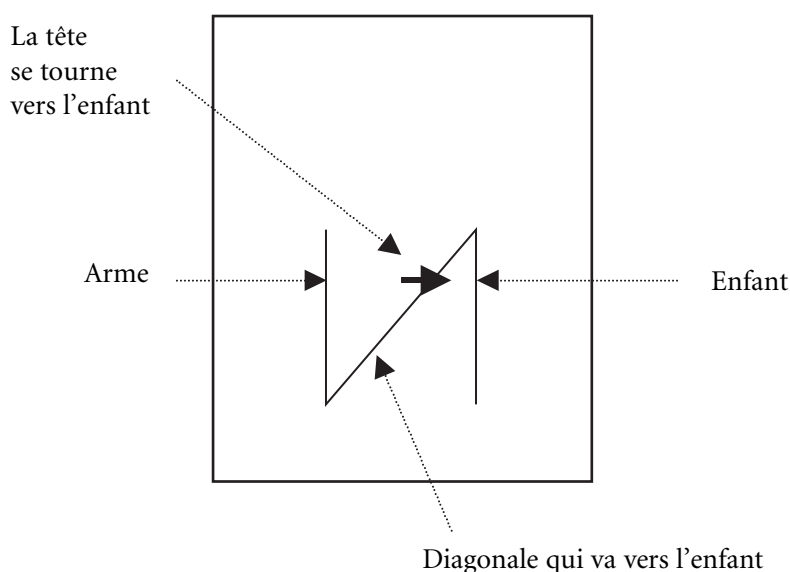


L'apparente simplicité de l'image

(pages 10-11)

Réponses aux questions

1. L'émotion provient essentiellement de la tension que provoquent la représentation du soldat et celle de l'enfant dans ses bras. L'univers violent de la guerre (figuré par la vision d'une arme) est en effet mis en opposition avec le monde sans défense de l'enfance qui lui fait face. Pourtant, c'est vers l'enfant que se tournent le regard et l'attention de celui qui semble être son père.



2. L'idée de vérité rationnelle renvoie à la thèse selon laquelle la reconstitution d'une scène n'est pas nécessairement un mensonge. Dans l'exemple évoqué, la photographie n'a pas été prise au moment de l'événement ; elle n'est donc pas l'exacte réalité. Mais la reconstitution respecte l'ensemble des circonstances de l'action (c'est-à-dire que le journaliste recrée de manière identique – rationnellement – l'événement et son contexte) et il n'existe qu'un léger décalage temporel avec la réalité. Or, cette distance avec le moment réel de l'événement n'est pas perceptible du point de vue de la photographie (il n'y a pas de différence sensible entre l'événement réel et sa reconstruction photographique). La reconstitution du journaliste s'accorde donc avec la vérité.

3. La mise en scène s'oppose à la reconstruction (l. 1). Celle-ci n'est pas contradictoire avec la vérité (cf. question 2) si elle est authentique. À l'inverse, la mise en scène suppose que le journaliste intervienne dans l'organisation du contenu photographique, dans le but de lui donner une signification particulière. On peut penser qu'il modifierait certains éléments essentiels du sujet (changement du lieu, présence ou absence de certaines personnes...).

4. Il n'est pas facile de savoir si l'émotion de la photographie (document 1) est l'effet d'une mise en scène. La photographie peut être prise sur le vif, comme semble l'indiquer le cadrage (les personnages ne sont pas centrés, mais décalés dans la moitié inférieure de la photographie, ce qui indiquerait une rapidité d'exécution). Mais, même si le photographe a demandé à l'homme d'embrasser l'enfant, cela ne semble pas mettre en question la « vérité rationnelle » de la photographie dans la mesure où l'acte semble plausible dans le cadre d'une guerre civile. Il s'agirait alors d'une reconstruction authentique.

5. Une « bonne » image publicitaire doit être rapidement et aisément accessible. Elle doit donc pouvoir être comprise en un temps court (« temps de lecture rapide », l. 1-2). Toute complication qui supposerait une longue attention, un travail de lecture et d'interprétation est proscrite. L'image doit être « comprise dès qu'aperçue » (l. 3). Dès lors, il faut que l'attention soit immédiatement provoquée par des « figures » simples, que le public peut interpréter (« connoter », l. 9) sans difficulté. Cela suppose notamment que ces figures soient proches des référents culturels de ce dernier.

6. L'image reconstruite et l'image publicitaire ont pour point commun d'être l'objet d'une intervention volontaire dans l'organisation du sujet. Aucune de ces images n'est prise sur le vif. Mais l'image reconstruite (de manière authentique) par le photojournaliste veut être « fidèle » à une situation réelle. Elle traduit une vérité. Son but est de témoigner. Au contraire, l'image publicitaire vise l'efficacité d'un message. Elle ne se préoccupe pas de la réalité de ce qui est montré. Elle doit attirer le regard et jouer sur l'effet de surprise.

Préparation à l'examen

La question de vocabulaire

L'image publicitaire doit attirer le public pour que son message soit efficace. Afin qu'elle soit repérée immédiatement, elle se distingue des autres éléments perceptibles en jouant sur l'étonnement. Celui-ci est généralement provoqué par un message écrit, court pour être rapidement lu, qui est articulé avec une représentation. La surprise peut être causée par un effet humoristique, une dramatisation (message de la sécurité routière), un questionnement ou un effet de séduction (publicité pour un parfum).

