

Image fidèle

Le concept d'image fidèle, au cœur de l'ambivalence rhétorique / dialectique

Le concept d'image fidèle est ambivalent, au cœur d'un processus d'appropriation langagier rhétorique et dialectique, l'image fidèle est un terme particulièrement antonymique dans la mesure où image est un nom à connotation rhétorique et fidèle un adjectif traduisant la recherche de vérité.

L'idée d'image fidèle induit chez les interlocuteurs deux conceptions, « considérer que l'expression fait appel à des qualités externes à la comptabilité ou au contraire estimer que l'application des règles comptables doit permettre de donner une image fidèle de l'entreprise ». ¹

Afin de comprendre comment la syntaxe image fidèle peut être utilisée à des fins rhétoriques car comme le souligne Louis KLEE « l'image fidèle est fragile parce qu'elle est incomplète et manipulée », ² il importe d'en étudier le caractère étymologique, analogique, psychologique et philosophique.

I- Analyse étymologique du concept d'image fidèle

Image, au XI^{ème} siècle *imagine*, emprunt au latin *imaginem* accusatif de *imago* est un mot polysémique dont le sens premier est celui de « reproduction visuelle d'un objet réel », de « représentations graphiques ou sculptées ». L'emploi de **Image** dans le vocabulaire de la rhétorique apparaît au XIII^{ème} siècle, *Imago* suppose un radical *im*, d'origine obscure qui sert de base à imiter. **Image** au sens de symbole se développe à partir du XVI^{ème} siècle. Dès le XVII^{ème} siècle, **Image** devient un mot clé de la psychologie, qui désigne selon DESCARTES (1647) la reproduction mentale d'une perception ou d'une impression en l'absence de l'objet qui lui avait donné naissance. A partir du milieu du XVIII^{ème} siècle, **Image** s'oppose d'une part à la réalité et d'autre part au concept, à l'idée abstraite. Au sens de représentation mentale, le mot ne s'applique qu'aux images de la vue jusqu'à la fin du XIX^{ème} siècle puis il s'étend aux autres impressions sensorielles, image acoustique, signe chez Ferdinand de SAUSSURE (début XX^{ème}) pour signifier également aujourd'hui « représentations mentales produites par l'esprit ou l'imagination en rêve ou éveillé ». **Imagerie** dans un usage dialectique au XX^{ème} siècle se dit d'un ensemble d'images mentales, **imagée** s'emploie pour qui contient des images rhétoriques (1795). ³ L'évolution sémantique du mot image permet de comprendre le lent processus d'appropriation par les sciences humaines conférant à **Image** à la fois une connotation rhétorique d'opposition à la réalité pour représenter l'apparence et une dimension psychologique visant à restituer l'apparence.

¹ WALTON Pierre, *La comptabilité anglo-saxonne*, Repères La Découverte, octobre 1996, p.14

² article de KLEE Louis, COLASSE Bernard et alii, *Encyclopédie de Comptabilité, Contrôle de Gestion et Audit*, Economica, p. 785.

³ D'après REY Alain et alii, *Dictionnaire Historique de la langue française*, LE ROBERT, 2Tomes, janvier 2000, p.1067 et BAUMGARTNER Emmanuèle, MENARD Philippe, *Dictionnaire étymologique et historique de la langue française*, Encyclopédies d'aujourd'hui, Le livre de Poche, octobre 1996, pp. 398-399.

Fidèle adjectif et nom est une réfection savante (1533) de *fidel* (vers 980), *fedel*, *fedelis*, (1080) formes issues du latin classique *fidelis* « sur, loyal, solide ». De l'idée de loyauté, on passe à celle d'exactitude (1584), d'où à l'époque classique les emplois pour authentique (1661). Fidèle se dit, au début du XX^{ème} siècle d'un instrument de mesure dont les résultats ne sont pas altérés.⁴ A cet égard, la comptabilité apparaît bien comme l'instrument de mesure des comptes, par conséquent **Image fidèle** peut se traduire étymologiquement par apparence sincère.

II- Analyse analogique du concept d'image fidèle⁵

Tableau : Etude analogique de « image » et « fidèle »

	Dialectique	Rhétorique
Image	Représentation exacte d'un être ou d'une chose	Manière de rendre une idée plus sensible, ex : métaphore. Représentation dans l'esprit d'un être ou d'une chose. Image auditive, Image visuelle, Illusion, Icône, Allégorie, Parabole, Réputation.
Fidèle	Qui remplit ses engagements ; Tenir ses promesses, Conforme à un modèle, à la vérité, Foi, Confiance, Exact, Vrai, Authentique, Sincère, Durable, Constant, Sûr.	Qui manifeste un attachement constant.

