

Formation, toutes !

par Georges Carpentier, François Desfonds, François-Xavier Roussel, ACPNAV, Paris

Les groupes d'Eglise n'ont pas attendu la vidéo pour faire de l'audiovisuel. Les vitraux des cathédrales, les lanternes magiques, les grandes images catéchétiques, les films fixes, les diapositives, les films 9,5mm, 16mm, 8mm et super 8mm ont été ou sont encore utilisés. Dans les missions les films fixes et les diapositives ont été très utilisés et le sont toujours.

Devant l'invasion des images et des sons par la télévision et la vidéo jusque dans les lieux les plus reculés et parfois très pauvres, les responsables pastoraux ont été d'abord, et surtout, préoccupés par les conséquences morales de leur influence.

Il fallait faire quelque chose. Mais quoi ? La plupart du temps la parade a consisté à s'équiper en matériel de diffusion et à proposer toutes sortes de péplum, de vies de saints ou de longs métrages à caractère biblique ou religieux.

Dans cette façon de faire on s'est contenté trop souvent d'offrir à la consommation des images et des sons différents de ceux qui paraissaient néfastes au public sans trop se préoccuper d'éducation et de communication. Avec comme première et principale motivation le désir de contrecarrer l'offensive de la violence et de la pornographie...

En même temps ont toujours existé des lieux de création plus exigeants sur la qualité de l'écriture audiovisuelle et sur la valeur théologique et pastorale des productions. Ces lieux sont liés à certains auteurs ou à certains groupes, mais limités dans l'espace et le temps.

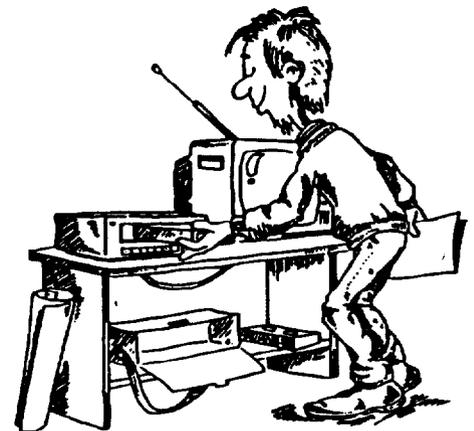
Différentes études analysent pour des pays de consommation bien établie, par exemple pour la France, les comportements des utilisateurs de la vidéo (cf. le bulletin "Fréquences" publié par le Groupe MEDIATHEC de Lyon). Selon l'intensité de l'écoute, la pratique de maîtrise de l'outil, le niveau de consommation des cassettes. Nous ne connaissons pas d'enquête du même type pour un pays d'Afrique. Quand on voyage en Afrique, on découvre bon nombre de petites salles très sommairement aménagées où tourne un magnéto attelé au téléviseur, où sont d'abord suivies les retransmissions des événements sportifs.

Le petit écran a beaucoup de succès. L'anecdote est authentique: à l'occasion de la semaine sainte, dans une mission, un millier de spectateurs ont regardé, sur un seul écran de télévision de 70 cm, le film Jésus de Nazareth de Zeffirelli ! La variété des films sur cassette et "le réalisme" des situations favorisent l'évasion des soucis quotidiens du spectateur friand d'images animées.

A côté de ce succès populaire, la vidéo est aussi utilisée comme outil pédagogique et de développement. De plus en plus les organismes de développement

Diverses pratiques de l'audiovisuel

Facteurs explicatifs du succès de la vidéo



Avantages et limites de la vidéo comme moyen de groupe

Les caractéristiques spécifiques de la TV

utilisent la vidéo pour former les cadres locaux et montrer la mise en oeuvre d'actions de développement.

En France, les aumôneries de lycées et collèges, les écoles catholiques, les groupes paroissiaux de catéchèse utilisent de plus en plus la vidéo comme outil d'animation de temps forts, de préparation aux principales étapes de la vie chrétienne, de soirées, de célébrations...

Deux éléments essentiels expliquent ce succès auprès des jeunes:

- 1) Le langage audiovisuel devient de plus en plus celui du grand public.
- 2) Avec le langage audiovisuel, c'est-à-dire l'image, le son, le mouvement etc..., la vidéo rend compte plus facilement de la vie que le discours ou l'écrit.

Dans un premier temps la majorité des utilisateurs de la vidéo s'en servent pour illustrer un propos abstrait. Ce qu'on a vu ou entendu n'est pas considéré pour lui-même, ni pour découvrir ce que veut communiquer le réalisateur, mais pour le message qu'on veut faire passer. En fait certains animateurs rêvent que la vidéo fasse passer le message qu'ils n'arrivent plus à communiquer.

Une première évolution se fait sentir quand ce sont les participants qui choisissent les vidéos. La vidéo devient point de départ pour une rencontre, un débat, mais même dans ce cas là c'est l'impression globale qui domine.

Bien peu ont recours à l'analyse formelle de l'image, à la construction des séquences... au sens qui est réellement communiqué par le choix et l'organisation des images et des sons.

Grâce à la formation à la communication audiovisuelle, il existe de plus en plus de groupes en pastorale qui pratiquent l'analyse rigoureuse des films vidéo. Il faut travailler à développer ce courant.