La représentation du réel

(pages 12-13)

Réponses aux questions

1.

	Document 1 (Platon)	Document 2 (Aristote)
Thèse centrale	L'image est trompeuse (pour les « naïfs »).	Le recours à l'image est une pratique naturelle qui permet d'apprendre avec plaisir.
Argumentation	Le bon artiste fait prendre l'image pour le réel.	Nous prenons plaisir à regarder une image, même si le sujet est pénible. L'image apporte un enseignement.

Platon critique l'usage des images qui nous éloignent du réel, mais Aristote insiste sur leur rôle fondamental pour connaître.

2. Thèse rejetée (l. 1-4) : le but de l'art consiste à imiter ce qui existe déjà.

Argumentation (l. 4-10) : si l'art imite des formes existantes, le but est purement subjectif (= montrer ses capacités indépendamment du contenu) et non objectif (création spirituelle)

Thèse défendue (l. 11-13) : le but de l'art consiste à révéler la vérité de l'âme.

3. L'artiste qui ne cherche qu'à imiter la nature ne fait que « montrer son adresse et son habileté » (l. 6-7), c'est-à-dire que l'aspect technique prend le dessus sur toute considération proprement esthétique. Il s'agit de manifester son talent, sa capacité à recréer l'illusion du réel. Autrement dit, la fierté « subjective » (l. 6) l'emporte sur le contenu objectif de l'œuvre. L'artiste n'a pas pour but une création puisque l'œuvre n'est que le reflet de ce qui existe déjà ; elle n'est que la présentation de soi à travers l'imitation.

4. Une belle image n'est pas celle qui ne fait qu'imiter le réel mais celle qui dévoile une vérité présente dans l'âme humaine (l. 12). Hegel insiste sur la dimension spirituelle de l'image.

5. Les trois auteurs évoquent la notion d'imitation à propos de l'image, mais envisagent celle-ci selon des perspectives différentes. Platon considère que les images réalisées par les peintres trompent ceux qui ne sont pas vigilants en leur faisant prendre leurs dessins pour le réel. Pour Aristote au contraire, l'imitation par l'image est un bien puisqu'elle permet d'apprendre d'une manière plaisante les réalités du monde. Si l'image est conçue par eux selon l'idée d'imitation, son statut est donc totalement opposé. D'une certaine manière, Hegel renvoie dos à dos Platon et Aristote en refusant de réduire l'image à une imitation. La figure concrète de l'image (artistique) doit, selon lui, exprimer une vérité spirituelle. Il demeure cependant que les trois penseurs réfléchissent sur les capacités des images à nous dévoiler une vérité.

Préparation à l'examen

La question de vocabulaire

Hegel évoque ici le « but final » de l'art, ce qui signifie que l'art peut avoir d'autres buts secondaires (dont l'imitation) mais que ce qui est visé fondamentalement par l'œuvre est une certaine forme de vérité. Cette vérité possède plusieurs caractéristiques : elle est de l'ordre de la révélation (que l'on pourrait différencier d'une démonstration scientifique) ; elle est une représentation concrète, c'est-à-dire perceptible par les sens ; elle exprime « ce qui s'agit dans l'âme », autrement dit, elle parvient à témoigner d'un contenu de l'esprit dont on peut penser qu'il n'est pas nécessairement exprimable par d'autres moyens.

L'imaginaire et le fantastique

(pages 14-15)

Réponses aux questions

1. La tentation la plus explicite est figurée par la présence de corps féminins (désir sexuel) ; la richesse des objets (dorés) et des architectures évoque l'idée de prospérité alors que le cheval blanc est symbole de puissance et de majesté.

2. L'environnement est désertique et sans relief. Il n'y a aucune végétation et l'espace semble s'étendre à l'infini sans rencontrer d'aspérité. Saint Antoine, dont on peut se demander s'il n'est pas figuré plusieurs fois (errant et combattant dans le désert), n'a nul refuge face aux tentations qui le menacent.

3. La situation de saint Antoine par rapport aux tentations permet d'insister sur la puissance de celles-ci. Réfugié et arc-bouté dans le coin inférieur gauche du tableau, il fait face à une suite de formes animales gigantesques qui occupent le centre et la plus grande partie du tableau. Saint Antoine est sur le point d'être écrasé. La déformation des animaux semble concentrer leur puissance dans des corps situés en partie haute et qui sont vus par en dessous, accentuant d'ailleurs l'impression d'écrasement.

4.

