



FOIRE AUX QUESTIONS :

L'image : Matière ou Esprit ?

Connaissez-vous l'histoire du chien de Pavlov ? On présente à ce chien une viande succulente. En la voyant s'approcher notre chien salive et sécrète déjà dans son estomac du suc gastrique. A ce moment on allume près de lui une lampe bleue. Puis Pavlov renouvelle l'expérience. A la dernière, il ne donne plus de viande, mais allume seulement la lampe bleue. Le chien salive et sécrète du suc gastrique « COMME SI... Il y avait de la viande ! »

C'est fort, non ?

La lampe bleue agit... comme la viande à la présentation de laquelle elle était associée. Cela s'appelle le conditionnement.

La publicité utilise ce principe : elle associe à un produit quelconque un élément appétissant qui aidera à faire acheter le produit. (Une jolie dame pour faire acheter une voiture aux messieurs !)

Cela signifie que l'image a un pouvoir énorme et, pour une part, indépendant de la volonté de celui qui la « reçoit » ! Ce pouvoir est lié à la vie biologique, sensitive, affective.

Son abus (jeux vidéos, films, TV etc...) a plusieurs conséquences, dont :

1 - Court-circuit de la volonté (libre) au profit des passions dont le rôle sera, alors, d'adhérer à l'image. On vous fait, par exemple, acheter n'importe quoi avec la « PUB » ! « Des pâtes, oui mais des P..... » !!!!

2 - Plus grave, elle rend l'intelligence paresseuse. Ce qui, alors, ne lui est pas présentée sous forme d'image - un raisonnement, cela demande un effort ; un texte écrit aussi etc... - ne sera pas « reçu », ne retiendra pas l'attention.

3 - L'image donc et son pouvoir dynamique, donne l'impression du réel. Ce qui sera abstrait (la littérature, la philosophie - la métaphysique - la poésie, etc...) et sans image, paraîtra alors fade, de peu d'importance ou même coupé du réel et faux ou inutile !

– L'abus d'image, d'après vous, rend idiot ?

– Pas encore !... pas tout à fait !... Mais attention la pente est savonnée !

André Clément