

**Eric Michaud**  
**L'image, matrice de l'histoire**  
**Cours-bloc SHC**

Les relations de l'art au politique sont assez généralement envisagées de deux manières tranchées et opposées : tantôt l'art est perçu comme étant soumis aux impératifs de la propagande dans les régimes dictatoriaux, ou bien aux impératifs d'un marché mondial assimilé depuis Adorno à l'ordre totalitaire ; tantôt l'art est au contraire perçu comme un vecteur de subversion capable de « changer le monde ». On préférera s'engager dans une voie moins manichéenne en tentant de montrer que ce pouvoir attribué aux images (notamment celles de l'art) n'est sans doute ni subversif ni conservateur, mais qu'il est d'abord l'héritier des conceptions chrétiennes du temps et du salut. On questionnera ainsi trois moments de la modernité européenne, des lendemains de la Révolution française à la Seconde Guerre mondiale, sans s'interdire néanmoins quelques excursions dans le passé plus récent.

**Cours publics**

**Lundi 5 octobre 2015, de 13h15 à 14h45 (Anthropole, salle 2097) :**

***L'image productrice d'avenir, de Saint-Simon à Charles Henry***

Le christianisme, religion du salut par l'image, s'est vu dépossédé au 19<sup>e</sup> siècle de sa capacité à donner un contenu spirituel à l'histoire. Le « nouveau christianisme » de Saint-Simon y remédie dès les années 1810-1820 en affirmant que l'âge d'or du genre humain n'est pas « derrière nous », mais « au-devant, dans la perfection de l'ordre social ». Dans ce grand transport du passé vers l'avenir, l'artiste devient le nouveau prêtre qui guide la société dans sa marche et instaure, par l'exemple et la puissance des images, le paradis sur terre. A la fin du 19<sup>e</sup> siècle, l'esthétique scientifique de Charles Henry développe un programme de régénération par l'art qui devrait, entre fouriérisme et anarchisme, assurer la régulation biologique rationnelle de l'être humain pour fonder une société enfin juste et harmonieuse.

**Lundi 9 novembre 2015, de 13h15 à 14h45 (Anthropole, salle 2097) :**

***De la naissance de la publicité aux « mythes sociaux » de Georges Sorel***

Le « mythe social » sorélien partage avec la publicité naissante la même obsession du passage efficace à l'action. Tandis que les nouvelles techniques publicitaires récusent dès les années 1900 l'argumentation logique au profit de la suggestion efficace, Sorel oppose à l'utopie, « construction démontable » et prêtant à la discussion, la puissance du mythe « irréfutable » de la grève générale. On avancera l'hypothèse selon laquelle mythe social révolutionnaire d'un côté et publicité de l'autre se sont fondés sur une même foi en la puissance *psycho-motrice* des images, quelle qu'en soit la nature, pour construire l'avenir.

**Lundi 23 novembre 2015, de 13h15 à 14h45 (Anthropole, salle 2097) :**

***L'image et la fabrique de l'Homme nouveau***

Un mythe s'enracinant autant dans la *Genèse* que dans la médecine hellénistique assure que l'image est capable de suspendre les lois de l'hérédité naturelle pour engendrer le nouveau. L'analyse de ce mythe conduira à prendre au sérieux les figures de l'« homme nouveau » (un terme emprunté au lexique du christianisme) qui sont au croisement de plusieurs grands projets politiques et artistiques du 20<sup>ème</sup> siècle, faisant de l'image le véhicule privilégié d'un passage de l'ancien au nouveau.