

Pourquoi s'exercer au "décod'image" à tout âge en 2025?

Un article qui nous invite à interroger nos regards conscients et inconscients sur le monde des images – en nous et autour de nous – à l'heure des écrans démultipliés.



Ateliers de «décod'image» à l'arcade EyeSmart

Au tournant du siècle, en Finlande, alors que les téléphones portables équipés d'un appareil photo n'étaient pas encore accessibles au grand public, plusieurs de mes étudiant·es testaient cette technologie sur des prototypes. Internet s'installait rapidement dans les foyers, et les premières plateformes d'e-learning émergeaient dans les universités, notamment en Scandinavie. C'est dans ce contexte de transformation numérique et de démultiplication accélérée des images que j'ai rejoint l'équipe de Minna Tarkka, au sein de son enseignement pionnier au Media Lab de l'University of Art and Design (UIAH) – aujourd'hui Aalto University, réputée pour son excellence en design, arts visuels et médias. Ce laboratoire pédagogique innovant, mettait l'accent sur les dimensions sociales et politiques des technologies, offrant un cadre idéal pour mener nos ateliers de «décod'image» visant à aiguïser nos regards. J'y sensibilisais les étudiant·es aux enjeux du monde visuel, en les invi-

tant à explorer les représentations pour découvrir les «corsets» culturels qui contraignent chacun·e de nous à notre insu. Ensemble, nous avons également détourné des affiches de rue et organisé des rencontres multigénérationnelles pour interroger le monde des images, ce que nous voyons – ou croyons voir. Les premières versions de notre site dédié au «voir malin» ont été cocrées avec ces élèves. Cette initiative, sélectionnée pour des présentations publiques à Paris et primée lors des Netdays européens consacrés à l'éducation visuelle, a depuis été prolongée par la Fondation images et société.

Leçons des premières «images mobiles» transmises par téléphone

À la charnière des années 1990 et 2000, que pouvions-nous imaginer des développements et des retombées des téléphones devenant des appareils photo

à diffusion immédiate? Un livre intitulé *Mobile Image** rappelle, en quatrième de couverture, les questions-clés que se posaient alors différents spécialistes au début d'une nouvelle ère du partage visuel: «Que ferais-tu si tu pouvais prendre des photos, les voir immédiatement sur écran, puis envoyer les meilleures à un·e ami·e en Australie dans la minute? Quels types d'images prendrais-tu? Lesquelles enverrais-tu? Inventerais-tu des histoires? Mettrais-tu des photos de tes ami·es sur Internet? Penses-tu que ta manière de photographier ou d'interagir avec les personnes avec qui tu échanges des images mobiles changerait?» Nokia Trends m'avait également invitée à partager mes réflexions sur les tendances émergentes liées à ce type de pratiques. Chaque technologie étant comme un couteau suisse à multiples tranchants, aux effets souvent imprévisibles, croiser les regards pour tenter d'en saisir les implications reste essentiel. Il importe aussi de poursuivre notre questionnement sur l'impact de ces évolutions, tant sur nous-mêmes et nos relations que sur nos sociétés.

Regard et pouvoir: que révèlent nos photos hier et aujourd'hui?

L'ampleur des bouleversements qu'allait provoquer l'option photo des téléphones portables a largement dépassé ce que nous avions pu pressentir ou prévoir. Néanmoins, la sociabilité créative et relationnelle d'un tel outil apparaissait comme un avantage. Le revers à mes yeux était que la démultiplication des images allait renforcer les modèles stéréotypés dominants, au détriment de la diversité des façons d'être. Cette tendance s'est déjà avérée dans l'histoire de la photographie, où on observe l'influence rapide des codes visuels du glamour hollywoodien dans les poses adoptées par les athlètes des premiers Jeux olympiques.

Face au flot constant de modèles surfaits et inatteignables, l'estime de soi des jeunes se dégrade

Quelles habitudes culturelles formatent nos regards?