Points de comparaison	Œuvre de Salvador Dali	Œuvre de Max Ernst
La composition	Un premier plan occupé par le saint à gauche ; un second plan, dominant, où se place le défilé des tentations ; un horizon lointain avec un animal. Ligne d'horizon basse, accentuant l'effet d'écrasement du ciel ; masses assez uniformes	Trois plans successifs : un premier plan, dominant, occupé par saint Antoine et les monstres ; une ligne d'horizon placée dans le tiers supérieur ; équilibre des masses malgré la complexité de la représentation des êtres et de la nature
Les éléments naturels	Désert sans relief touchant à une forme d'abstraction	Premier et second plan tourmentés ; importance de l'élément liquide
La représentation de saint Antoine	Nudité qui souligne le caractère ultime du combat ; attitude de résistance	Semble prêt à succomber, abandon
La représentation des monstres	Les animaux sont familiers (éléphants et cheval) et sont situés dans un ordre successif	Multiplicité confuse de corps monstrueux en tout genre

5. Les deux artistes évoquent le même thème, mais alors que Max Ernst insiste sur les tourments qui assaillent le saint de toutes parts, Salvador Dali met en avant son combat contre les tentations. L'environnement est également très différent dans la mesure où l'aridité du désert de Dali s'oppose au monde aquatique et sombre de Max Ernst.

Lecture de l'image

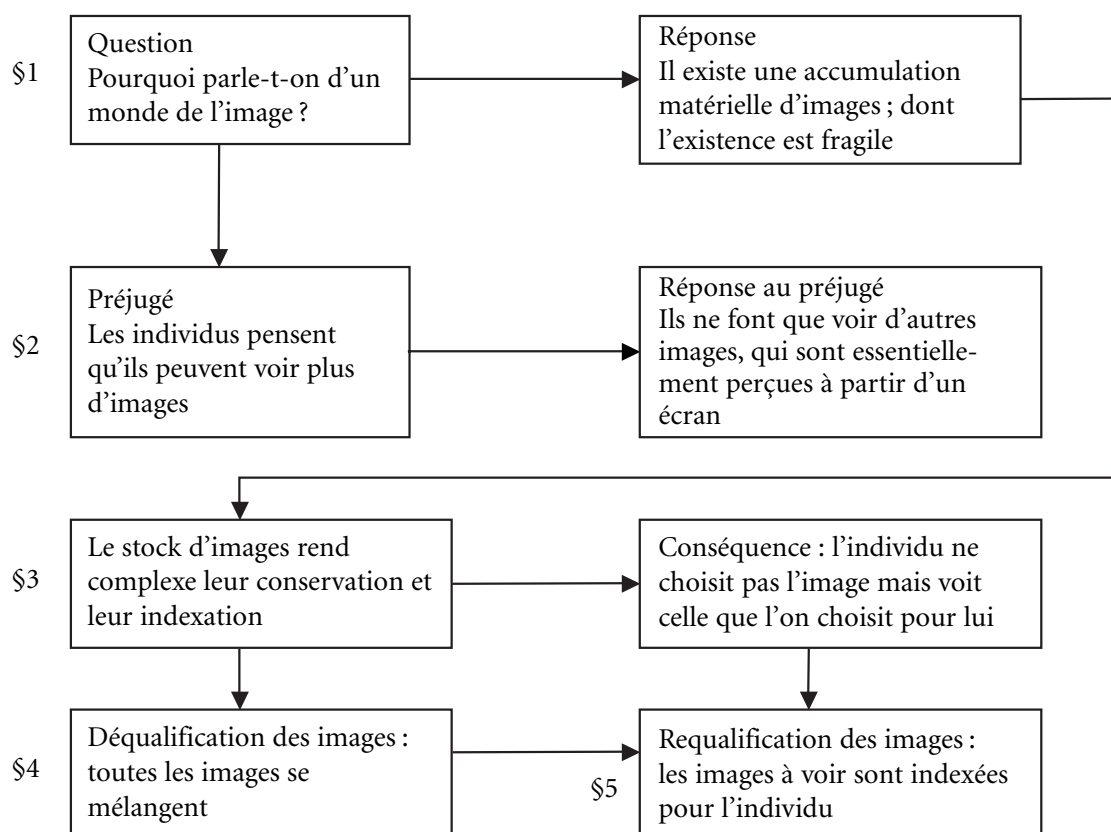
Vers la synthèse

Max Ernst et Salvador Dali proposent chacun une représentation des tentations de saint Antoine. S'ils insistent tous deux sur la difficulté de son combat et son caractère ultime, ils ne semblent pas en proposer une même vision. Max Ernst met l'accent sur les tourments du saint. Au premier plan, le saint, assailli par les monstres, semble sur le point de succomber. Les tentations du second plan expliquent la situation, mais l'artiste insiste surtout, symboliquement à travers cette masse grouillante de monstres, sur le combat intérieur. L'élément liquide évoque le monde obscur d'une âme qui voit sans cesse surgir de nouvelles forces pour la faire céder. De son côté, Salvador Dali dessine une opposition frontale entre le saint, réfugié dans le coin inférieur droit du tableau, et, au second plan, la succession des animaux porteurs des tentations. Pour cet homme nu et perdu dans un environnement désertique, le combat semble inégal. Les animaux, énormes, s'avancent avec force et constance vers lui. Pourtant, le cheval se cabre et le saint résiste.

Alors que Max Ernst semble insister sur les tourments qui habitent l'âme du saint, Salvador Dali met en avant le caractère héroïque de son combat.

Réponses aux questions

1.



