

3ème année le pouvoir de l'image le pouvoir de l'image

.....+.....+.....+.....+::

* image et mots:

- Une image vaut mille mots dit-on. elle est plus expressive. c'est un moyen d'expression incontournable.

Les dessins de nos humoristes en disent beaucoup plus et surtout beaucoup plus vite sur les sujets brûlants de l'actualité que les articles fouillés que nombre de lecteurs renoncent à lire in extenso. les caricaturistes frappent l'esprit par leur dimension caricaturale, moqueuse. ils mettent à nu les défauts et les vices de la société.

rien de plus expressifs que la caricature présentant les observateurs arabes en Syrie les yeux bandés .

- L'image a une force de conviction et de persuasion plus instantanée et plus directe que le langage verbal. Elle paraît pour beaucoup une preuve plus incontestable et plus fiable.

*l'image est une source d'épanouissement:

c'est :

Un moyen d'expression

Un moyen de communication

Un moyen d'éducation

Un moyen d'évasion

Un moyen de divertissement

L'image est destinée à plaire à son spectateur, à lui procurer des sensations spécifiques.

** l'image est trompeuse:

l'image cesse d'être un support fiable et immuable certains personnages n'hésitent pas de la truquer, de la falsifier, de l'utiliser à leur profit. Elle devient complexe et peut s'avérer dangereuse et trompeuse.

exp: la publicité induit en erreur celui qui la reçoit. on vante généralement des produits qui n'ont pas vraiment le pouvoir et les qualités données par les publicitaires. on voit souvent des produits esthétiques capables d'éliminer les rides, de rajeunir les femmes, de rendre les enfants actifs,mais ce n'est qu'une illusion.

* L'image est une représentation partielle, subjective et interprétée de la réalité. l'image n'est jamais vraiment la réalité.

exp: le tableau: ceci n'est pas une pipe. (voir livre), la pipe dessinée, n'est pas une pipe réelle puisqu'on ne peut pas la fumer.

Les 13 pouvoirs de l'image

1. L'image véhicule **l'émotion**
2. L'image est une **langue « universelle »**, accessible à tous
3. L'image est un **message** en soi
4. L'image **complète** un texte écrit
5. L'image participe à votre **storytelling** : raconter son histoire en image
6. L'image **simplifie, facilite** la compréhension (exemple : infographie)
7. L'image favorise la **mémorisation**
8. L'image est un **marqueur culturel** : censure, critères de beauté, signification des couleurs, etc.
9. L'image est **virale** : favorise le partage sur les réseaux sociaux et suscite plus de commentaires
10. L'image est « **S.E.O. friendly** » : augmente votre référencement naturel
11. L'image est une **composante identitaire** (de soi, de sa marque)
12. L'image stimule **l'imagination** : projection
13. L'image **dynamise** : support de présentation PowerPoint, film, animation

Les images médiatiques - L'image, une arme percutante

Agrandies, recadrées, détournées, les photos prennent différentes formes. D'après l'étude de Jacques Douël, " de tous les éléments qui composent le journal, elles (et les dessins) constituent les pôles d'attraction les plus puissants. Elles attirent autant et plus l'attention des lecteurs que ne le font les titres, et en tout cas significativement plus que les textes ". L'image est une arme percutante qui frappe l'imagination beaucoup plus que la lecture d'un article; on peut nuancer un texte tandis que la photographie est livrée brute et va droit au but. Le lecteur dira rarement qu'une chose est vraie puisqu'il l'a lue dans son journal, mais il n'aura aucun doute sur ce qu'il a vu dans ce même journal.

► L'image ne constitue pas un langage universel

Une idée trop couramment admise est que l'image peut être comprise de tous (...), quels que soient l'âge, le niveau culturel, la nationalité, l'origine ethnique, la langue. L'image serait donc ce langage universel permettant la grande fraternité (...) dans une compréhension mutuelle. Il n'en est hélas rien !

S'il est vrai que l'image franchit plus facilement que les mots la barrière des langues et que, pour cette raison, on l'emploie assez largement dans les lieux de rencontre internationaux (aéroports, grands hôtels, etc.), on doit constater que ce langage est à la fois très pauvre et très limité.

La principale difficulté vient d'abord du fait que l'image, réduite à elle seule, est pauvre en signification. " L'image pose plus de questions qu'elle ne donne de réponses : qui est représenté, dans quel lieu, dans quel contexte ? " écrit Daniel Grojnowski. " En somme, il lui manque la parole. Privée des mots qui la feraient signifier, elle montre sans rien dire. *L'enfant sage comme une image* est celui qui reste silencieux. "

Cette pauvreté, surtout lorsqu'il s'agit de photos, ouvre le champ à des significations diverses. Elle est polysémique et chacun peut l'interpréter à sa manière.