Les tests menés en Finlande par différents groupes de garçons et de filles ont révélé d'importantes différences dans les regards et les attitudes adoptées lors du partage de photos. Les filles hésitaient à prendre des photos d'inconnus. Elles photographiaient leur petit ami dans diverses situations, de près ou de loin, en inventant toutes sortes d'histoires, et les messages étaient empreints d'affection. La tendance prédominante chez les garçons consistait à photographier des filles de leur entourage, parfois leur petite amie incluse, sans nécessairement solliciter leur consentement.

Les commentaires se concentraient sur l'apparence des filles, désignées comme des «cookies» désirables. Cette posture visuelle, révélatrice d'un regard objectifiant assimilable au male gaze, a suscité de nombreuses discussions. Mais il faut bien reconnaître la persistance et la puissance des regards genrés qui nous habitent encore. Où en sommes-nous aujourd'hui?

Reprendre le temps de regarder

À l'heure du «zap and scroll», nos regards sont captés par un flot d'images et de clips, souvent au détriment de notre attention à nos proches. Tristan Harris, ancien designer chez Google, rappelle que les technologies sont conçues par une armée de professionnel·es pour maximiser notre temps d'écran. Mais qu'apprenons-nous vraiment? Le potentiel pour s'informer et faire circuler des idées par Internet est immense. En même temps, face au flot constant de modèles surfacts et inatteignables, l'estime de soi des jeunes se dégrade, comme le montrent les études psychosociales – un constat que nous partageons sur le terrain, y compris chez des enfants dès 7 ou 8 ans qui, dans nos ateliers, disent à présent: «Je me trouve moche».

Interroger ce que nous voyons ou croyons voir

Alors, quelles ressources développer pour naviguer dans la «malbouffe visuelle», quand notre regard s'est accoutumé au glamour au point de trouver le naturel insipide? Par ailleurs, les lois seules ne suffiront pas à enrayer la cyberviolence sexuelle et sexiste, alors même que ces contenus génèrent un trafic massif alimen-

tant les revenus des grandes plateformes numériques. Et comment s'équiper pour consommer de manière plus réfléchie, lorsque nous subissons un marketing d'une précision redoutable? Beaucoup d'entre nous se sentent désorienté·es. C'est pourquoi la Fondation images et société, reconnue d'intérêt public, développe des activités de sensibilisation intergénérationnelles. L'enjeu: apprendre à questionner les images que nous consommons, celles que nous produisons, mais aussi celles que nous portons en nous. Voir plus clairement et plus consciemment – en nous et autour de nous – pour mieux nous connaître, devenir moins manipulables, et retrouver un véritable espace de choix.

Des «ratés» de pub à l'origine de notre expo didactique

Les activités de «décod'image» ont évolué au fil de collaborations avec des musées, des écoles et des programmes de santé. Quant à notre exposition didactique «Ève et Adam des médias», elle est née de «ratés» publicitaires chez deux géants des télécommunications, révélateurs d'habitudes visuelles rendant les professionnel·les du marketing et de la publicité aveugles aux clichés de genre et de culture. Ce contexte a conduit Eva Saro – aujourd'hui responsable de projet à la Fondation

images et société – à être invitée à animer plusieurs ateliers auprès de ces spécialistes de l'image, une démarche qui a ensuite été adaptée aux priorités des écoles, des maisons de quartier et des programmes de santé.

Pour «voir malin» aujourd'hui

Au cœur de notre démarche actuelle: des collections visuelles thématiques, un décryptage en quatre temps, des jeux en présentiel et en ligne, des ateliers mêlant exploration, création et jeu de rôle, des expositions itinérantes, ainsi que des conférences et des formations. L'objectif: renforcer les compétences médiatiques, permettre des choix éclairés, nourrir la confiance en soi et favoriser le dialogue intergénérationnel autour des images.

Eva Saro pour la
Fondation images et société

Contact

Espace EyeSmart de la Fondation
images et société
Rue de Carouge 100
1205 Genève

secretariat@imagesetsociete.org
<https://imagesetsociete.org>



Prenons le temps d'explorer les images qui nous entourent et nous habitent à notre insu.
Collages *Media Model* et *Skin Fiction*, créés par Eva Saro
au Musée national de Stockholm