



« Décod'image » ou l'analyse de l'image pour l'EDD

Eva Saro responsable de projets

2 décembre 2014

Réseau romand EDD des acteurs extrascolaires

fondation images et société



Notre société de l'image

sans véritable éducation à l'image



Photo Olli Vilén

UNESCO - Déclaration de Grünwald sur l'éducation aux médias (1982)

*Nous vivons dans un monde où
les médias sont omniprésents...
si les raisons qui militent en
faveur d'une éducation aux
médias... sont dès maintenant
impérieuses, elles deviendront
irrésistibles dans l'avenir proche
(en raison des nouvelles
technologies).*

**Partout, chacun baigne
dans les images...**



fondation images et société



images, impact et enjeux

à tout âge

images médias, pub et santé

77% des enfants préfèrent les céréales promues à la télévision plutôt que celles ne bénéficiant d'aucune publicité.

95% des enfants préfèrent le « Coca-Cola » à un autre cola sans soutien publicitaire.

89% des publicités à destination des enfants portent sur des produits trop riches en graisse, sucre ou sel

*<http://www.obesipub.org>
de l'Union fédérale des consommateurs – Que choisir?*

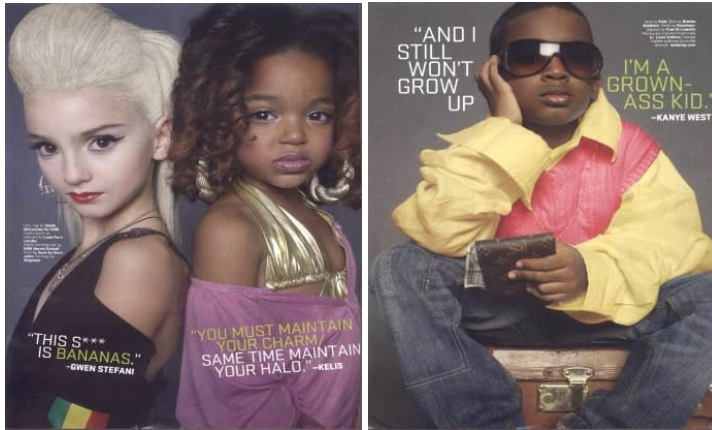


images médias et estime de soi

*Un idéal média trop éloigné de la réalité...
60% des jeunes sont insatisfaits de leur
apparence physique*

Etude de l'Organisation mondiale de la santé, 2010





Au 21^e siècle, savoir décoder les images est aussi important que savoir lire, écrire ou calculer.

**Mais comment décoder les images et
avec quels outils?**





fondation images et société

Savoir voir les stéréotypes

pour mieux choisir



Femmes et hommes des médias
quels codes?





Eve et Adam des médias en bref quel impact au quotidien?

EyeWatch - fondation images et société - Eva Saro
Savoir voir pour mieux choisir et oser sa diversité



Jouer au héros
pour les garçons

Pour les héros

Pour les fashion victims

lot de 2

40% de moins

29.-
au lieu de 49.-

Jeans Minikids, tailles:
92-98, lot de 2
Tailles: 104-121
33 - au lieu de 53 -
Tailles: 140-164
33 - au lieu de 59 -
Plusieurs coloris au choix
En action du 10.10 au
30.10.2006, dans la limite
des stocks disponibles