2. À la fin du premier paragraphe, l'auteur insiste sur la fragilité des images en tant que réalité matérielle. Le support principal des images n'est plus le mur, le bois, la toile ou le papier, mais devient numérique. Autrement dit, son existence visible est liée à des contraintes techniques particulières, notamment la présence d'un courant électrique. Une panne d'ordinateur peut supprimer un nombre considérable d'images.

3. Des quantités très importantes d'images sont produites quotidiennement. Leur conservation pose un certain nombre de problèmes (voir question 2). Mais, en raison de leur nombre, il est aussi très difficile d'organiser leur indexation, c'est-à-dire la manière dont les images sont répertoriées et classées. Les choix opérés dans ces classements vont en effet orienter les recherches futures de ceux qui désireront les regarder. Il s'agit donc de savoir comment organiser et hiérarchiser le flot d'images disponibles, afin de rendre leur accès pertinent.

4. Le nombre d'images disponibles rend leur usage inexploitable. L'offre est non seulement supérieure à la demande, mais surtout la quantité d'images disponibles rend le choix difficile car on ne peut toutes les parcourir. L'individu se trouve face à une quantité inconsommable car sans commune mesure (« disproportionnée », l. 29) avec ses capacités de choix.

5. La déqualification désigne le processus de production des images qui aboutit à leur banalisation. L'écran (l. 38) est le moyen d'accès privilégié aux images, quel que soit leur support (« film... gouache... ») et leur contenu (« art, information... »). Mais, sur l'écran, toutes les images ont *a priori* le même statut ; elles se succèdent sans hiérarchie. Dans le flot des images, aucune d'entre elles ne possède une « qualification » supérieure à une autre. L'œuvre d'art côtoie l'image publicitaire. Toutes les images se valent, toutes sont au même niveau (elles sont « indifférenciées », l. 40).

Face à cette déqualification du statut de chaque image, l'itinéraire de l'individu est conduit par les stratégies de présentation de ces mêmes images. Certaines images sont mises en avant (il y a « requalification » de ce qui est déqualifié *a priori* par l'écran). L'individu est conduit à regarder telle ou telle image. Ce ne sont ni ses connaissances, ni ses désirs propres qui le mènent (l. 50). Son regard est orienté, le « choix est obligé », amenant chacun à voir la même chose (exemples de la fin du texte). Afin que ces images sortent du flot continu, il faut en souligner l'importance, ce que l'auteur nomme « surqualification » (l. 51). Par exemple, les médias disent ce qu'il faut voir.

Préparation à l'examen

La question de vocabulaire

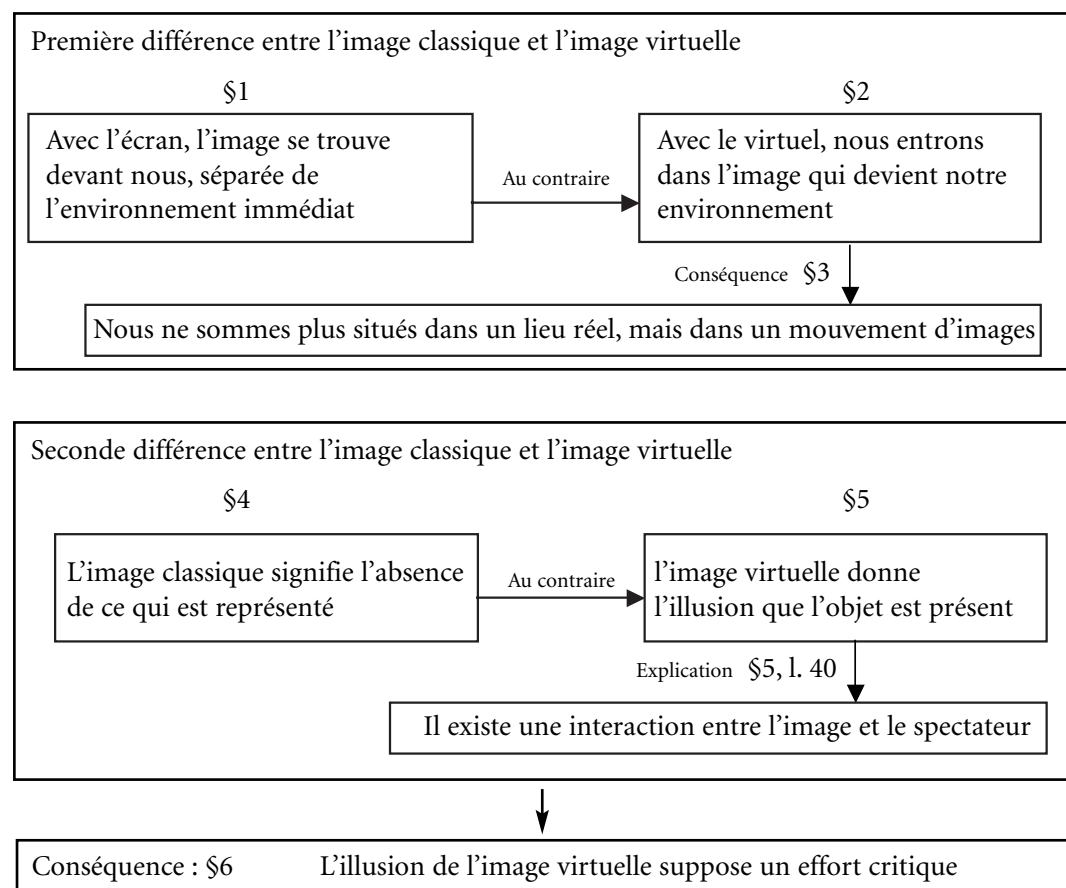
Dans ce texte, l'auteur insiste sur l'aspect matériel des images, c'est-à-dire sur leurs supports (l. 8), les vecteurs de leurs transmissions (par exemple, l'écran, l. 38). Autrement dit, une image n'est pas seulement une réalité sans matière, en deux dimensions ; elle est portée par un élément matériel. Que celui-ci soit une toile, un papier, un programme informatique, le support est indispensable à l'existence de l'image. Les conditions matérielles de production des images pèsent donc sur leur existence : elles dépendent d'une situation technique et économique. Si on prend l'exemple du cinéma, les pellicules des films ne se conservent pas éternellement (aspect technique) et la vie ou la mort d'un film dépend aussi de l'intérêt économique à le tourner (financement), à l'exploiter (nombre de copies, projection) et à le sauvegarder (transfert sur un support plus solide).

