Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 53 (1973)
Heft: 3

Artikel: L'audio-visuel : mode de communication ou moyen de connaissance?
Autor: Schaeffer, Pierre
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-887429

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 07.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

PIERRE SCHAEFFER

L'audio-visuel : mode de communication ou moyen de connaissance ?

Deux novations ont bouleversé notre époque : des *modes d'expression* qui semblent renouveler l'emploi des sons et des images, susciter des arts nouveaux, postuler des langages, en fonction de technologies récentes et en constant développement ; des *systèmes de communication* issus à leur tour des techniques de diffusion contemporaines.

Ces deux phénomènes répondent ordinairement à deux dénominations assez confuses : « l'audio-visuel » (qui désigne davantage le mode d'expression et de perception) et « les mass-media » (qui impliquent non seulement le couple expression-diffusion, mais aussi celui de production-consommation).

On peut remarquer aussitôt que ces faits sont subis plutôt qu'élucidés. Le changement, à la fois insidieux et rapide, a reconditionné nombre de relations sociales sans qu'on cesse pour autant d'en chercher les références dans des modèles anachroniques. L'essentiel, aussitôt découvert, s'est dérobé sous les artifices d'un bricolage génial.

Peu importe en effet de savoir qui, de Nicéphore Niepce ou de William Talbot, de Thomas Edison ou de Charles Cros, a inventé la photographie et le phonographe. Peu importent les mérites concurrents des frères Lumières ou d'Edison (deux fois nommé) pour le cinématographe et des artisans de la musique concrète pour le montage sonore. Les querelles de priorité des inventeurs, les disputes d'école, la diversité des approches ont marqué un évènement historique : l'homme a désormais le pouvoir de fixer les empreintes sonores et visuelles d'évènements qui jusqu'alors ne laissaient que dans sa mémoire leurs traces incertaines. Il a réalisé, presque par inadvertance, ses rêves les plus impossibles : l'instant piégé, les « paroles gelées », les images vivantes du temps perdu. Seul, parmi les contemporains, Jean Cocteau a été assez attentif pour relier la merveille devenue triviale aux rêves des poètes et le phonographe à la fleur qui parle ; seul il a parlé du miroir comme il convient. En règle générale, rien ne nous surprend plus. Si la génération précédente pratiquait encore, avec la photo de famille, le culte des morts, nous nous sommes habitués à vivre parmi des morts qui chantent, dansent, jouent la comédie et perçoivent leurs pourcentages.

Nous insistons et ce n'est pas littérature : en devenant quotidienne, la magie a perdu son prestige, non ses vertus. Inaperçue, elle opère quand même. Dès qu'on pratique, volontairement ou non, la coupure du message, on se trouve investi de pouvoirs d'autant moins contrôlables qu'ils s'exercent sur d'immenses auditoires.

Car une seconde novation, concomitante, mais non liée nécessairement à la précédente, ajoute le pouvoir sur l'espace à la conquête du temps. Dans la course à l'invention, de Morse à Branly, de Chappe à Marconi, se produit un autre prodige : du manipulateur à fil au cohéreur hertzien, du signal point à point à l'onde omnidirectionnelle, la diffusion de masse se substitue aux relations directes et réciproques de personne à personne, de groupe à groupe. Ce n'est plus la mise en présence physique, à portée de voix, à mains nues, ni le signe linguistique, réduit à l'explicite par une élaboration millénaire. Ce sont désormais des *simulacres* qui voyagent à notre place, sujets-objets hybrides, compromis entre l'abstrait et le concret inconnus jusqu'alors. Cette présence simulée, similaire, impose un remaniement radical du champ de la communication d'une manière tellement immédiate que nous n'en percevons pas l'étrangeté. Les voies et les modes de communication se conjuguent désormais autrement : *le trajet se fait immatériel, le message se matérialise.*

***

En cinquante ans s'est donc accomplie une singulière « révolution culturelle » qui laisse les contemporains partagés entre l'étonnement et, déjà, l'habitude. Dans l'évolution ou, plutôt, la coexistence forcée des systèmes d'expression et de diffusion anciens et modernes, la nouveauté est mal perçue, par excès ou par défaut. On essaye de l'expliquer par référence au passé à moins qu'on n'imagine que le monde ancien vient de disparaître et que la civilisation est « en mutation ». Rien n'est aussi simple : d'un monde à l'autre, il y a glissement et superposition.