⁴ D'après REY Alain et alii, op. cit, p.849, et BAUMGARTNER Emmanuèle, MENARD Philippe, op. cit, p. 324.

⁵ D'après NIOBEY Georges et alii, Dictionnaire analogique, Larousse France Loisirs, août 1999, p. 346 et 245.

III- Analyse psychologique et philosophique du concept d'image fidèle

Sur le plan psychologique,⁶ « **l'image** est un événement qui a pour vocation de restituer l'apparence figurative des objets ou des événements en dehors des conditions matérielles de réalisation du champ perceptif. »⁷ **L'image fidèle** correspond à la qualification de l'événement de clôture des comptes de fin d'année sans tenir compte de l'ensemble des données d'inventaire ou conditions matérielles.

A. PAIVO postule l'existence de deux formes de représentation mentale, appelées double codage interconnecté, les représentations imagées et les représentations verbales. Le système de représentations imagées est fondé sur l'expérience perceptive que l'individu a construite de son environnement. Le système verbal est fondé sur l'expérience linguistique.⁸ C'est la raison pour laquelle il semble intéressant d'étudier les manipulations langagières ou rhétoriques sans les déconnecter de leurs représentations imagées.

La structure de l'information présente dans **l'image** reste essentiellement fondée sur une sémantique de la ressemblance appelée également analogie. Le sujet explore mentalement l'image par un apprentissage perceptif, on retrouve le concept saussurien de signifié correspondant à l'image mentale suscitée par le signifiant.

Sur le plan philosophique,⁹ **l'image** est une représentation concrète construite par l'activité de l'esprit. Les **images** constituent des combinaisons nouvelles par leurs formes, sinon par leurs éléments qui résultent de l'imagination créatrice. Par analogie on peut sur le plan philosophique rapprocher l'image fidèle combinaison d'information pouvant résulter de la comptabilité créative. EGGER considère que **l'image** est une représentation interne du langage d'où l'intérêt de considérer comme une nécessité le principe de coopération de GRICE susceptible d'offrir aux locuteurs un sentiment de confiance et de sécurité dans la présentation des comptes.

Sur le plan psychologique, « la notion de **fidélité** détermine le degré de confiance que l'on peut accorder à la généralisation d'un résultat, aux résultats qui seraient obtenus à d'autres moments, avec d'autres items par d'autres examinateurs. »,¹⁰ également synonyme de constance, généralisabilité, psychométrie. A ce titre, on peut comparer la logique comptable avec l'interprétation psychologique, le principe de permanence des méthodes doit offrir une information standardisée, or les changements de méthode ou d'interprétations des normes sont de nature à faire périliter la qualité de **fidélité**. Quels que soient les auditeurs comptables, experts comptables et/ou commissaires aux comptes chargés de certifier les comptes, le résultat final doit être identique.

⁶ **L'image** fut historiquement écartée du champ de la psychologie scientifique par le courant béhavioriste et réinsérée dans les problématiques de la psychologie par le courant cognitif qui s'assigna de rendre compte des activités symboliques.

⁷ BLOCH Henriette et alii, *Grand dictionnaire de la psychologie*, Larousse, septembre 1999, p. 452.

⁸ D'après ibid, p. 452.

⁹ LALANDE André, *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Volume 1 : A-M, Quadrige / Presses Universitaires de France, juillet 1999, p. 465.

¹⁰ BLOCH Henriette et alii, op. cit., p. 370.

IV- Le concept d'**image fidèle** : « condition de vérité »

Selon Ludwig WITTGENSTEIN « les conditions de vérité déterminent la marge laissée aux faits par la proposition, (la proposition, **l'image**, le modèle sont au sens négatif comme un corps solide qui limite la liberté de mouvement des autres ; au sens positif comme l'espace limité par une substance solide et ou un corps aurait de la place).¹¹ WITTGENSTEIN poursuit en considérant que la proposition est une fonction de vérité des propositions élémentaires et les propositions élémentaires sont les arguments de vérité des propositions.¹²

Ainsi si l'on considère que la proposition **Image fidèle** est une fonction de vérité alors :

Les fonctions élémentaires peuvent être :

1. La régularité des comptes ;
2. La sincérité des comptes.

La vérité de la proposition résulte de la vérité de propositions élémentaires.

Si la proposition **Image fidèle** devient tautologique alors elle ne dit rien des propositions élémentaires et s'inscrit dans une logique rhétorique. La proposition **Image fidèle** devient tautologique à partir du moment où les fonctions élémentaires perdent leur caractère de vérité et informationnel. Les propositions élémentaires ne constituent que des suites de syntaxe élaborées pour biaiser la fonction de vérité.