L'image virtuelle et le réel

(pages 20-21)

Réponses aux questions

1.



2.

	Image traditionnelle	Image virtuelle
Place de l'individu	Frontale, devant écran	Intérieure à l'image (illusion)
Nombre de dimensions	Deux	Trois (illusion)
Espace alentour	Dissimulé	Présent dans l'image (illusion)
Déplacement dans l'image	Impossible	Possible (illusion)
Fixité/mouvement	Fixité du spectateur	Spectateur en mouvement (illusion en partie)
Présence/absence de l'objet	Objet représenté absent	Objet représenté présent (illusion)

3. Contrairement à l'image traditionnelle qui n'est pas prise pour la réalité, l'image virtuelle permet à l'individu « d'entrer » dans une illusion (l. 8) et de communiquer (l. 41) avec celle-ci. Elle possède les caractéristiques sensibles du monde réel. Il peut donc exister une confusion entre le monde réel et le monde virtuel.

4. Le dernier paragraphe insiste sur la nécessité d'un rapport critique avec les images virtuelles en raison de leur aptitude à construire un monde illusoire. Afin de ne pas être trompé par celui-ci, il ne s'agit pas seulement d'opérer une critique classique de l'image (analyse de sa composition, de ses référents symboliques, de sa rhétorique...), mais de tenir compte des caractéristiques propres de l'image virtuelle (analyse des moyens techniques permettant de créer l'illusion, repérage de l'usage qui est fait dans notre monde de cette réalité virtuelle...). On peut penser par exemple à la vision « reconstruite » des instruments d'observation ou aux reconstitutions virtuelles des événements historiques.

Préparation à l'examen

La question de vocabulaire

En expliquant que « le virtuel devient un monde propre, à côté du monde réel », l'auteur souligne l'effet de vraisemblance provoqué par les images virtuelles. Celles-ci ne sont pas de simples représentations que nous prenons comme telles (devant nous et montrant une réalité absente), mais de véritables « mondes », en trois dimensions, dans lesquels nous pouvons évoluer et avec lesquels nous pouvons communiquer. La différence avec le monde réel n'est pas sensible et le monde virtuel apporte l'illusion du réel. Il se trouve donc à côté de la réalité et pour nous conduire à des confusions.

Entraînement

(pages 26-27)

Exercice 1

Lithographie : du grec *lithos*, « pierre » en grec. Reproduction par impression d'un texte, d'un dessin gravé sur une pierre de calcaire de grain très fin.

Sérigraphie : du latin *sericus*, « de soie » ; procédé en soie à l'origine, formé de mailles dont on laisse libres celles qui correspondent à l'image à imprimer.

Infographie : de *info*(rmatique) ; procédé de création d'image assistée par ordinateur ; image créée par cette technique. La presse utilise des infographies pour visualiser des informations. d'impression sur bois, verre etc., à l'aide d'un écran,

Photographie : du grec *phôtos*, « lumière » ; procédé technique permettant d'obtenir l'image d'un objet par l'action de la lumière sur une plaque sensible ; l'image ainsi obtenue.

Échographie : du grec *êkhô*, « son » ; méthode d'exploration médicale utilisant la réflexion des ultrasons par les structures organiques ; image ainsi obtenue.

Radiographie : du latin *radius*, « rayon » ; technique d'enregistrement photographique de la structure interne d'un corps traversé par des rayons X ; l'image ainsi obtenue.

Exercice 2

1. Icône : dans l'Église d'Orient, peinture religieuse exécutée sur un panneau de bois. Figure incarnant un stéréotype socioculturel.

Icone : signe qui ressemble à ce qu'il désigne, à son référent. En informatique, symbole graphique attaché à une fonction d'un logiciel.

2. Iconophile : néologisme qui signifie qui aime les icônes, les images saintes. Il est plus juste de dire « iconolâtre », qui est le vrai contraire d'« iconoclaste ».

