

L'image du 3^e millénaire se crée et se regarde d'une façon totalement nouvelle

Par Luc Saint Hilaire
Chargé de cours à l'Université Laval

Depuis l'avènement du nouveau programme de formation de l'école québécoise, les enseignants spécialistes de l'image ont vu leur tâche se transformer. Dans une approche par compétences, ils doivent maintenant tenir compte de deux types d'images : l'image personnelle et l'image médiatique ou l'image d'expression et l'image de communication. Cette adaptation à la réalité des jeunes d'aujourd'hui, submergés par les images, s'avérait nécessaire.

L'AQÉSAP, qui a pour mission de soutenir et d'outiller les enseignants spécialistes, s'est donné comme mandat d'éclairer les enseignants sur le rôle de l'image dans la société. Dans cette optique, les propositions de M. Luc Saint-Hilaire s'avèrent éclairantes. À la fois théoricien et praticien, il s'est intéressé à la sémiologie de l'image en devenant l'assistant de cours du publicitaire Claude Cossette, en 1978. Il a poursuivi son enseignement et des travaux de recherche dans ce domaine tout en faisant carrière comme graphiste, concepteur-rédacteur, directeur de la création en agence de publicité et, enfin, conseiller indépendant en communication. Il est actuellement chargé de cours à l'Université Laval.

Françine Auger, Vice-présidente AQÉSAP

Les nouvelles réalités de l'image imposent de nombreuses remises en question. En premier lieu, il s'agit d'admettre que nous sommes des analphabètes de l'image. Nous parlons sans cesse de *belles images* sans pouvoir identifier des critères de beauté qui fassent l'unanimité. Nous produisons les images par milliards et nous ignorons comment faire une bonne image. Nous qualifions notre époque de civilisation de l'image bien que nous sachions à peine comment elle « fonctionne » vraiment. Il faut donc reconsidérer notre façon d'enseigner l'image.

UNE PÉDAGOGIE À RÉINVENTER

Nous devons d'abord distinguer les images d'*expression* et celles de *communication*. Par « expression », nous entendons le besoin de donner forme à ce que l'on ressent. Dans ce cas, l'image est un objectif. Sa *réalisation* est sa raison d'être. Par « communication », nous signifions la volonté de transmettre une idée. Dans ce cas, l'image est un moyen. Sa *compréhension* est sa raison d'être.

Or, qu'il soit question d'expression ou de communication, l'analphabétisme est le même. L'image d'expression est enseignée depuis des siècles en ne considérant que quelques aspects de sa réalité, presque uniquement ceux qui touchent à l'esthétisme. Quant à l'image de

communication, son enseignement est récent et encore encadré à tort par la tradition des beaux-arts. Ainsi, le constat est évident : à peu près tout reste à faire dans l'enseignement structuré de l'iconique - c'est-à-dire du code visuel - qui peut et qui doit être maîtrisé par la majorité au même titre que le code linguistique.

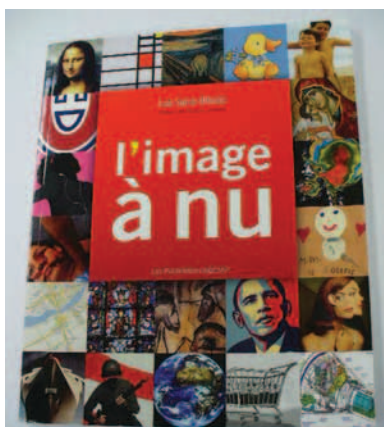
S'il est nécessaire de se questionner sur notre rapport à l'image sur les plans social, culturel, moral, éthique et même spirituel, nous devons aussi modifier l'enseignement de l'image. Tant qu'il relevait uniquement d'une vision artistique, le fossé entre l'école et la réalité allait en s'élargissant. Or, pour instaurer un enseignement fructueux de l'image, il suffit de comprendre le code iconique et les possibilités qu'il offre pour s'exprimer et pour communiquer. Avec cette nouvelle approche, les premiers gagnants seront les artistes de l'image - les visualistes-poètes - puisqu'ils redonneront à leurs créations un sens partagé par le public. Leur créativité s'imposera comme une valeur ajoutée, et non comme un processus hermétique.

N'est-ce pas là une vision stimulante? C'est celle que propose la sémiologie de l'image.



Courbet, *L'atelier du peintre* (1855) - Cette scène est typique du 2^e millénaire. Le créateur d'image est un personnage doté d'un talent particulier. Son œuvre transcende le quotidien et constitue un événement. (*Wow, il a réalisé une image!*)

Copines se photographiant avec un cellulaire - Cette scène illustre la nouvelle réalité de l'image en ce 3^e millénaire. C'est une personne ordinaire qui pose un geste banal du quotidien. (*Bof, elle a réalisé une image*)



Pour en connaître plus sur les multiples fonctions sans cesse renouvelées de l'image, les Publications AQÉSAP ont produit *L'image à nu*, de Luc Saint-Hilaire. Ce manuel s'adresse à tous ceux et celles qui se questionnent sur le rôle des images dans notre société mais aussi à toute personne qui désire mieux comprendre ce langage codé, autant en milieu scolaire que dans tous les aspects de son utilisation.

Visitez notre site : www.aquesap.org

