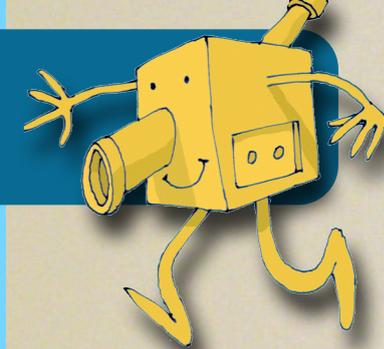


PROJET ÉDUCATIF d'ADEFVidéo



D'une façon générale, notre action éducative a pour enjeux l'acquisition ou le renforcement **de savoirs, de savoirs faire et de savoirs être** face aux images et aux médias audiovisuels.

Notre projet éducatif guide nos actions et la conception de nos outils pédagogiques. Nos objectifs évoluent régulièrement en fonction de nos expériences, de nos réflexions, de nos prises de conscience pour une éducation aux médias pertinente et éclairée. Ces objectifs éducatifs sont donc régulièrement complétés, reformulés et mieux expliqués. N'hésitez pas à nous donner votre avis sur ce document, à nous suggérer des précisions, de meilleures formulations, d'autres objectifs, etc.

La lecture, la connaissance et la compréhension de nos objectifs éducatifs sont particulièrement souhaitables pour tout établissement, collectivité et personne désirant entreprendre des activités avec notre association. Cette démarche préalable renforce le sens donné aux activités, leur apporte un plus grand intérêt et encourage une pédagogie adaptée.

5 objectifs généraux (déclinés les pages suivantes)

1 ► prendre plaisir à jouer, à comprendre, à apprendre, avec les images et les médias audiovisuels

2 ► acquérir une attitude autonome et responsable face à son environnement médiatique

3 ► développer ses capacités à bien s'informer

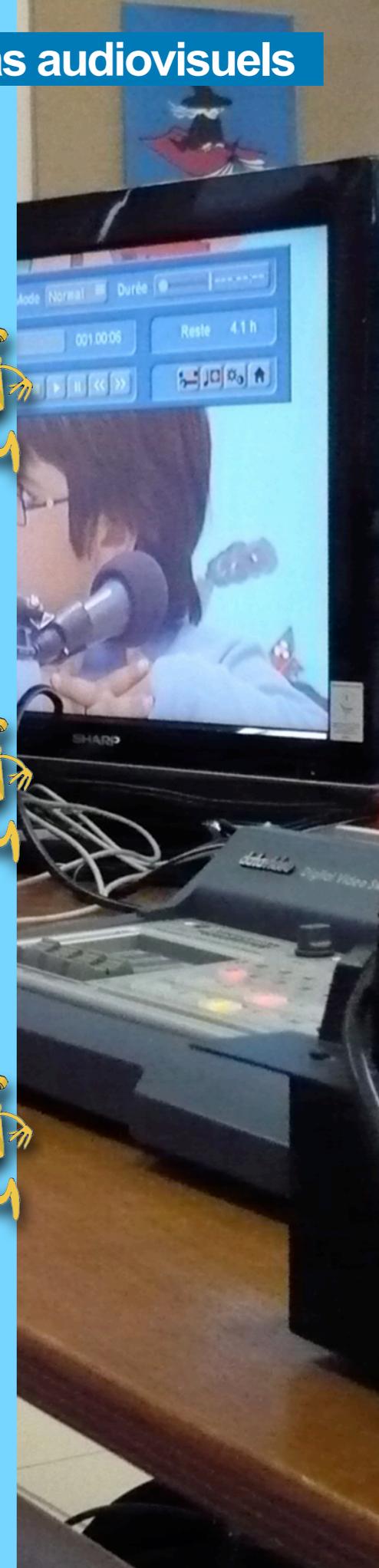
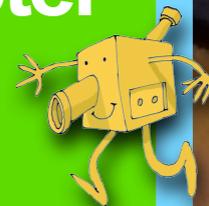
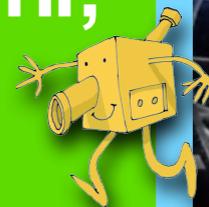
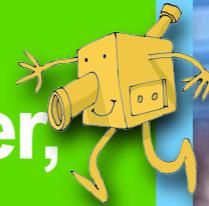
4 ► développer ses capacités à s'exprimer, à communiquer, à informer

5 ► découvrir et vivre les arts audiovisuels, découvrir et vivre la culture et les cultures