Iconoclaste : partisan des empereurs byzantins qui s'opposèrent à l'adoration des images saintes (730, interdiction par l'empereur Léon III l'Isaurien). Par extension, toute personne qui s'oppose aux images. Au sens figuré le mot désigne quelqu'un qui cherche à faire disparaître les traditions.

3. Mots formés à l'aide du préfixe -icon (en grec *eikôn*, « image »).

Iconographie : 1. Étude des diverses représentations figurées d'un sujet. 2. Ensemble des illustrations d'une publication.

Iconographe : 1. Spécialiste de l'iconographie. 2. La personne chargée de l'iconographie dans l'édition.

Iconologie : 1. Art de représenter des figures allégoriques, avec leurs attributs. 2. Étude de la représentation en art.

Iconothèque : collection d'images classées.

Iconostase : dans les églises orthodoxes, cloison décorée d'icônes qui sépare la nef du sanctuaire où le prêtre officie.

Exercice 3

Fresque : 1. Procédé de peinture murale qui consiste à utiliser des couleurs délayées à l'eau sur un enduit de mortier frais. 2. Œuvre peinte d'après cette technique. 3. Par extension, vaste peinture murale. 4. Au sens figuré, vaste composition littéraire présentant un tableau d'ensemble d'une société, d'une époque, etc.

Enluminure : lettre peinte ou miniature ornant d'anciens manuscrits ou livres religieux.

Schéma : 1. Figure donnant une représentation simplifiée et fonctionnelle d'un objet, d'un mouvement, d'un processus. 2. Représentation figurée, souvent symbolique de réalités non perceptibles et de relations (exemple : le schéma du système politique français...)

Exercice 4

Sens du mot « représentation ».

Nous ne considérerons que les sens en relation avec le thème de l'image.

1. Le fait de rendre sensible (un objet absent, un concept) au moyen d'une figure, d'un signe.
Exemple : La représentation de la division se fait par le symbole (:).

2. Image, figure, signe qui représente, c'est-à-dire qui provoque l'apparition d'un objet au moyen d'un autre qui lui ressemble ou qui lui correspond.

Exemple : Cette représentation en trois dimensions grâce au dessin assisté par ordinateur est saisissante de vérité.

3. Le fait de présenter à quelqu'un les inconvénients de ses actes, adresser des remontrances. (usage vieilli).

Exemple : Il lui a fait ses représentations d'un ton sévère.

4. Conception (souvent erronée) qu'on a d'une réalité.

Exemple : S'ils veulent gagner du temps, les pédagogues doivent faire émerger les représentations des élèves avant de traiter une question.

5. Le fait de jouer une pièce de théâtre en public.

Exemple : Les comédiens vont donner deux représentations supplémentaires.

Exercice 5

Indice : signe apparent, qui indique avec probabilité. Par exemple, la fumée est l'indice du feu.

Symbole : 1. Ce qui représente autre chose en vertu d'une analogie. Par exemple la colombe est le symbole de la paix parce qu'elle est pacifique et douce. 2. Ce qui représente une chose en vertu d'une convention arbitraire. Les symboles algébriques ou chimiques appartiennent à cette catégorie. 3. Personne qui incarne de façon exemplaire, qui personnifie. Par exemple on peut dire qu'Astérix est le symbole de la résistance à l'envahisseur.

Signe : [1] 1. Chose perçue qui permet de conclure à l'existence d'une autre. Ainsi les nuages sont signes de pluie. 2. Ce qui permet de distinguer, de reconnaître, de caractériser. Un grain de beauté est un signe distinctif.

[2] 1. Mouvement conventionnel qui permet de transmettre une information. Ainsi faire un signe de tête, ou utiliser le langage des signes permet de communiquer. 2. Objet matériel simple qui, dans une société donnée, est pris par convention pour représenter une réalité complexe. Par exemple le signe (+) signifie addition, le S annonce un virage, le signe de ponctuation (!) signifie l'exclamation. 3. En linguistique, unité formée d'une partie sensible, le *signifiant*, et d'une partie abstraite, le *signifié*. Ainsi le son [si] a pour signifié l'expression de la condition ou de la supposition.

Référent : ce à quoi renvoie un signe linguistique.

Sémiologie : c'est la science qui étudie les systèmes de signes.

Exercice 6

Fascinait : ce verbe désigne le fait d'être soumis à une impression très profonde exercée par quelqu'un ou quelque chose, au point de ne pouvoir s'en détacher. Dans le texte, cela signifie que la contemplation de certaines photographies exerçait une très forte emprise sur l'esprit de Barthes.

Double conjonction : une conjonction est le fait de joindre. Une double conjonction est de fait de joindre deux fois, par conséquent. Dans le texte, cette expression signifie que dans la photographie la réalité et le passé se rejoignent de deux manières.

Contiguïté : le fait pour une chose de toucher à une autre. Dans le texte, cela veut dire que l'objet photographié a touché le papier argentique en l'impressionnant par l'intermédiaire des rayons de lumière.

Magie : la magie est l'art de produire par des procédés secrets des phénomènes qui paraissent inexplicables. Le passage signifie ici que le fait qu'il y a eu, dans le passé, ce phénomène de contiguïté entre un objet et une pellicule et que la photo actuelle est la trace de ce contact, est stupéfiant et mystérieux à la fois, comme dans la magie pratiquée par un illusionniste.

