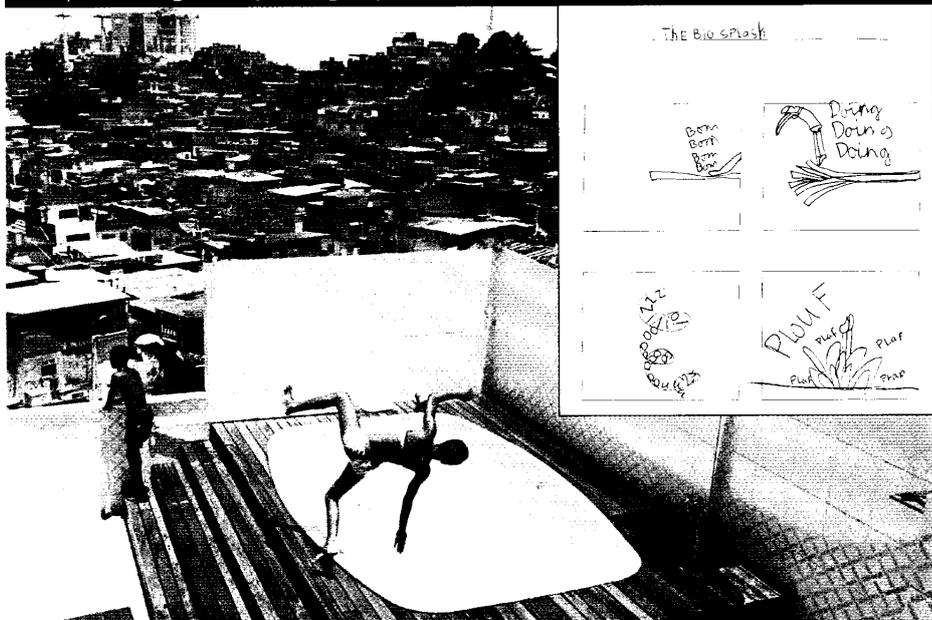


L'image est aussi un langage

Stagiaires dans des classes du degré primaire, des étudiants de la HEP Vaud ont pris part à la 8e Semaine des médias à l'école. A l'initiative de leurs formatrices, Anne Guibert de Castella et Mylène Ducrey Monnier, ils ont confronté leurs expériences dans le cadre du séminaire «L'image est aussi un langage».

Une photo d'agence, prolongée par une bande dessinée réalisée par un élève.



► Premier constat: les enfants identifient plus volontiers les «outils communicants» (télévision, téléphone, chaîne stéréo...) que les «médias». Même en 6e année, certains n'ont jamais ouvert un journal! Il y a donc un travail d'identification et de définition à faire. Sur certaines affiches publicitaires, par exemple, la présence des logos de sponsors jette le trouble : qui est donc le véritable émetteur du message? Identifier celui-ci (comme du reste le public cible) est un bon exercice! Quand on leur demande de commenter des publicités, les enfants se montrent volontiers critiques. «Ils ne sont pas dupes de la campagne des Nanos», lance une stagiaire. Mais, pour autant, ils peinent parfois à saisir les intentions cachées derrière la composition d'un visuel publicitaire. D'où l'importance de poser une grille d'analyse des images, rappelle un autre stagiaire: «Pourquoi un lapin? Pourquoi un pré vert? Pourquoi un ciel bleu?» Au-delà de l'analyse, la production de messages publicitaires peut donner lieu à un travail interdisciplinaire: les slogans rédigés dans le

cadre du français sont ensuite mis en images durant les heures d'arts visuels. A partir de dix photos de l'agence Keystone, un groupe d'enfants a réalisé de petites bandes dessinées sommaires (quatre cases), censées éclairer ce qui avait précédé la prise du cliché (et ce qui avait immédiatement suivi). Cet atelier BD n'était pas propre à la Semaine des médias, il se tient durant toute l'année. Quand on leur demande d'amener eux-mêmes des images plaisantes, tirées des médias, certains enfants se montrent très terre à terre: un gâteau d'anniversaire, des meubles de jardin... Pour dépasser le «j'aime/j'aime pas», il vaut la peine de procéder par étapes: d'abord inviter l'enfant à décrire ce qu'il voit (au premier plan, au second plan), puis à exprimer ce qu'il ressent («J'ai choisi cette image, parce que...»); «Ce que j'ai envie de dire en regardant cette image, c'est...».

Une stagiaire a profité de la présence en classe de l'ourson Moutakalin pour réaliser des podcasts destinés à être publiés sur le site Edunet. Ce fut l'occasion de sensibiliser les élèves aux

modalités de l'interview. Et même de les motiver en révisant la forme interrogative: «En gagnant un public, les enfants ont le désir de bien faire.» D'autres enfants ont été invités à rédiger des légendes explicatives à propos de leurs photos du camp de ski et à comparer leur valorisation par deux mises en page différentes. L'occasion d'exercer au passage l'usage du clavier et de la clé USB. Une classe s'est ingéniée à écrire de brèves histoires à partir de pictogrammes extraits de la vie courante. Constat: les enfants de 1re-2e année plongés dans l'inaction sont très vite dissipés. Il faut qu'ils aient constamment quelque chose à manipuler. Des activités individuelles sont aussi à prévoir pour les plus grands, lorsqu'ils ne sont pas concernés par l'usage d'un logiciel qui mobilise toute l'attention de l'enseignant!

Enfin, inviter les élèves à écrire des légendes différentes au sujet de photos de presse identiques peut aboutir à un résultat bénéfique: «Le respect des opinions d'autrui est un objectif difficile à atteindre», observe une stagiaire. ●