À ceci s'ajoutent les difficultés de compréhension venant des lecteurs eux-mêmes, en particulier :

- de l'habitude ou du manque d'habitude de lecture des images. Si nous avons appris à lire des textes, personne ne nous a jamais enseigné à déchiffrer les images (...);
- des traditions et des mœurs différentes des lecteurs, une diagonale allant de l'angle inférieur gauche à l'angle supérieur droit d'un rectangle évoque, pour l'Européen habitué à lire de gauche à droite, l'idée de montée, d'ascension; pour l'Arabe qui lit de droite à gauche, cette ligne signifiera descente; le blanc est pour nous synonyme de joie et signe de deuil pour les Asiatiques, etc.;
- du fait que chacun projette ses propres sentiments sur l'image, contribuant ainsi à la déformer et à en changer la signification.

* Le choix du plan, de la visée, du cadrage, le choix des images (fixes ou animées) ainsi que le montage sont subjectifs; ils révèlent l'opinion du journaliste ou du metteur en scène. ce choix peut être une manipulation des masses, on cherche à influencer le public en concentrant sur un aspect de l'information et non sur un autre. n'importe quel intellectuel peut se servir de l'appareil médiatique pour faire passer ses idées.

* De par le choix du cadrage et de l'éclairage, l'infographiste ou le photographe ne donne qu'une représentation souvent idéalisée à un moment bien précis.

* Image et réalité:

L'image peut être un témoignage, une caution de vérité. Elle a la valeur de preuve et peut ainsi servir à dénoncer, à sensibiliser, à transmettre un message. (exp d'images illustrant la guerre, la violence, la pauvreté, la famine...)

la photographie sert à mémoriser des instants de la vie.

les oeuvres de Vermeer, telles La jeune fille à la perle, représentant le portrait fidèle d'une jeune femme, sont des représentations fidèles de modèles, que ce soient des scènes entières ou des portraits.

* les dangers de l'image:

les images de 21eme Siècle sont bourrées de violence, des scènes terrifiantes, des réalités de vie que ne nous voulons même pas entendre parler. on reproche à l'image télévisuelle d'inciter les jeunes à la violence.

Ces images peuvent être dangereuses sur la psychologie des enfants même par les indications de limite comme (-11,-12..) Les enfants ne respectent pas ces limites. Tout le monde pense que les personnages dans l'image sont parfaits, donc le jeune l'imité aveuglement.

Par exemple : dans les films d'horreur ou de suicide si une âme sensible désespérée regarde ce film, elle pourra être provoqué par cette image et faire de même puisque dans le film le suicide est présenté comme un acte héroïque permettant de dormir en paix.

les films transmettent aux jeunes de mauvaises habitudes telles que le tabagisme, l'alcool, la violence...

* l'image, par ses jeux des couleurs hypnotise le téléspectateur et l'empêche de réfléchir.

Questions qu'on peut poser dans l'introduction ou la conclusion:

* l'image nous rapproche-t-elle de la réalité ?

* Dans quelle mesure peut on affirmer que l'image influe sur le spectateur ?

* l'image est-elle une apparence trompeuse?

* n'a y a-t-il pas d'autres moyens plus expressifs que l'image et capable de fournir aux hommes les 'informations qu'ils cherchent.

* L'image est-elle encore crédible ?

► Contrairement à l'idée reçue, l'image n'est pas objective

L'image photographique n'est pas et ne peut être objective pour plusieurs raisons :

- parce que, au départ et tout au long du processus de fabrication du journal, une série de choix forcément subjectifs vont intervenir :
 - choix du point de vue du photographe qui est sur le terrain et qui adopte tel angle plutôt que tel autre, ce cadrage-ci plutôt que celui-là, etc.;
 - choix d'une photographie parmi d'autres par le maquettiste ou le chef de pupitre;
 - choix d'un nouveau cadrage lors de la mise en pages, avec pour conséquences d'éliminer certaines informations et d'en mettre d'autres en valeur;
 - choix de l'aspect formel lors du tirage des épreuves. Certaines techniques dramatisent, d'autres adoucissent, enlaidissent ou flattent, etc. Lorsqu'il s'agit de photos en couleur, les rouges et les jaunes attirent la sympathie, les bleus et les verts l'inversent parce que la photographie est ambiguë, polysémique. On pourrait remplir un volume des exemples de photographies à qui l'on a fait dire n'importe quoi et souvent des choses absolument contradictoires dans les journaux d'opinions différentes;
- parce que, justement en fonction de cette polysémie, le texte qui accompagne le document peut en changer complètement le sens;
- enfin, parce que la mise en pages elle-même, alors qu'elle n'a aucune influence sur le texte, peut modifier la signification de la photographie. Que le discours du président de la République sur la situation économique et l'emploi soit composé (en tel ou tel caractère typographique....) et quel que soit l'article auquel il est juxtaposé et la page dans laquelle il figure, le contenu et la signification du discours n'en seront pas modifiés. Par contre, la photographie du même président prendra un sens différent selon qu'on va l'accoler à une photo représentant une queue de chômeurs devant un bureau de l'ANPE ou à une photo d'une entrée d'usine avec au premier plan des panneaux signalant des offres d'emploi.

