

RENCONTRES DE L'ÉCOLE DOCTORALE D'HISTOIRE  
DE L'UNIVERSITÉ PARIS 1 PANTHÉON-SORBONNE

Histoire et images

Le 21 mars 2020 ⇒ **Atelier reporté au samedi 29 mai 2021**

Amphithéâtre Turgot (17 rue de la Sorbonne, 75005 Paris)  
de 9h30 à 12h30

Coordinatrices : Mathilde KIENER et Victoria MARQUEZ FELDMAN

Introduction de Mathilde KIENER et Victoria MARQUEZ FELDMAN

Clémence PAILHA, *Les drogues médicinales mises en boîte et en images au XVIII<sup>e</sup> siècle. Du manuel marchand à l'imagier*

Au XVIII<sup>e</sup> siècle, le manuel marchand de Pierre Pomet (1658-1699), marchand-épiciier et droguiste parisien, n'a pas eu seulement une fonction d'information et de diffusion des connaissances à destination des marchands. Celui-ci fut en effet d'un grand secours pour la confection des images des boîtes médicinales de l'apothicairerie de l'Hôtel-Dieu-le-Comte de Troyes en 1704. Les gravures sur cuivre de l'*Histoire générale des drogues* comme le texte furent empruntés de façon plus ou moins fidèle par un peintre resté inconnu. Ces iconographies, désormais considérées comme des images savantes par l'historiographie, permettent d'explorer leurs usages réels, prévus ou attendus, comme leurs caractères fonctionnels et ornementaux dans l'espace de vente. L'examen de leur adéquation ou de leur dissonance au regard de l'original est riche d'informations et nous permet d'éviter de reléguer les images de ce manuel marchand au seul rang d'illustrations. À partir du renouvellement des travaux issus de l'histoire des sciences et des techniques, les images ne doivent plus être considérées par l'historien comme des matériaux isolés, mais comme des objets ayant pu circuler et changer de fonctionnalités au cours du temps. En tant que véhicule de connaissances, elles contribuent aussi à l'élaboration d'une culture visuelle originale au sein de l'apothicairerie. Il s'agit donc de mettre en perspective la pluralité et la complexité des images de l'*Histoire générale des drogues* de Pierre Pomet et d'interroger les multiples modalités d'observation de l'image par l'historien.

Francis MICKUS, *Le visage du roi*

Au cours de la bataille de Shrewsbury qui oppose une armée en insurrection au roi Henry IV d'Angleterre, le Prince de Galles reçoit un coup de flèche au visage. Bien qu'il ait fallu

plusieurs semaines pour le soigner, nous ne conservons presque aucune trace de cette cicatrice dans l'imagerie d'Henry V. La blessure disparaît du souvenir collectif. Les historiens contemporains proposent qu'Henry ait choisi un portrait de profil pour cacher la blessure. Il est difficile de savoir de quel côté il s'agit : les images que nous conservons montrent un visage sain quelle que soit la moitié mise en avant. Le règne d'Henry ne suit la portraiture moderne que de quelques décennies. En Angleterre cette technique, source possible d'idolâtrie, inquiète les esprits. La nouvelle dynastie a en outre bien des difficultés à asseoir sa légitimité et donc à faire valoir son autorité. Quelle est la volonté d'Henry, ou même des autres personnes qui par la suite souhaitent dépeindre le roi ? Montrer un roi blessé, n'est-ce pas montrer une monarchie vulnérable ?