Fétichiste : le fétichisme est l'admiration sans réserve et exagérée d'une personne ou d'une chose. Le mot désigne aussi une perversion sexuelle : le plaisir est procuré par un objet habituellement dénué de signification érotique, comme des bottines, par exemple. Dans le texte, l'adjectif renvoie plutôt à la première signification.

Exercice 7

L'image de la femme dans la publicité est mystificatrice. Cela signifie que la manière dont on représente la femme dans la publicité induit volontairement en erreur et donc qu'elle est trompeuse, mensongère.

L'image verbale est une des sources de la poésie. Cette expression veut dire que les comparaisons, les métaphores sont un des moyens utilisés par la poésie.

La lecture suscite des images mentales. L'expression signifie que lire fait naître dans notre esprit des visions, des représentations de ce qui est évoqué par le livre.

L'image de marque de ce produit a été patiemment construite. La représentation qu'a le public du produit a été élaborée par une stratégie de communication.

Avec l'apparition de l'image virtuelle, la prudence s'impose. L'image virtuelle est artificielle, elle est créée par des pixels. Elle a l'apparence d'une photographie classique et joue sur cette ressemblance pour laisser penser qu'elle montre quelque chose ayant réellement existé. Ce produit de l'informatique ne doit pas être confondu avec quelque chose de réel ayant été photographié. Il faut donc s'en méfier.

Exercice 8

Caducée. C'est l'emblème des professions médicales et paramédicales. Le mot vient du grec *kerukeion*, « insigne de héraut ». C'était l'attribut de Mercure, constitué par une baguette entourée de deux serpents entrelacés et surmontée de deux courtes ailes. Le caducée des professions médicales n'a qu'un serpent.

Aux tendances narcissiques. Narcisse est un personnage mythologique qui s'éprit de lui-même et, se mirant dans l'eau pour jouir de son image, il fut changé en la fleur qui porte son nom. Cette expression signifie que cet individu s'admire lui-même.

Sosie. C'est le nom de l'esclave d'Amphitryon dont Mercure prend l'aspect. C'est donc une personne dont la ressemblance avec une autre est frappante.

L'habit ne fait pas le moine. Ce proverbe signifie qu'il ne faut pas juger sur l'apparence.

Exercice 9

Ressort émotif. Par allusion à la pièce mécanique, le mot ressort ici désigne ce qui cause, ce qui fait agir. Cela signifie que dans l'image le pouvoir de l'émotion est central.

Mettre en perspective. La perspective est l'art de représenter les objets sur une surface plane de la manière qu'on les perçoit dans la réalité, c'est-à-dire chacun à sa propre distance, en créant un effet de lointain. Mettre en perspective, c'est donc placer les faits les uns par rapport aux autres, de manière à faire sentir des lignes de force. Dans le passage, cela signifie que l'image permet de mieux situer les propos de l'historien dans la réalité qu'il veut saisir.

Saisir l'imaginaire d'un fait historique. L'imaginaire, c'est ce qui est sans réalité, qui n'existe que sous la forme de représentations, d'images mentales. L'expression signifie que l'image permet de restituer une réalité visuelle, aux représentations, aux images mentales suscitées par le récit du fait historique.

Exercice 10

Scène publique. L'expression est une métaphore. La scène est le lieu où se donne la représentation théâtrale. Elle signifie que l'homme et la femme d'aujourd'hui sont, du fait de l'influence de la publicité, des comédiens en représentation sous les yeux d'un public.

Décrivent, expliquent et prescrivent à la fois. Les images publicitaires ont une triple action : *décrire*, c'est-à-dire montrer, représenter les composants (les produits à consommer) de l'homme et de la femme actuelle ; *expliquer*, c'est-à-dire donner les informations qui permettent de les utiliser bien ; *prescrire*, c'est-à-dire ordonner, recommander expressément. Cela veut donc dire que la force normative des images publicitaires est très grande.

Les formes canoniques d'une époque. Le mot canon, qui vient du grec *kanôn*, « règle », signifie dans le langage religieux loi, règle, décret en matière de foi. Dans le langage courant, il signifie norme. Les formes canoniques sont celles qui sont conformes à la norme de l'époque.

Exercice 11

Charniers de Timisoara en Roumanie. Dans cette ville de Roumanie, les opposants au président Ceaucescu ont monté une manipulation des médias en faisant croire à l'existence d'un lieu où étaient entassés des cadavres (définition du mot charnier) de victimes de la répression policière. Cet épisode est devenu le symbole de la légèreté de certains journalistes prêts à diffuser des informations sans les vérifier.

Faction. Groupe ou parti se livrant une lutte pour le pouvoir.

« Une image vaut mille mots » : Cette phrase célèbre veut dire que l'image a une grande capacité d'expression. Elle joue sur l'antithèse une *versus* mille.

Média socialement reconnu. Un média est un moyen d'expression et de communication de masse : le cinéma, la télévision, le livre sont des médias. L'expression signifie que l'image (photo, télévision) est un moyen de communication qui jouit d'un grand prestige auprès du public.