Par contre si la proposition **Image fidèle** est la résultante réelle et justifiée des propositions élémentaires alors elle constitue une « raison de vérité¹³ ».

Le concept d'**Image fidèle** confère aux interlocuteurs l'opportunité de construire leurs discours vers la recherche d'une certaine vérité. Pour les sophistes il convient de la relativiser, *dixit* PROTAGORAS « telles m'apparaissent les choses, telles elles sont pour moi ». ¹⁴ L'erreur selon DESCARTES « ne résulte pas d'une imperfection de notre nature, mais de ce que notre volonté débordant notre entendement, nous pouvons affirmer ou nier sans savoir ». ¹⁵ Par conséquent l'article 2 alinéa 3 de la quatrième directive européenne : « Les comptes annuels doivent donner une **image fidèle** du patrimoine, de la situation financière, et des résultats de la société » illustre dans une certaine mesure cette ambiguïté sémantique car en fixant l'obligation de donner une image fidèle par le verbe devoir, il conditionne les locuteurs comptables chargés de l'établissement des comptes à donner une **image fidèle**, or si l'obligation de transparence demeure tout à fait justifiable elle ne tient pas compte de la nature pessimiste des protagonistes au discours, plus prompts à s'arranger avec la réalité.

¹¹ WITTGENSTEIN, op. cit, p.63.

¹² *Ibid*, p. 64-65.

¹³ *Ibid*, p. 68.

¹⁴ Extrait de *Cratyle*, Œuvres complètes, tome 1, Bibliothèque de la Pléiade, éditions Gallimard, 1950, cité par MORVILLE Marie-Reine, *Les grandes questions de la philo, Anthologie de textes, De l'Antiquité à nos jours*, MASONNEUVE & LAROSE, novembre 1998, p. 401.

¹⁵ DESCARTES René, *Méditations métaphysiques*, cité par MORVILLE Marie-Reine, op. cit, p. 415.

Pour Olivere WILLIAMSON, la genèse des coûts de transaction se réfère à deux hypothèses fondamentales :

1. la rationalité limitée ;
2. l'opportunisme.

L'hypothèse de rationalité limitée exposée par Herbert SIMON prend en compte le fait que les êtres humains ne cherchent pas une situation optimale mais satisfaisante, c'est notamment le cas lorsque **l'image fidèle** sans être intégralement manipulée est biaisée par des mécanismes de comptabilité créative comme les clauses d'*earn out*.

L'hypothèse de l'opportunisme considère « que les êtres humains ne vont pas d'eux-mêmes exécuter leurs promesses mais s'écarter de la lettre de l'accord lorsque cela convient à leurs objectifs ». ¹⁶ On retrouve à ce stade les distinctions opérées par ARISTOTE et reprises par LEIBNIZ « vérités de raison » et « vérités de fait » ¹⁷. **L'image fidèle** « vérité de raison » correspond à l'objectif initial potentiellement accessible mais rarement atteint, **l'image fidèle** « vérité de fait » est dépendante pour reprendre la réflexion de LEIBNIZ « d'une infinité de figures et de mouvements présents et passés, qui entrent dans la cause efficiente de mon écriture présente, et il y a une infinité de petites inclinations et dispositions de mon âme, présentes et passés, qui entrent dans la cause finale ». ¹⁸ William JAMES considère que les idées doivent être jugées vraies d'après leurs conséquences. ¹⁹ A ce titre c'est l'intentionnalité du locuteur qui guide l'auditeur vers la réception d'un message sans biais.

La qualification d'image fidèle repose sur un contrat de confiance entre interlocuteurs et s'inscrit dans la mémoire des locuteurs comme un label de qualité. La manipulation de l'image fidèle est de nature à entraîner des coûts de transaction. En effet, concept fort l'image fidèle est au cœur d'un principe de coopération puisqu'elle conditionne la qualité de l'information comptable distribuée, à savoir « la conformité aux référentiels, la neutralité la comparabilité, la fiabilité, la vérificabilité, la pertinence, la clarté, la flexibilité. » ²⁰

Les schémas qui suivent permettent de synthétiser :

- 1^e comment la manipulation de l'image fidèle est de nature à induire de nombreux biais dans la délivrance du message communicationnel en visualisant le périmètre communicationnel des protagonistes à l'échange, c'est-à-dire de l'ensemble des partenaires de l'entreprise qui peuvent être confrontés à une manipulation du concept d'image fidèle et
- 2^e en illustrant comment les conséquences de l'adoption d'une démarche rhétorique de la part des locuteurs vis-à-vis des partenaires de l'entreprise peuvent être de nature à générer de nombreuses externalités négatives.