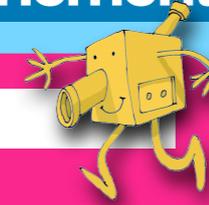


Les 3 priorités données
à nos activités

- savoir créer et utiliser des images, des sons et des réalisations audiovisuelles; savoir les découper, les associer, les transformer, etc.
- savoir trouver du plaisir et des bénéfices à découvrir, choisir, commenter, analyser, diffuser, partager des images, des sons et des réalisations audiovisuelles ;
- savoir trouver du plaisir et des bénéfices à décrypter les médias, à appréhender leur intelligence, à la dépasser et à s'en prémunir.



des notions fondamentales à savoir et à garder à l'esprit face à toute réalisation audiovisuelle



► une image n'est jamais le reflet exact de la réalité, mais **une représentation** d'une relative réalité. Cette représentation est toujours partielle (plus ou moins incomplète) et toujours partielle (avec plus ou moins de parti pris).

► qu'elle soit photographique ou filmée, une image est le résultat d'**une construction**. Elle est le résultat de choix et de motivations d'une ou plusieurs personnes (producteurs, réalisateurs, chefs-opérateurs, monteurs, reporters, rédacteurs en chef, photographes, etc.). Le plus souvent, un individu voulant réaliser une image dispose effectivement de multiples possibilités créatives et techniques. Il doit donc procéder à **des choix**, par exemple un certain cadrage, un certain angle, une certaine distance, une certain effet... Ces choix sont guidés par **des motivations**, des objectifs, par exemple :

- informer et agir sur l'opinion : prouver, convaincre, alerter, dénoncer, sensibiliser...
- donner une info la plus objective possible ou au contraire une info modifiée, voire fausse, pour servir certains intérêts ;
- transmettre une émotion : choquer, étonner, effrayer, amuser, émouvoir, séduire, exciter, rassurer...
- s'adresser au plus grand nombre, vouloir faire un maximum d'audience, ou viser plutôt un public en particulier
- encourager la consommation de certains produits, gagner le maximum d'argent ! Etc.

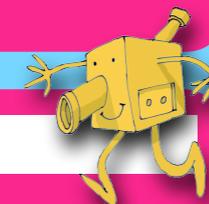
La façon de construire une image reste cependant plus ou moins consciente, et peut même parfois être inconsciente, du fait par exemple d'un effet de formatage, de répétition, de modes, d'automatismes techniques, etc.

► la réalisation d'une image est conditionnée par de **multiples contraintes et limites** (techniques, morales, culturelles, politiques, économiques, légales, d'espace, de temps, de sécurité, etc.) ;

► les images ont **un fort pouvoir de captation de l'attention, de suggestion et de persuasion**. Ces pouvoirs sont le plus souvent renforcés quand l'image est associée à des mots, à des sons, à des musiques, à des textes...

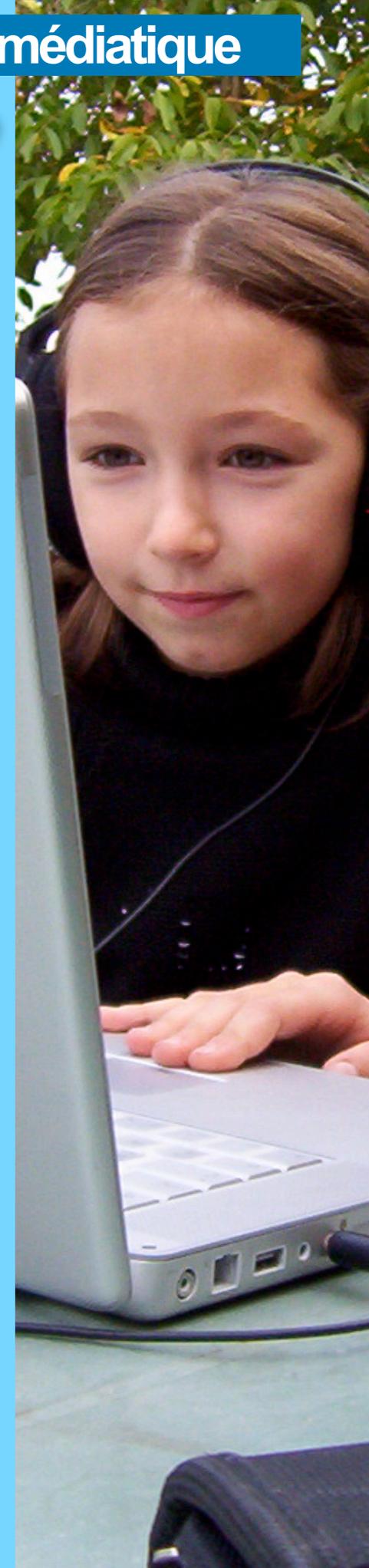
► savoir attacher de l'importance à la bande sonore dans une réalisation audiovisuelle (commentaire, bruitage, musique, dialogue, silence) et du rapport image et son (les différentes fonctions du son, sa puissance d'évocation, son rôle au niveau du sens ou simple «remplissage» sonore). Savoir les notions d'ancrage entre les images et les sons, de redondance, de discordance, etc.

