application Snapchat, dont les photos et vidéos disparaissent dix secondes après avoir été vues (dix milliards de vidéos visionnées chaque jour). L'image n'est plus un outil de mémoire ; elle est devenue un outil de conversation.

L'éducation à l'image a pour objectif, entre autres, d'éclairer les individus sur les enjeux et pouvoirs des images, afin de former de « meilleurs citoyens ». Avant 2005, il s'agissait d'« éduquer » des spectateurs. On pouvait efficacement le faire en proposant des ateliers de réalisation : passer par toutes les étapes de production d'un film (l'écriture du scénario, le tournage, le montage) permettait de démythifier les films et autres images animées auxquelles nous sommes exposés. Aujourd'hui, l'objectif de l'éducation s'est singulièrement élargi : il s'agit d'éclairer non seulement des spectateurs, mais surtout des acteurs du système médiatico-politique actuel, des producteurs et des diffuseurs, qui portent une responsabilité dans la création et la circulation des monceaux d'images qui font notre monde.

Comment y parvenir ? J'aimerais évoquer deux types de projets dont j'ai pu mesurer tout l'intérêt : l'atelier de pratique artistique, et la filmographie collective. Dans un atelier de pratique artistique, l'enjeu n'est plus seulement de faire un film, mais de le montrer. Dans la mesure où, au quotidien, chacun est désormais diffuseur, les actions pédagogiques doivent travailler cette responsabilité. Les jeunes qui y participent seront réalisateurs, mais aussi programmeurs. Ils organiseront la projection et la diffusion de leurs films en amont : choisir les films, faire l'affiche, la communication, la préparation technique, la médiation (parler avant et après les films), organiser la salle, cuisiner des gâteaux, faire le noir, veiller à ce qu'il y ait un bon son, etc. Ainsi, au moment de la projection, les gens sont là, les parents et les amis forment un groupe tangible. Le petit film, fragile, au centre de toutes ces attentions, va être projeté collectivement. C'est une immense intensité, une peur profonde de la réaction des autres face à ce qu'on leur offre. Et puis, le contexte étant bienveillant, ce moment de projection est extrêmement valorisant. Au bout du compte, le film a existé pour d'autres, il a eu un impact

réel sur le monde, il a changé le monde, ce qui donne une assise sociale à celui qui l'a fait, et ce d'autant plus qu'il s'est investi dans le processus créatif.

Dans ce type de dispositif, l'expérience forte et collective, vécue dans le corps, du partage des images éclaire la responsabilité de chacun sur l'importance des images. Un film n'est plus une image parmi des milliards d'autres, mais l'image la plus importante pour ce groupe de gens, pendant ce moment de partage. Les films auront été faits non pas simplement pour des raisons identitaires, mais pour apporter quelque chose à un autre que soi, hors de sa communauté restreinte. Le langage des images aura été mis en forme, il aura *travaillé*.

Une autre piste d'action, très simple, est la filmographie collective. On propose à un groupe de personnes de donner chacun le titre d'un film qu'il aime. Et on note ces titres sur de grandes « cartes mentales », en affichant non seulement les mots et les phrases mais aussi les liens qu'ils peuvent entretenir, pour composer une sorte d'arborescence, réorganisable à loisir. Alors, on parle à l'endroit du plaisir. Écouter les titres, les noter, chercher les noms de réalisateurs, n'oublier personne, permet de fonder une relation de confiance, qui facilite la créativité future. Cela tisse des liens. Parfois on découvre, ébahi, qu'on adore le même grand film du patrimoine qu'un très jeune homme ou une très jeune fille. On prend le risque d'oser dire ce qu'on aime. On dépasse le jugement.

Benoît Labourdette

A B O N N E Z - V O U S

ESPRIT

Service relations clients
12, rue du Cap-Vert
21800 Quétigny
Téléphone : 03 80 48 95 45
Télécopie : 03 80 48 10 34
Internet : www.esprit.presse.fr

M^{me}, M^{lle}, M.,

Adresse

Code postal

Ville Pays

Courriel

Souscrit un abonnement à partir du mois de

ABONNEMENT

Papier uniquement

Papier et accès aux archives en ligne

Une économie de 40 % par rapport au prix de vente au numéro

	6 mois	1 an	1 an
France	77 € <input type="checkbox"/>	117 € <input type="checkbox"/>	Tarif unique
Étudiants ou chômeurs	62 € <input type="checkbox"/>	93 € <input type="checkbox"/>	
Étranger	78 € <input type="checkbox"/>	119 € <input type="checkbox"/>	130 € <input type="checkbox"/>
Étudiants ou chômeurs	63 € <input type="checkbox"/>	95 € <input type="checkbox"/>	

Taux de TVA : 2,10 % – Port avion en sus : 55 €

Abonnement numérique 1 an (uniquement en ligne) 84 €

Règlement par : Chèque bancaire Virement postal :

Veillez libeller vos chèques à l'ordre de la revue Esprit

ÉTABLISSEMENT 20041 GUICHET 00001 NUMÉRO DE COMPTE 0115451W020 CLÉ 66

IBAN FR85 2004 1000 0101 1545 1W02 066

BIC PSSTFRPPPAR

via Internet : www.esprit.presse.fr (paiement en ligne sécurisé)

Soutien à Esprit (don défiscalisé)

Je fais un don de € au profit exclusif d'Esprit.

Chèque libellé à l'ordre de : Presse et Pluralisme/Opération Esprit
à envoyer à : Presse et Pluralisme
TSA 32649
91764 Palaiseau cedex