¹⁶ WILLIAMSON OLIVERE, *Les institutions de l'économie*, InterEditions, mai 1994, p.350

¹⁷ LEIBNIZ Gottfried Wilhelm, *la Monadologie*, 1714, cité par MORVILLE Marie-Reine, op. cit, p. 418

¹⁸ MORVILLE Marie-Reine, op. cit, p. 42.

³² DUFILS Pierre, LOPATER Claude et alii, *Mémento Comptable*, Editions Francis Lefebvre, septembre 2000, p. 150.

Schéma n° 1 : Périmètre communicationnel des protagonistes à l'échange

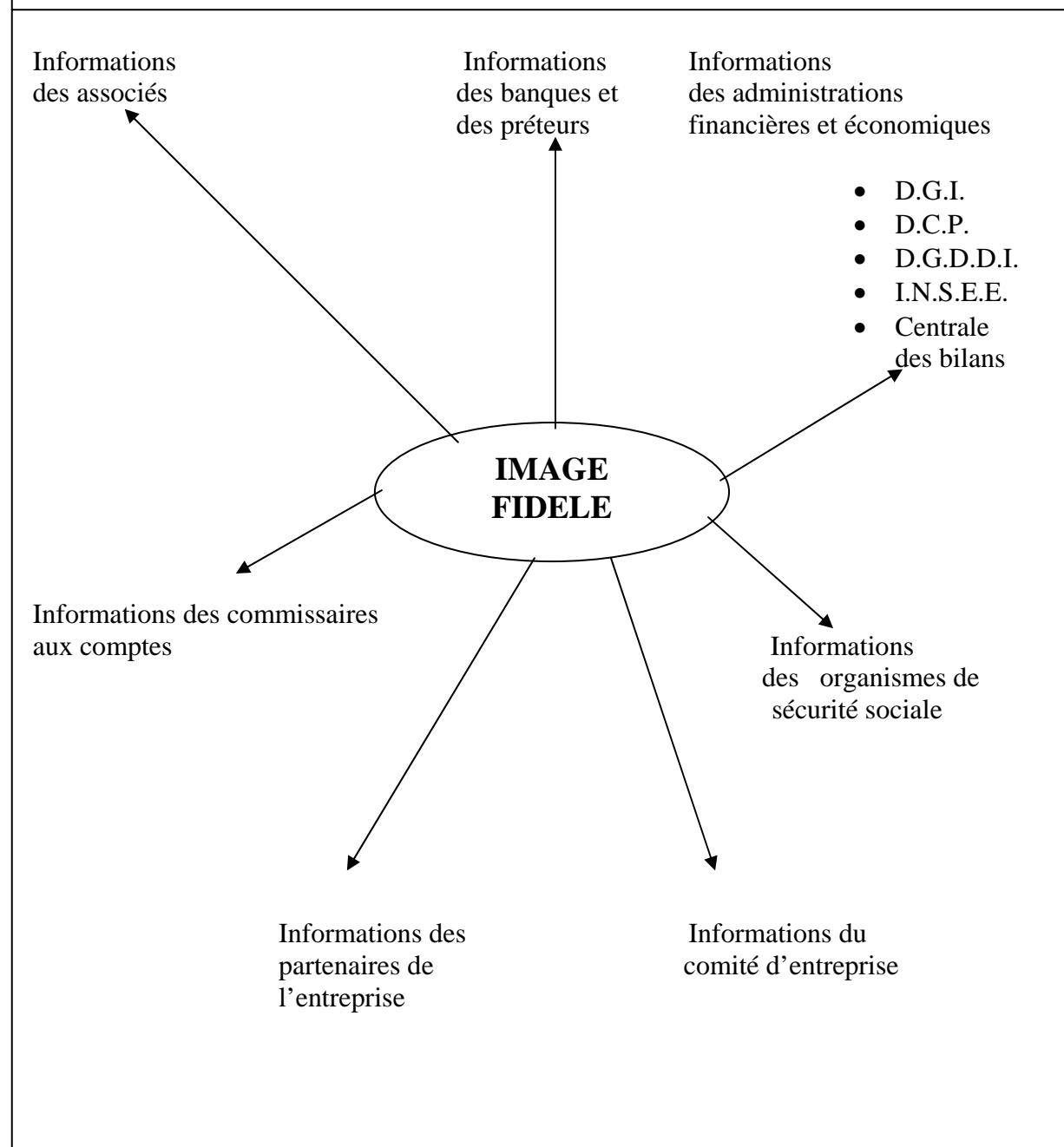


Schéma n° 2 : Conséquence de la démarche rhétorique des locuteurs vis-à-vis des partenaires de l'entreprise