D'autre part, les faits de communication ne sont pris en compte que partiellement, par des compétences fragmentaires, sans aucun recoupement interdisciplinaire ni approche fondamentale. Même s'ils étaient visés par une investigation plus délibérée, resterait l'équivoque d'un savoir ressortissant à la fois aux arts et aux sciences, humaines ou exactes, ou encore d'un vouloir davantage engagé dans l'économie et la politique ou enfin d'une critique des relations qu'entretient la société avec sa propre image. Si la réflexion a pu d'abord se porter sur la brusque irruption de nouvelles technologies dans le mode même de l'expression (au point de bouleverser la musique peu d'années après que se soit créé un langage in-

connu nommé « cinéma »), il reste une autre réflexion complémentaire à entreprendre sur l' « industrie culturelle », puisque la technique du mode d'expression et du moyen de diffusion se superpose aux systèmes de communication traditionnels.

Ici, contrairement à ce qui s'est produit aux frontières de la physique, de la chimie et de la biologie, aucun échange utile n'a eu lieu entre les techniciens de l'équipement et les technocrates du développement, non plus qu'entre les artistes (ou artisans) du mode d'expression et les entrepreneurs responsables des systèmes de diffusion. Et l'on voit également réapparaître le clivage désastreux — qui existe aussi dans d'autres domaines — entre le savoir et l'action : le praticien de l'audio-visuel ne trouve pas plus de secours du côté de la sémiologie de l'image que le responsable en quête d'une politique de diffusion n'en trouve du côté des sociologues qui semblent presque uniquement soucieux de « l'étude des effets ». Ces derniers considèrent apparemment les mass-media comme un fléau naturel, une sorte d'épizootie sur laquelle ils renoncent à avoir prise ; quitte à récupérer, dans la pratique du marketing, le message sous forme de marchandise et la communication sous forme de consommation. Au moment où l'Université, découvrant enfin l'existence de la radiotélévision, commence à tenir sur elle un discours incertain, il est déjà trop tard : les entreprises (industrielles et commerciales) sont déjà prisonnières d'un déterminisme de la croissance qui les voue à produire toujours davantage, à diffuser toujours plus, engagées dans la poursuite d'un public toujours plus vaste qui conduit à l'uniformisation des messages, à l'abolition de toutes les différences significatives, à l'entropie.

***

L'étude de la communication s'impose ainsi comme celle du « reste » mis de côté par les sciences qu'on dit humaines. Mais, du même coup, elle apparaît comme un moyen d'éclairer autrement ces savoirs en rétablissant des relations rompues. Un tel développement sortirait du cadre de notre propos. Disons brièvement que les psychologues, les sociologues, les économistes et les philosophes auraient été sans doute plus portés à faire leur jonction si, à l'exemple de Jean Duvignaud ou de Fred Hoyle, ils avaient été plus souvent s'aventurer dans les studios et se compromettre dans le circuit des mass-media.

Si, pour notre part, nous nous plaignons d'avoir à recueillir, sur notre terrain de recherche, tant d'objets abandonnés, nous pouvons aussi tirer parti du désordre : ramasser des échantillons au lieu de tenter un inventaire, choisir notre itinéraire au lieu de quadriller le champ... C'est que nous sommes persuadés de faire œuvre utile en proposant des attitudes plutôt qu'un savoir, un art plutôt que des techniques, une méthode plutôt que des résultats.

