

## Retour soirée à thème du 8 octobre 2019

### Voyage au pays des images avec Eva Saro

Mardi 8 octobre commençait une nouvelle édition des soirées à thème organisées par la MQEV. Cette année, les conférences traitent des influences entre les images que nous voyons et la perception que nous avons de nous-mêmes. C'est Eva Saro qui initie ce cycle de soirées avec une présentation intitulée « l'impact des images sur l'estime de soi ».

Eva Saro est responsable des ateliers « décod'image » de la Fondation *images et société*. Cette consultante en images plaide pour une meilleure formation à la lecture et l'analyse d'images. En effet depuis quelques décennies, avec les nouvelles technologies, les images se sont multipliées dans notre société. Cette évolution n'est pas sans conséquence : aujourd'hui, la moitié des enfants âgés de 11 à 15 ans se dit insatisfaite de son apparence physique. Ce chiffre a augmenté au fil des années, et ne semble pas près de se stabiliser. Il semble donc urgent de donner aux jeunes - mais aussi aux adultes - des outils pour mieux interroger les images et ainsi limiter leur impact négatif sur l'estime de soi, tout en nous rendant moins vulnérables à l'infox.

#### Voir : un processus complexe

Eva Saro débute sa présentation avec un avertissement : voir est un processus complexe. Une marche à suivre ne suffit pas, il faut pratiquer. Afin d'exemplifier son propos, elle montre plusieurs photographies et demande à l'assemblée son avis : quels sont les éléments qui ont été modifiés ? Le public participe volontiers et partage ses observations. Les résultats sont surprenants : un endroit paradisiaque s'avère être une plage bondée et sale, transformée grâce aux retouches numériques, le Mont-Fuji est ajouté à des clichés pris dans divers endroits du monde... Les images paraissent pourtant véridiques, même pour des regards avertis. Face à ces photos se pose la question suivante : où s'arrête la vérité et commence le mensonge ?

#### Modèles impossibles et estime de soi

La publicité utilise des stéréotypes et codes bien précis, notamment concernant les attitudes attribuées à un genre ou à l'autre. Par exemple, les hommes sont souvent photographiés en noir et blanc, et les femmes en couleur. Concernant les attitudes, les premiers sont régulièrement mis en scène de manière à faire valoir une forme d'efficacité, d'énergie, alors que les secondes sont fréquemment reliées aux émotions. Il est très difficile d'y échapper, puisque des études ont relevé qu'une publicité qui ne respecte pas ces codes genrés fonctionne en général moins bien. Ces différences de représentation ont des conséquences : femmes et hommes n'ont en moyenne pas la même estime de soi. Les premières seront plus nombreuses que les seconds à être mécontentes de leur corps, à complexer. Par ailleurs, le fait de baigner dans une culture de photos fortement retouchées et à l'esthétique uniformisée pousse chacun.e à considérer ces images comme la norme. Selon Eva Saro, une plus grande diversité des représentations encouragerait davantage de personnes à s'accepter et à s'apprécier telles qu'elles sont.

#### En conclusion...

Pour terminer, citons une anecdote racontée par Eva Saro : si on se penche sur la liste d'ingrédients contenus dans la nourriture pour chat, on constate vite qu'elle paraît peu appétissante. Peu importe, car ce qui compte pour les chats, c'est l'odeur. Elle résume : « Les chats mangent de tout pourvu que cela flatte leur nez. Les humains eux achètent de tout, pourvu que cela flatte leurs yeux ». ... A moins peut-être que lesdits humains apprennent à décoder et à être critiques vis-à-vis des images qui les entourent.