vente dans les grands supermarchés Coop et les Grands Magasins Coop City

Jouer à la mode
pour les filles

coop

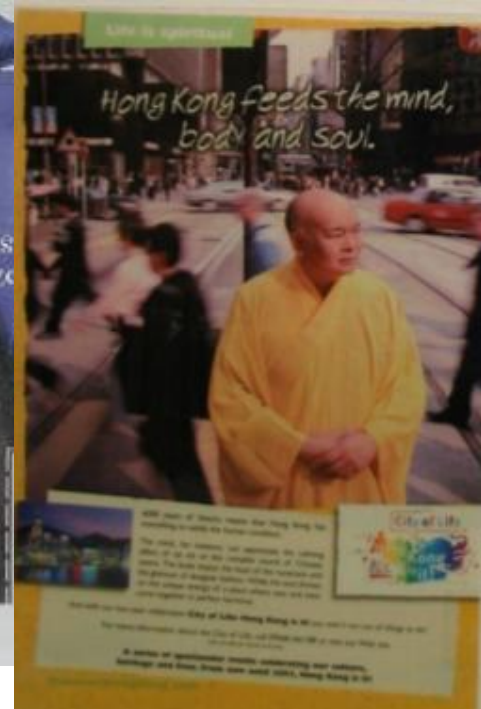
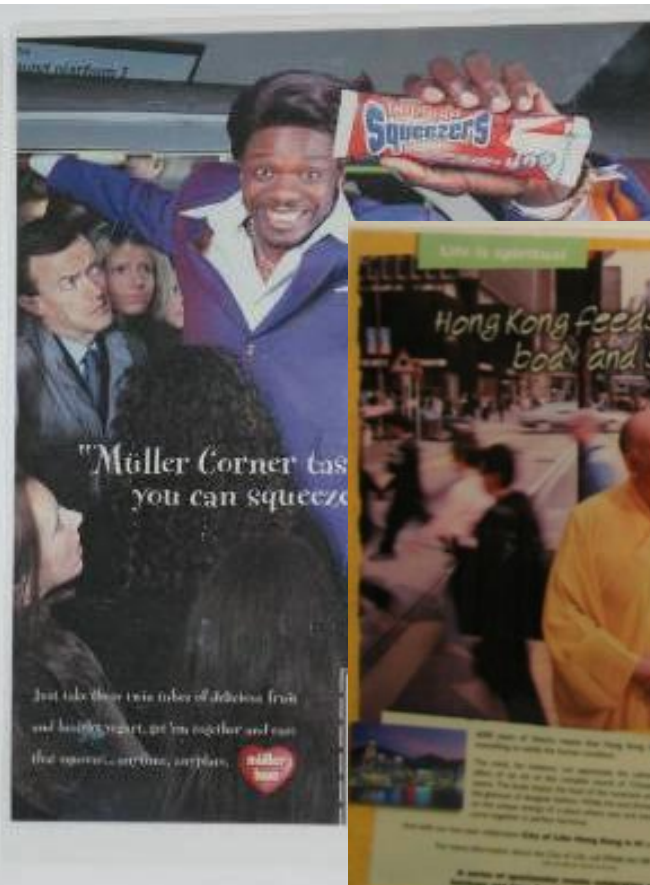
Pour moi et pour toi.

Dans les stéréotypes
dès l'enfance





Où sont les seniors?
Où sont les autres cultures?
Que nous disent ces absences?



Noirs des médias : clowns ou sportifs ?
 Asiatiques : moines ou stars des affaires...





Femmes? Sages ou sauvages
 Toujours séduire et paraître jeune



fondation images et société



La beauté par ordinateur

savoir (dans la tête) n'est pas voir



A photograph of Roger Federer in a grey suit jacket over a dark patterned shirt. He is looking off to the side with a slight smile. The background is a solid brown color. In the top right corner, the Jura logo is written in red, with "SWISS + MADE" underneath. Below the logo, the text "Sei einzigartig" is written in a white script font. Underneath that, in a smaller font, it says "Roger Federer, die Nummer 1 der Tennis-Weltrangliste". In the center, there is a small image of a Jura coffee machine with two cups of coffee. Below the machine, there is a block of German text: "Für Tennis-Champion Roger Federer ist es selbstverständlich, dass alles perfekt auf ihn abgestimmt ist. Auch der Kaffee seiner JURA IMPRESSA. Den genießt er am liebsten aus ganzen Bohnen, auf Knopfdruck frisch gemahlen und perfekt gebrüht als Espresso, Latte Macchiato, Cappuccino, Ristretto." At the bottom, it says "JURA Elektroapparate-VertriebsgesmbH Interpark Focus 1 - A-6832 Röthis - www.jura.com".

Une personne, deux réalités photo





Faut-il être clair de peau pour mieux séduire?





