

Le naturel nous fait-il peur?

Brigitte Grass, responsable des collections d'affiches à la Bibliothèque de Genève avec Eva Saro de la fondation images et société

fondation images et société



Votre première impression?

Cochez ce qui convient

- Quelle super Barbie aux longues jambes!
- Aucune femme ne peut ressembler à cette poupée à la peau reluisante!
- Que fait cette créature aux cheveux courts sur une affiche?
- Autre pensée?



Que se passe-t-il sur ces deux images? D'un côté Claudia Schiffer, réputée pour sa beauté aux proportions exceptionnelles – une femme sur cent mille serait ainsi faite. Un maquillage impeccable, une peau immaculée, une coiffure savamment élaborée et... la disparition de toute marque et ridicule qui existent même chez des petits enfants. En effet, quel être humain peut s'asseoir sans plis sur le ventre et aux articulations? La longueur de ses jambes la fait ressembler à Barbie par une opération de «chirurgie numérique» devenue si courante dans la mode et la publicité! Voici donc la photographie d'une créature quasi virtuelle.

A droite, une femme inconnue, jeune, ni grosse ni maigre, sans tare et sans bouton. Une silhouette solide, dont on voit les muscles et les clavicules. Une femme «normale» de notre quotidien, sans maquillage. Ses cheveux ne sont pas retravaillés à la Brigitte Bardot. Elle pourrait sortir de la piscine ou de la douche. Son image n'est pas retouchée au point de ressembler à une extra-terrestre. C'est le portrait d'une femme réelle.

En réaction au déluge d'images glamour nous vendant le bonheur, le Musée de la Communication de Berne a organisé en 2001 l'exposition «Heureux. La promesse de la publicité». Pour annoncer l'événement, un pastiche des affiches H&M de fin d'année avec une femme sans artifice qui va provoquer une polémique en Suisse allemande. Elle sera sprayée, barbouillée, salie avec des expressions injurieuses. Pourtant bien des femmes, ainsi que les écoles de communication réagissent positivement à ce clin d'œil du musée. Suivra une autre version, créée par des élèves, avec la même femme habillée en pilote automobile, qui ne fera pas réagir.

A la Bibliothèque de Genève, nous avons volontairement laissé l'affiche de la dame naturelle sur une table pendant quelques jours, afin de tester les réactions. Homme, femme, jeune, moins jeune, tous ont trouvé qu'elle était laide. Le naturel nous fait-il peur?

Les images stéréotypées vues consciemment ou inconsciemment chaque jour à la télévision, dans la presse, au cinéma et sur internet, modèlent-elles si profondément nos perceptions que la vue d'un corps dénudé moins idéalisé nous choque?

En 2000, les peaux nues étalées en pleine rue sur des panneaux géants ont aussi suscité des réactions fiévreuses. Les étudiants de nos ateliers de «décod'image» en Allemagne ont apporté des articles sur «Cyber Claudia dont le ventre creux ne peut pas même abriter un foie». Les affiches étaient arrachées et revendues, tandis que d'autres appelaient au boycott. La nudité lissée à l'extrême a depuis envahi l'imagerie actuelle et nous ne la relevons plus vraiment. Le naturel nous gêne-t-il par son aspect intime, tandis que les créatures «repeintes» à l'ordinateur nous offrent une distance mythologique rassurante? L'histoire du *Déjeuner sur l'herbe* se répète-t-elle?

Source – Süddeutsche Zeitung, p.17 (13.12.2000)

La fondation images et société organise des conférences de «décod'image» avec des intervenant-e-s comme Corandra Pierrehumbert et Brigitte Grass de la Bibliothèque de Genève. Le but est de multiplier les éclairages sur les images médias et leur impact sur nous à tout âge pour renforcer notre espace de choix: www.imagesetsociete.org