

« Les images mentent »

Une exposition pour décrypter les images, sur la pluralité des points de vue, des regards et des informations

Avec l'exposition "Les images mentent ? Manipuler les images ou manipuler le public", les thèmes de réflexion ne manquent pas.

Elle donne à qui veut bien s'en saisir un véritable fil d'Ariane pour se diriger dans le dédale d'images que notre société contemporaine met en circulation.

Les différents panneaux proposés abordent, pêle-mêle, les « images symboles », les « images outils », la « propagande » et permettent de s'interroger sur les notions d'objectivité", sur "l'ellipse", sur le "détournement" ou encore sur "l'idée de vérité".

Il est également possible d'aborder cette exposition simplement par le genre : "la publicité ", "le reportage-fiction", "le story-telling" afin de procéder à une analyse sur les conséquences de "la crise des valeurs", sur les messages véhiculés : le bonheur, la haine, l'instrumentalisation...

Cette exposition appelle à la vigilance de chacun et encourage à passer du statut de consommateurs à celui de spectateurs-acteurs. Car si l'information agit, nous devons agir sur l'information, tel est le message au cœur de cette exposition

En prêt gratuit. Elle est également téléchargeable pour l'imprimer sur des supports divers. Le prêt gratuit interdit toute commercialisation. L'ouvrage s'achète sur : www.gervereau.com

Public : *Tout public à partir de 10 ans*

Conditionnement : *40 panneaux plastiques A3*

Intitulé des Panneaux

1. Titre
2. Pourquoi les images ?
3. Images-symboles, images outils
4. La parousie
5. L'imaginaire
6. Les images mécaniques
7. Les trois âges de la multiplication industrielle des images (vision directe/vision indirecte)
8. La diffusion (images premières/images secondes)
9. La propagande
10. Le triomphe de la presse illustrée et de la publicité
11. L'objectivité n'existe pas (cadrage et narration)
12. L'ellipse, base de la narration en images

13. Reconstitution, "story-telling", vente indirecte
14. L'image est fragile et très dépendante de son contexte
15. Le détournement et la construction d'un résumé iconique
16. Il n'existe aucune "vérité" des images
17. Le reportage-fiction
18. Les conditions et les raisons de saisie des images importent davantage que les images elles-mêmes
19. Qualification et déqualification
20. Des images qui se veulent monosémiques (codes, emblèmes, symboles, logos...), des images à fonction illustrative
21. Le modèle
22. Des contre-modèles ?
23. L'érotisme, un signal primaire : désir de corps, désirs d'objets
24. Le stéréotype affectif, un moyen d'ôter le sens critique
25. Le Bonheur, un mythe rassembleur
26. Géo-caricatures : la culture sert aussi à vendre
27. Le virtuel n'est pas plus réel que les autres types d'images
28. L'invisibilité
29. La catastrophe, ressort de mobilisation avec publics concentriques
30. La haine de l'autre : diabolisation et bouc-émissaire
31. L'info pré-packagée, entre volonté de répondre au "news market", cynisme et meurtre médiatique
32. L'instrumentalisation des morts et du passé
33. Mensonge construit, média-terrorisme, politique de la peur, empire du fait divers
34. La science instrumentalisée, la démocratie du panel
35. La confusion généralisée et ses conséquences (panurgisme, connivence, non-droit des images, emballements médiatiques, instrumentalisation des paparazzis, auto-censure...)
36. Crise des valeurs
37. La signalétique et la technique du déplacement, plus grand danger actuel de manipulation
38. La rumeur, de la déstabilisation à la guerre mondiale médiatique
39. De la société du spectacle aux sociétés des spectateurs-acteurs
40. Pour aller plus loin....