les moyens de productions



► savoir à qui appartiennent les médias (notamment les principales sociétés de production), savoir les différences entre médias publics et médias privés, connaître l'existence de grands groupes médias, savoir les intérêts de ces groupes ;

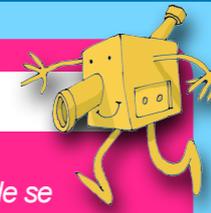
► savoir et garder à l'esprit comment s'organisent et fonctionnent les grands médias audiovisuels (aspects humains, financiers, technologiques). Savoir le type d'activités professionnelles qu'ils impliquent (métiers), le type de compétences et de qualifications qu'ils réclament (formations) ...



2 ► acquérir une attitude autonome et responsable face à son environnement médiatique

le rôle, le pouvoir, les enjeux et les objectifs des médias

remarque : si nous nous intéressons surtout aux médias auxquels nous sommes les plus exposés, il reste cependant nécessaire, à l'ère de la mondialisation et du web, de se questionner et d'aiguiser notre regard sur les médias à l'échelle mondiale.



► savoir et garder à l'esprit le rôle, le pouvoir, les enjeux et les objectifs des médias dans les sociétés (aspects pratiques, culturels, économiques, politiques, idéologiques, éducatifs...) dont notamment leurs effets, leurs influences sur notre représentation du monde, sur nos valeurs, sur nos modes de vie, avoir une idée approximative du type d'audience, etc.

► savoir ce que les médias, dans le meilleur des cas, apportent d'avantageux, d'utile et de positif à nos vies et aux sociétés (droit et liberté d'expression, droit à l'information et au savoir, droit à la culture, au divertissement et au repos, dénonciation des injustices, appel à la solidarité, prévention, etc.) ;

► savoir les inconvénients des médias, leurs aspects nocifs, dangereux (propagande, manipulation, publicité trop envahissante, addiction, déviance pour des raisons idéologiques, économiques...)

► savoir les raisons pour lesquelles les chaînes (privées comme publiques) cherchent à faire toujours plus d'audience et leurs conséquences : programmes souvent vulgaires, racoleurs, futiles, consensuels, mièvres, répétitifs, jouant sur les instincts les plus primaires et les plus vils des téléspectateurs, rareté et programmation tardive des émissions culturelles et artistiques plus exigeantes, rareté des émissions éducatives pour la jeunesse, etc.

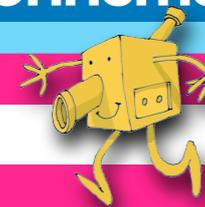
► savoir ce à quoi de nombreux médias donnent régulièrement de l'importance : sensationnalisme et spectacle, violence, insécurité et répression policière, argent et consommation de biens et de services, confort matériel et luxure, célébrité, apparence physique et sexe ...

► savoir les valeurs idéologiques suggérées le plus souvent par de nombreux médias audiovisuels (argent, confort matériel, consommation, pouvoir, violence, compétition, etc.) ; savoir que ces valeurs servent les intérêts idéologiques et financiers de ceux qui les produisent, les réalisent et les diffusent, mais aussi les intérêts des entreprises qui tentent de vendre leurs produits par la publicité ;

► savoir que nous sommes «recherchés/ciblés» par les médias comme destinataires de messages parfois spécialement conçus pour produire des effets cognitifs, affectifs et comportementaux.