C'est donc l'ensemble titre, texte et image qui, en fonction d'une mise en pages, va devenir signifiant et fournir le message global.

► Le cadrage des images dans la presse

Le premier stade de la préparation d'un document consiste à le cadrer. On devrait plutôt dire le recadrer, car il est évident qu'en déclenchant l'objectif le photographe a déjà procédé à un cadrage. Dans beaucoup de cas il aura lui-même modifié et rectifié ce cadrage lors des opérations de tirage du document. Bien souvent celui-ci sera utilisé par le chef de pupitre avec le cadrage original fourni par le photographe ou l'agence.

Toutefois ce dernier doit parfois procéder au recadrage des documents, c'est-à-dire déterminer la partie de la photographie qu'il retient pour être clichée, et les parties qu'il élimine. Cette opération de cadrage peut être nécessaire pour plusieurs raisons :

- La première, c'est de permettre une **différenciation**. En effet, le photographe a pris sa photo en ignorant l'utilisation exacte qui en sera faite et sans savoir ce que l'on voudra faire ressortir. Une photo d'agence est distribuée à des centaines d'exemplaires mais tous ses utilisateurs ne vont pas en avoir les mêmes besoins: l'un désirera plutôt un premier plan, alors que l'autre préférera conserver une certaine perspective; chacun cherchera à se différencier des autres pour éviter qu'un document absolument identique ne paraisse le même jour ou la même semaine dans plusieurs publications différentes et parfois concurrentes.
- Le cadrage permet aussi une **mise en valeur** de ce qui doit apparaître comme essentiel en fonction du but que l'on poursuit : donner en gros plan les traits d'un personnage ou faire connaître ceux qui l'accompagnent, ou encore situer le lieu où il évolue, etc.
- À l'inverse, le cadrage permet l'**élimination** de ce que Paul Almasy appelle " des bruits optiques qui gênent la bonne lisibilité de la photo en attirant inutilement l'attention du lecteur et en parasitant l'information ".
- Le cadrage permet enfin l'**adaptation** de l'illustration aux besoins de la mise en pages. Dans tel cas, on peut chercher une opposition entre une photo en hauteur et une photo en largeur, dans un autre, on voudra obtenir plusieurs clichés de dimensions identiques. Dans l'une ou l'autre de ces hypothèses, il sera donc nécessaire de cadrer les documents pour obtenir l'effet recherché.

NOTE : Nous présentons ici un texte extrait de : Antoine Paulus, *Langages médiatiques*, Dossier pédagogique, Centre audiovisuel de Liège, Liège, 2000, p. 17-18, 20-21, 26-28.

Comment l'image peut-elle nous asservir?

L'image peut nous asservir de plusieurs manières, notamment par la manipulation, la saturation visuelle et l'illusion du réel. Elle agit souvent sans que nous en ayons conscience, car elle mobilise l'émotion et court-circuite l'analyse rationnelle.

1. Manipulation et distorsion du réel

Les images sont souvent construites, sélectionnées et retouchées pour véhiculer un message précis. Elles peuvent masquer des éléments de la réalité ou en exagérer d'autres, nous conduisant à percevoir le monde d'une manière orientée, parfois sans nous en rendre compte.

2. Saturation et perte de recul

Nous vivons dans une société où les images nous bombardent sans cesse—publicités, réseaux sociaux, médias—au point que notre regard devient conditionné. À force de répétition, certaines idées s'imposent comme des vérités évidentes, sans être réellement questionnées.

3. Illusion et domination du visuel

L'image peut donner l'impression de la transparence et de l'immédiateté, mais cette apparente vérité est trompeuse. Dans l'ère du numérique, où les

L'usage que les jeunes font des écrans est-il sans dangers?

L'usage des écrans par les jeunes présente des bénéfices indéniables, mais aussi des risques qu'il est essentiel de comprendre. L'accès instantané à l'information, la stimulation cognitive via certains jeux éducatifs et la possibilité de créer et partager du contenu enrichissent leur développement. Cependant, l'omniprésence des écrans peut aussi engendrer des dangers.

Parmi les risques majeurs :

- **Altération du développement cognitif** : Une surexposition aux écrans, en particulier à des contenus passifs, peut limiter la capacité de concentration et affecter la mémoire.
- **Impact sur la santé mentale** : L'usage excessif des réseaux sociaux est parfois corrélé à une baisse de l'estime de soi et à une anxiété accrue.
- **Troubles du sommeil** : La lumière bleue des écrans perturbe le cycle circadien et peut nuire à la qualité du sommeil.
- **Dépendance et isolement** : L'addiction aux écrans réduit les