Toutes les exigences d'écriture audiovisuelle pour la vidéo de groupe demeurent évidemment pour la TV. Mais elle a toujours l'exigence d'être pour le grand public c'est-à-dire souvent pour un public qui n'est pas formé.

Il s'agit donc dans tous les cas:

1. de pratiquer une écriture audiovisuelle
2. d'intéresser le grand public (pas d'élitisme)
3. de respecter des normes éthiques (violence, sadisme...).

C'est bien connu, les animateurs exigeants ne trouvent jamais la vidéo traitant le thème qui correspond à leurs désirs; certains se sont donc lancés dans la réalisation. On voit naître de-ci de-là, toutes sortes de productions réalisées avec plus ou moins de bonheur. Qu'est-ce que cela communique? On a parfois du mal à le découvrir. La relecture de ces expériences révèle qu'il faut beaucoup de temps, de la compétence et du matériel pour bien réaliser. D'où la nécessité d'un budget pour l'acquisition du matériel et la formation indispensable des techniciens et des producteurs/réalisateurs, fussent-ils amateurs.

Bien formé en langage audiovisuel, un bon réalisateur peut réaliser des productions de qualité avec un minimum de matériel. Le matériel professionnel le plus sophistiqué restera inutile si les utilisateurs ne maîtrisent pas le langage audiovisuel.

Beaucoup en Afrique et ailleurs se disent "professionnels" parce qu'ils travaillent dans une télévision nationale ou dans un service audiovisuel, ils ignorent ou connaissent mal le langage audiovisuel, on pourrait se demander si parfois le flou de la communication n'est pas volontairement entretenu?

Un grand pas sera fait quand il y aura des reportages et des interviews fréquents et de qualité. Pour cela il faut davantage investir dans la formation.

D'une manière générale l'Eglise devrait davantage orienter sa pastorale dans la formation des utilisateurs et des producteurs d'audiovisuels.

- * Former les utilisateurs pour qu'ils soient capables d'accueillir ce qui est bon pour l'homme, et pour qu'ils éduquent le public.
- * Former des réalisateurs pour qu'ils produisent des films de qualité que ce soit du reportage ou de la fiction.

Distinguons entre le rôle du producteur et celui du réalisateur:

Le rôle du producteur est de décider du produit, d'assurer le financement, de choisir le réalisateur, l'équipe technique, les acteurs..., superviser les différentes phases de fabrication du film et d'assurer la distribution (publicité).

Celui du réalisateur est de concevoir et de réaliser le produit sous l'autorité du producteur. Les deux rôles peuvent être confondus si les compétences le permettent.

Le producteur est responsable vis à vis du public à atteindre et vis à vis de l'Eglise. Quel produit faire? La qualité du produit vidéo dépendra donc:

- du choix de l'équipe qui va réaliser
- des moyens dont disposera cette équipe.

La complexité de la mise en oeuvre d'une production audiovisuelle requiert les formations nécessaires aux différentes disciplines qui entrent en jeu.

Le réalisateur est à la fois un technicien qui maîtrise les techniques de l'image et du son et un créateur capable de communiquer avec toutes les ressources du langage audiovisuel. C'est aussi un animateur chef d'équipe qui doit animer les diverses équipes qui traitent les images et les sons.

Un long apprentissage pratique est nécessaire pour arriver à l'exercice de cette profession.

En guise de conclusion, nous voudrions ici lancer quelques défis urgents, si nous voulons que les centres de production vidéo liés à l'Eglise puissent répondre aux attentes de leurs publics et remplir leur rôles de créateurs :

- * Au niveau de la formation: Mettre en place des sessions internationales de mise à niveau et de formation continue.
- * Au niveau de la production: Faire connaître de manière objective l'état actuel de la production dans les différents pays. Organiser un travail de réflexion sur la production. Aider à la mise en oeuvre de coproductions pour une meilleure communication et une utilisation optimale des compétences et des matériels.

Faire connaître et distribuer les différentes productions vidéo et cinématographiques (réseau de publicité et de vente).

Tout mettre en oeuvre pour promouvoir la diffusion de certaines productions de valeurs (Genesis Project).

Formation des producteurs

SUMMARY

Immersed in a world of sound and images through TV, video, CD-Roms, multimedia... don't we have natural understanding and an immediate access to all that audiovisual world? In fact it is just the opposite! More than ever an education to read and some knowledge of the audiovisual language and culture is a necessity for all of us: users, producers... Because of this fundamental need and based on their experience as trainers in the field of audiovisuals, the responsables of the National Catechetical Association for Audiovisual (ACNAV, Paris) propose here some urgent themes concerning a better and wider collaboration in the field of training and production, as well as the marketing and distribution of resulting products.

RESUMEN

Viviendo en un mundo lleno de sonido e imágenes por TV, video, CD-Roms, multimedia ... ¿entendemos por intuición al mundo audiovisual y lo utilizamos adecuadamente? Obviamente no es así. Sentimos la necesidad de formarnos en el campo de los códigos audiovisuales y su cultura, una necesidad que toca tanto a productores como a usuarios. A base de sus experiencias como capacitadores en la comunicación audiovisual, responsables de ACNAV (Asociación Catequética Nacional para Medios Audiovisuales), Paris, indican algunos temas actuales respecto a una colaboración más amplia tanto en los campos de producción y capacitación como en la comercialización y distribución de videos.