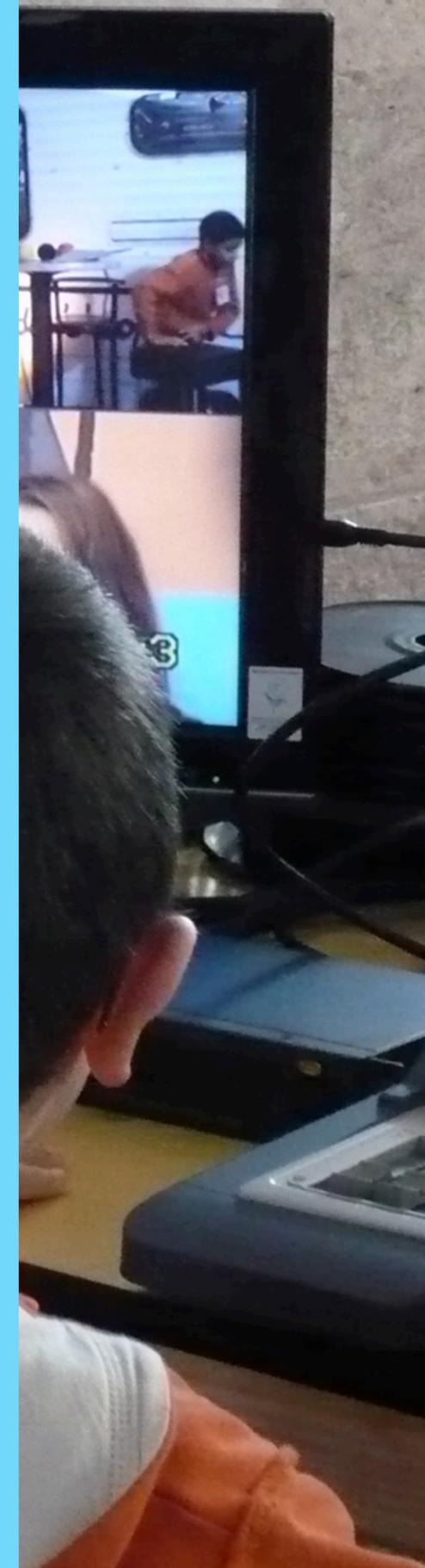


2 ► acquérir une attitude autonome et responsable face à son environnement médiatique

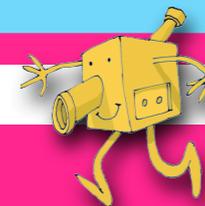


les principales techniques et principaux procédés mis en oeuvre

- savoir les principales techniques de réalisation et les possibilités créatives qui s'offrent à tout réalisateur (dont celles qu'on utilise parfois inconsciemment) et aussi mieux les choisir, mieux les utiliser, mieux les mettre à profit ;
- savoir les principaux **procédés de mise en spectacle de l'information** conduisant à produire sur les utilisateurs des médias un effet émotionnel, sensationnel, divertissant...
- savoir les principaux **procédés de séduction, de persuasion, d'orientation** des réalisateurs, des animateurs, des journalistes...
- savoir distinguer des images de scènes fictives, des images du réel (tout en ayant conscience que même les prises de vues d'une scène réelle impliquent des choix, notamment de cadrage, des choix d'interprétation et peuvent faire l'objet d'une certaine mise en scène par un jeu de montage, de mixage...). Il importe notamment de savoir repérer l'utilisation de mises en scène et d'images fictives dans des programmes d'information (en particulier les reconstitutions) ;
- savoir rester vigilant quant à l'intérêt, la qualité et la véracité des informations diffusées dans les médias et notamment par les images. Les risques et possibilités (techniques ou non) d'erreur, de tromperie, de manipulation, de détournement, de propagande (avec ou sans trucage) sont bien réels, tout comme l'absence ou l'insuffisance de traitement de sujets importants (ce dont on ne parle que trop brièvement ou pas du tout).



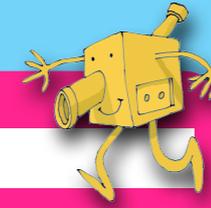
la publicité dans les médias



- savoir les objectifs de la publicité, son impact et ses conséquences sur la société ;
- savoir les enjeux économiques de la publicité dans les médias et les liens et intérêts existants entre les annonceurs et les médias ;
- savoir repérer des contenus publicitaires dans les médias, notamment ceux qui se dissimulent. Savoir notamment repérer des informations à caractère publicitaire ou la présence de publicités dans des programmes de divertissement, des jeux, des fictions... Savoir les principales lois réglementant la publicité et les moyens régulièrement utilisés par les annonceurs (en complicité avec les médias) pour les contourner ;
- savoir les principales caractéristiques de la publicité et les principales techniques publicitaires : placement autour d'émissions très populaires, brièveté du message, rythme, répétition, musique accrocheuse, effets "magiques", gens sympathiques et célèbres, possibilité d'identification...