Habitués à des portraits retouchés,
comment oser notre diversité ?





fondation images et société

Savoir voir pour mieux être

influence des modèles médias sur nous

Reprise du tableau de G. Courbet
«Les baigneuses», 1853 pour une
publicité des produits de Roc

**Rondeur d'hier
honte d'aujourd'hui...**



Influence pub et marketing –
l'âge et la cellulite deviennent une maladie



FLUIDE GLACIAL

MAD MEN, THE OFFICE,
BREAKING BAD :
ON CONTINUE DE
FLINGUER LA TÉLÉ !
PENDANT CE TEMPS, LÉANDRI CRUCIFIE
SON OPÉRATEUR TÉLÉPHONIQUE.

N° 422 AOÛT 2011 - 3,90€
Amour et Bandes dessinées

M 01739 - 427 - F 3,90 €

EXCLUSIF : **DANS UN AN,
C'EST L'ÉTÉ !**



En atelier,
face à des modèles
masculins musclés,
les garçons
invoquent «photoshop»

Les filles rarement.
Pourquoi ?



fondation images et société



Les ateliers

«images et santé»

**savoir voir pour mieux choisir
et oser notre diversité**

Thèmes abordés

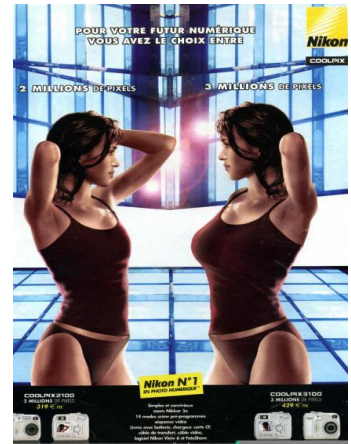


Stéréotypes de genre et de culture

Retouches en question



Beautés hier et aujourd'hui



Liens avec la santé



Modèles médias et **estime de soi**



Beauté, santé
et habitudes?



Quelle place pour **notre diversité?**



fondation images et société



Quelques principes de base

**pour le «décod'image»
des images fixes et des clips**

Etales de «décod'image»





- www.e-media.ch
Une fiche pour interroger la retouche disponible avec un exemple d'approche pour décoder l'image sur le même site, avec le dossier «manipub»
- www.imagesetsociete.org/FR/activites/sante.html
Une présentation «images et santé» sur le site de la fondation
Un questionnaire qui sert de pense-bête sur le même lien (fin du 4^e paragraphe du texte)

fondation images et société



Le «décod'image»

en soutien à divers thèmes et partenaires

Thèmes de collaboration sur l'EDD en Romandie

- Pub et consomm'ation (*écoles*)
- Mode, marques et nous (*pour enseignant.e.s*)
- Mode, production et consommation (*Déclaration de Berne et fondation images et société en école*)
- Environnement, pub, travail créatif et consommation durable (*Silviva et école*)

Et aussi

- Stéréotypes et estime de soi (*atelier pour jeunes immigré.e.s, envoyés par la Croix-rouge de Genève*)
- Clichés et violences (*Viol-Secours, ainsi que Stella Jegher d'Amnesty International Berne*)
- Racisme, sexisme et nous (*écoles, projet avec Education 21, DIP-Genève et BIE en préparation*)



Exercer le «décod'image»

Quelques options

1. **4 à 6 heures de formation** pour se familiariser avec des outils de décodage pratiques et versatiles
2. **Une intervention 60 à 90 minutes en classe avec ou sans suivi de formation** pour personne(s)-relais
3. **Co-création d'intervention**

Coût à établir selon le.s projet.s

Option de réunir les personnes intéressées pour partager les coûts d'une formation



Nos projets sont différents...

Photo de Uli Westphal



**Ensemble,
nos différentes compétences agissent plus fort**





**Pour des synergies «décod'image»
qui renforce votre projet**

Fondation images et société

Eva Saro

eva.saro@imagesetsociete.org

T. 076 310 34 55

**Expo-atelier au
100 rue de Carouge à Genève**

EyeWatch - fondation images et société - Eva Saro
savoir voir pour mieux choisir et oser notre diversité