Evitant tout a priori, nous avons donc multiplié les « expériences pour voir », comme disent les scientifiques. Et, par un retournement imprévu, nous avons ainsi découvert dans l'audio-visuel, si difficile à cerner comme objet d'étude, un instrument nouveau d'observation de l'homme.

La principale difficulté que rencontrent les sciences humaines ne tient pas tant, en effet, à leur manque « d'exactitude » qu'à des conditions d'expérience toujours « impures », les rapports entre l'observateur et l'observé affectant seulement les dehors de la neutralité scientifique. Pourquoi alors ne pas observer l'individu dans l'image qu'il donne si volontiers de lui sous la caméra, et la société telle qu'elle se donne en spectacle dans les étranges lucarnes ?

Si mal qu'on la connaisse, la télévision a du moins le mérite de stocker un peu partout dans le monde des milliers d'heures de « constats » qu'on pourrait analyser comme autant de documents anthropologiques. Encore faudrait-il apprendre non seulement à déchiffrer l'image, mais à en rendre compte autrement que par des commentaires qui passent le plus souvent de l'ignorance à la prétention.

Une de nos approches expérimentales consiste précisément à reprendre ces documents audio-visuels pour en tirer des extraits significatifs que nous combinons dans des montages qui répondent à telle ou telle intention de recherche sans pour autant réduire prématurément leur contenu à ce que peut en exprimer la parole.

L'exercice est double : pour les auteurs de ces « préparations », il consiste à apprendre à manipuler les images pour les soumettre à ce traitement délibéré ; pour les observateurs qui s'imposent de les déchiffrer en commun, à prendre conscience de leurs réactions, forcément subjectives, à l'incitation audio-visuelle.

Il faut avoir vécu ces expériences pour découvrir à quel point le mode de communication audio-visuel diffère de ce qu'on attend de lui : un impact immédiat du message, évident, accessible à tous, qui ferait de lui l'instrument idéal de la pédagogie, voire de la propagande. Que d'avatars imprévisibles, d'interprétations aberrantes ! Chacun a vu et entendu quelque chose de différent à moins que, négligeant hardiment le contenu, chacun ne parle en réalité que de soi.

Il est plus malaisé d'expérimenter sur le grand public. Le chercheur doit compter ici sur la complicité involontaire de producteurs bénévoles ou pervers. Contentons-nous de deux exemples :

Rompant le ron-ron de l'actualité, entre Cambodge et tiercé, l'une de nos vedettes de l'écran, prenant tout à coup visage humain, fait la quête (pour le Biafra ou contre le cancer). Les mairies sont prises d'assaut, les aumônes pleuvent, les bonnes volontés se mobilisent enfin. En faveur d'une bonne cause ? Sans doute, mais surtout en faveur d'une cause *personnalisée*.

Après l'appel qui arrache soudain le public à sa passivité, voici le piège : devant un billet de banque apparemment abandonné sur une table de café, la caméra cachée filme les hésitations d'un passant. Pis encore : postée aux abords d'un faux accident, elle filme les conducteurs qui poursuivent leur route sans s'arrêter, pressés d'atteindre, ailleurs, quelque « village global ».

De tels exemples mettent en évidence un *pouvoir de révélation* sans doute inquiétant, mais dont on admettra qu'il porte aux points névralgiques du comportement social, qu'il saisit à la fois expression et conduites, mobiles et situations.

En somme, l'appareil est à double sens. On n'a vu tout d'abord dans l'audio-visuel qu'un mode de communication et dans les mass-media qu'un ensemble de moyens de diffusion. Ouvert à toutes les interprétations, le message n'assure plus son rôle et la diffusion massive des messages bouleverse la culture qu'elle était censée propager. Mais, dans la mesure même où le mode et le moyen se dérobent à nos intentions, ils nous renseignent sur ce que nous sommes. C'est d'un retour inverse des rayons lumineux qu'il s'agit. Au simulacre et à l'évocation des ombres se substitue un autre rêve ancien : celui du « miroir qui jamais ne mentit ».