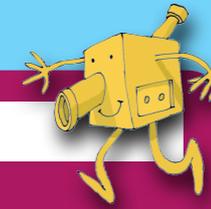
2 ► acquérir une attitude autonome et responsable face à son environnement médiatique

les stéréotypes dans les médias



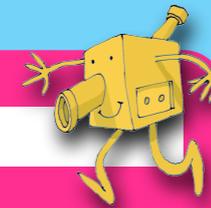
- savoir repérer les représentations très stéréotypées et simplistes, tel que notre propre regard les construit (ex : les images des banlieues), s'interroger sur les stéréotypes, notamment sur leurs raisons, leurs conséquences, leurs utilisations (ceux plutôt inconscients et ceux plutôt conscients).

les discriminations dans les médias



- savoir repérer et prendre conscience des aspects discriminatoires de nombreux programmes, messages, récits et images, notamment l'image de la femme ou le manque de représentativité des personnes de couleur et de certaines minorités socioculturelles.

la liberté d'expression

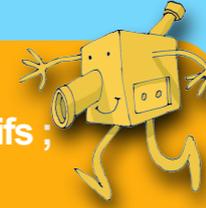


- savoir l'intérêt et l'impérieuse nécessité de la liberté d'expression à l'échelle individuelle et collective ;
- savoir pourquoi et comment la liberté d'expression est entravée dans les médias, même dans les pays démocratiques. Liberté bafouée, certes, par des attitudes anti-démocratiques, mais aussi sous la pression de la société de marché, la rentabilité et le profit (se traduisant à la télévision par une course folle à l'audience). Un phénomène qui, entre autres, pousse de nombreux réalisateurs, producteurs et diffuseurs à jouer sur les instincts les plus primaires et les plus bas de leurs spectateurs ;
- savoir qu'à la télévision, la liberté d'expression est aussi limitée par les intérêts économiques en jeu, le formatage, l'impression de débat (très ordonné), le temps (à respecter), les coupures, les angles et les cadrages, l'obligation de meubler (blancs et silences évités).



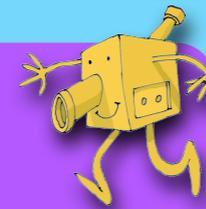
3 ► développer ses capacités à bien s'informer

- savoir quels sont les différents types de médias d'information, les différentes ressources, les médias les plus populaires, leurs spécificités et lignes éditoriales (TV, web, presse écrite, radio...) et pouvoir ainsi effectuer des choix qualitatifs ;
- savoir identifier ses sources et les intérêts et objectifs de leurs auteurs et diffuseurs ;
- savoir vérifier, diversifier, comparer, compléter ses sources d'information ;
- savoir s'informer des programmes télévisuels, radiophoniques, cinématographiques, web (date, horaire, auteurs, descriptif/résumé) pour pouvoir mieux les choisir (selon ses envies, ses besoins) et ne pas se « laisser avoir » par les programmes dominants, les plus commerciaux, les plus visibles et à l'accès le plus facile.



4 ► développer ses capacités à s'exprimer, à communiquer, à informer

- savoir utiliser des techniques et des outils d'expression et de communication (techniques de base de la prise de vues, du montage, de la réalisation audiovisuelle) ;
- savoir les bases (ou plus !) du langage et des codes audiovisuels ;
- savoir s'exprimer, communiquer, transmettre des messages, des informations, des opinions, provoquer des émotions... au moyen de productions audiovisuelles spontanées, brutes, aux formes libres, innovantes ou au contraire imposées, élaborées, formatées ;
- savoir exprimer avec sincérité son avis, donner ses ressentis, sur une réalisation audiovisuelle, sur une image, sur un message, sur une information, savoir en distinguer objectivement les points forts et les points faibles, même lorsqu'il s'agit de ses propres productions, en restant à l'écoute d'avis différents.



5 ► découvrir et vivre les arts audiovisuels, découvrir et vivre la culture et les cultures

- découvrir et vivre la photographie, le cinéma, les arts vidéo, la création numérique, faire preuve de curiosité et d'ouverture face à ce qu'on ne connaît pas et ce sur quoi on peut avoir des aprioris. Savoir capter de nouvelles idées, faire évoluer ses représentations, vivre de nouvelles sensations, de nouvelles émotions... Découvrir les cultures dans leurs formes patrimoniales et contemporaines, populaires et savantes et dans leurs dimensions nationales et internationales.

