A coche-pied

Autor(en): **Gavillet, André**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **24 (1987)**

Heft 877

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1019814

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Domaine Public 877
DP
J.A. 1000 Lausanne 1
Hebdomadaire romand
1 octobre 87
Vingt-quatrième année

A coche-pied

J'aime la photographie. Tout un pavillon du Comptoir de Lausanne lui était consacré. Thème choisi: le portrait. J'y déambulais.
Quelques panneaux explicatifs mettaient en perspective l'exposition et expliquaient au badaud que la photographie participe de notre modernité.
Une phrase a provoqué mon attention: "Désormais, on ne va plus comparer les images à la réalité, mais voir dans quelle mesure celle-ci se montre conforme aux photographies qu'on fait d'elle".
J'ai compris d'abord que cette formule était revendication pour la photographie de la dignité de l'art qui ajoute aux choses mêmes comme une marque indélébile. Il y a ainsi des ciels et des nuages que je ne puis dissocier de "leur" représentation dans certains tableaux de la Renaissance. Certains paysages d'avant-printemps (plaques de neige, prés ternes, chemins de boue noire et luisante) sont des "œuvres" post-impressionnistes. L'œuvre d'art précède alors le dévoilement de la réalité et permet, jouissant d'une sorte d'antériorité, de la "reconnaître".
Mais la modernité revendiquée par la phrase à panneau, c'est aussi, dans l'environnement d'aujourd'hui où l'image est omniprésente, tout autre chose.
L'image photographique ou filmée est la langue dominante qui véhicule l'information, le reportage, la publicité. Le monde ressemble de plus en plus à un magazine. Tout chef-d'œuvre, tout site prestigieux est connu avant d'avoir été vu, non pas grâce au Musée inaginaire dont parlait Malraux, mais grâce au catalogue du Grand Bazar de l'image. Et la conformité n'est plus celle d'une réalité révélée, mais celle de la mode suivie. Ressemblez-vous à l'image de la pub? Etes-vous conformes?
L'image, multipliable, agrandissable, transposable se prête à tous les mélanges des genres. En quelques pas, vous pénétrez dans un tombeau égyptien, reproduction parfaite en trois dimensions, excepté le sentiment du sacré qui échappe au simili, puis les conseillers fédéraux, en deux dimensions seulement, vous accueillent à domicile; vous saluez le portrait de quelques têtes mondialement connues, vous vous sentez complices d'autres qu'il vous arrive de croiser dans la rue; émotions devant ces visages d'enfants photographiés à Auschwitz...
Ce mélange n'a pas la force explosive du rire et des pleurs, de la vie et de la mort, du grotesque et du sublime. Au contraire, il déréalise par abolition du temps et de l'espace. Tout voisine tout, tout égale tout: c'est *Géo* ou *Photo* ou *Paris Match* ou *Jours de France*. La modernité, ça se feuillette.

J'aime la politique. J'avais participé à une séance de militants. Salle où il faisait chaud. L'après-séance, pour passer la soif. Discussion. Des candidats au National venaient de répondre par téléphone à un questionnaire. Quelque chose comme: "pensez-vous qu'a été atteinte la limite de prélèvements pour la sécurité sociale?" "Faut-il envisager d'autres restrictions du trafic automobile?" Le réflexe immédiat était de solliciter quelques précisions: prélever pour quoi faire? sous quelle forme? etc... Pas question de questionner le questionneur! Comme l'a expliqué le rédacteur en chef du journal qui patronne cette enquête: on attend un parler clair; pas de faux-fuyants où l'on invoque "les marécages de la complexité des dossiers". C'est oui ou non, ou rien. La communication moderne passe par là. Moderne, le réflexe de Pavlov: voici vingt mots-clés: lesquels vous contractent, lesquels vous font saliver?
La déréalisation et la codification sommaire (mettez une croix dans la bonne case!), le jeu d'images brassées et la politique à coche-pied, serait-ce là notre originalité présente? En douter, c'est prendre le risque de se faire coller une étiquette rétro. Mais certitude aussi que l'invention forte et créatrice d'aujourd'hui (si jamais elle émerge) sera rupture avec cette modernité-là.

AG