**Anna Paola BELLINI, *De l'histoire de l'art à l'histoire à travers l'art. Le cas des dessinateurs clandestins des camps de concentration***

La mémoire vivante des camps de concentration nazis se perd avec la disparition progressive des témoins de première génération. De ce fait, l'image peut voir son rôle de témoignage renforcé. Parmi les images qui nous restent de l'expérience concentrationnaire, les dessins réalisés en cachette par les artistes déportés pendant leur période d'emprisonnement ont un poids exceptionnel en raison des intentions que ceux-ci ont pu y mettre. Dans cette communication nous souhaitons présenter quelques-unes de ces productions – dont certaines sont inédites – et nous questionner sur leur utilisation en tant que source. En partant de la définition d'image et de son lien avec la représentation, nous nous proposons tout d'abord d'expliquer ce qu'est un dessin. Ensuite, nous analyserons les dessins des camps, leur statut problématique entre document et œuvre d'art, et nous étudierons l'usage des images dans le domaine de l'histoire des camps de concentration. Pour conclure, nous nous demanderons comment exploiter les images pour construire une mémoire solide de l'expérience de la déportation.

**Victoria MARQUEZ FELDMAN, *Le catalogue d'exposition : une source possible pour l'histoire des relations internationales***

Quelles informations peut-on obtenir à travers l'analyse d'un catalogue d'exposition ? S'il est important d'analyser la diffusion culturelle à partir de multiples perspectives – éducation, politique internationale, droit de la culture, entre autres – les expositions d'art doivent aussi être envisagées comme une source permettant de comprendre le « non-dit », c'est-à-dire ce qui reste insaisissable dans un dessein d'action culturelle, qui se développe au niveau « officiel » mais qui a aussi des répercussions à un niveau plus large. Cette étude de cas se concentrera sur l'analyse des expositions promues par le service diplomatique français à l'étranger, pour essayer d'interpréter les significations du choix d'un ensemble d'œuvres d'art, en tant qu'éléments lisibles à partir de perspectives multiples. Pour analyser ces manifestations culturelles, nous pouvons établir plusieurs niveaux d'analyse : d'abord les images-œuvres d'art, puis l'image d'ensemble, pour arriver à l'image plus abstraite de la France, et essayer de saisir quelle est l'image de Nation que l'État veut transmettre avec ces expositions. Si l'histoire de l'art nous permet d'analyser les images dans leur particularité, l'analyse historique nous aide à les replacer dans un cadre plus ample, pour comprendre leur rôle dans la politique internationale de l'époque et les enjeux qu'elles comportent.

**Mathilde KIENER, *L'image publicitaire, une source paradoxale pour l'historien ? Le cas des méta-publicités dans les revues professionnelles de l'entre-deux-guerres***

Durant l'entre-deux-guerres, la publicité moderne se développe en France et se dote de revues spécialisées, dévolues à l'explicitation et à la légitimation de ses acteurs, de ses fonctions et de ses usages. L'utilité de l'illustration, en particulier dans le cas d'annonces publiées dans la presse, y est régulièrement remise en cause et ses moyens, qu'ils soient anciens (dessin, gravure) ou plus récents (photographie), âprement discutés. Ce n'est qu'à partir de 1929, par l'intermédiaire de numéros spéciaux et d'articles, que la presse publicitaire consacre la photographie comme nouveau « matériau publicitaire ». Les agences publicitaires, souvent éditrices de ces publications spécialisées, jouent un rôle prépondérant dans la diffusion de cette idée. Parallèlement, les agences produisent et diffusent des annonces pour promouvoir leur propre activité professionnelle. Ces annonces, ces méta-publicités, sont des images hétérogènes, à visée de manipulation, résultant de multiples étapes de mise en scène et de construction, dont les conditions exactes de production sont rarement connues. Pourtant, leur collecte systématique, la reconstitution et la comparaison de séries, montrant la prédominance du texte sur l'illustration, qui n'est que rarement photographique, renseignent sur la construction du champ publicitaire. Cette forte discordance entre discours et pratiques des agences révèle que la photographie, plus qu'une image d'un genre nouveau, est pour les publicitaires un argument de discours sur la modernité participant à la légitimation de leur champ professionnel.

**Conclusion de Sandrine VICTOR, Maître de conférences à l'Institut National Universitaire Champollion – Albi**