Dimension cognitive. Le discours exerce trois types d'action : *cognitive*, ce qui veut dire qu'il permet de connaître, de comprendre comment on connaît ; *conceptuelle*, c'est-à-dire qu'il permet de remonter aux notions et aux concepts, aux représentations abstraites ; *judicative*, c'est-à-dire qu'il permet de juger (latin *judicare* « juger »).

Exercice 12

Imprimer aux esprits une orientation déterminée. Ici imprimer est employé au sens de laisser une empreinte profonde dans l'esprit. Il s'agit de donner une direction, en l'occurrence une manière d'agir, de penser. Le passage explique que l'image publicitaire a pour objectif de marquer profondément les esprits pour qu'ils réagissent dans le sens souhaité.

Sans ambages. l'expression signifie sans détours, sans précautions de langage inutiles. La publicité ne cache pas ses visées.

Un contrepoison providentiel. Le contrepoison est l'antidote qui empêche l'action délétère du poison. Providentiel signifie, inespéré, qui tombe à pic. L'art est le remède qui tombe à pic pour lutter contre le poison de la publicité.

Elle en est aussi le ferment. Un ferment est ce qui détermine un changement, qui le permet, le favorise. Dans ce passage, l'auteur explique que dans l'art l'image incite à la liberté car elle est unique et originale.

Tendre sa sensibilité. L'image est celle de la corde de l'arc, ou celle du ressort. Si elle est tendue, la sensibilité du spectateur de l'image est prête à vibrer, à dégager l'énergie nécessaire à la perception esthétique.

Situation BTS

(page 28)

1. Audiolâtrie (ligne 5) : le mot est un acronyme, mot formé de syllabes de mot différents, pour obtenir un néologisme ironique formé sur *idolâtrie* et *audiovisuel*. Il brocarde l'idolâtrie de la télévision.

Syntaxe (ligne 22) : la syntaxe est l'ensemble des règles qui président à l'ordre des mots et à la construction des phrases. Le passage signifie que l'image n'est pas capable d'un discours articulé, organisé, qui reste l'apanage du langage.

Ubiquité (ligne 32) : c'est la capacité à être présent en plusieurs lieux à la fois. La phrase signifie que les images de la télévision permettent d'être partout à la fois : sur le lieu de l'événement et chez soi.

Symbolisation (ligne 49) : c'est le fait d'utiliser des symboles. La phrase veut dire que la télévision supprime la représentation analogique, le système des signes qui représentent par analogie, comme une carte représente un territoire.

2. Le saisissement du direct (ligne 1). Le saisissement est l'impression brutale, d'une sensation, d'un sentiment, d'une émotion. On est « saisi », pris par cette brusque impression. Le direct à la télévision est le fait de filmer et de diffuser en même temps un événement. L'expression souligne donc la force des émotions suscitées par les événements diffusés en même temps qu'ils se déroulent.

La posture de l'icône byzantine (lignes 12-13). Les icônes de l'Église orthodoxe ne représentent que la moitié supérieure du corps de leurs personnages. L'expression est ironique : les présentateurs du journal télévisés sont assimilés à des personnages sacrés.

Le hors-champ des images (ligne 16). L'expression désigne ce qui est situé hors du champ de la caméra, ce qui n'est pas filmé par l'objectif. La phrase veut dire que le téléspectateur ne doit pas oublier la réalité, celle que ne met pas en scène la télévision, que les images ne montrent pas.

Nous avons remplacé l'idéologie d'antan par l'iconologie (lignes 24-25). L'idéologie d'antan : cela fait allusion aux idéologies qui ont divisé les peuples entre blocs antagonistes, à l'est le marxisme, à l'ouest le capitalisme. L'*iconologie* est un néologisme fabriqué par R. Debray, sur le modèle du mot *idéologie*. Il souligne ironiquement l'emprise de l'image sur les esprits. La phrase montre que le culte de l'image est aussi capable d'arbitraire, de réduction que n'importe quelle idéologie.

Un espace de présence (ligne 35). L'expression est à rapprocher de « espace de représentation », qui caractérise l'écran de cinéma. L'auteur rapproche le cinéma des arts traditionnels du spectacle, où il y a « représentation », c'est-à-dire symbolisation par l'utilisation de moyens tels que des acteurs qui jouent dans un décor. En revanche, le direct à la télévision fait comme

si cette dimension n'existait pas, il cherche à la gommer, à donner une illusion de présence instantanée, sans la médiation des éléments du spectacle, en particulier l'acceptation de conventions, la salle, le déplacement hors de chez soi, etc. En ce sens, la télévision est un espace sans distance, d'immédiateté et d'ubiquité, donc un espace de présence.

Le regard confond la carte et le territoire (ligne 46). Cette expression métaphorique est composée de deux éléments : la carte, c'est le système de signes qui symbolise la réalité du territoire. Elle transpose cette réalité selon des conventions graphiques. La télévision en direct produit aussi des images qui transposent la réalité, par un système conventionnel (un choix, un hors-champ). Confondre le « signe », l'image, avec la réalité, « la chose », le référent, c'est confondre la carte et le territoire.