

La vidéoprojection est le nouvel outil au service de la pédagogie ; elle remplace avec succès la rétroprojection qui nous a aidés pendant plus de 30 ans.

Si la vidéoprojection permet plus d'animations que son ancêtre, il n'en reste pas moins que la technique de réalisation des visuels reste identique à celle des transparents.

POURQUOI UN VIDEOPROJECTEUR

Un vidéoprojecteur permet de :

- Projeter en pleine lumière
- Faire face à l'auditoire ; c'est le seul outil qui le permet
- Mobiliser les attentions
- Guider l'animateur
- S'interrompre et répondre aux questions sans perdre le fil de l'exposé
- Rendre clairs et vivants les sujets les plus arides
- Faciliter la compréhension, découpler la mémorisation
- Faire passer le message et aider à persuader.

POURQUOI UTILISER LE UN VIDEOPROJECTEUR

Améliorer, le plus possible, la communication avec les autres en leur rendant clairs et vivants les sujets les plus arides et en découplant la mémorisation.

MECANISME DE LA COMMUNICATION

La vidéoprojection est un outil pédagogique qui demande de la technique pour être utilisé, donc un apprentissage.

Le mécanisme de la communication est complexe. Le trajet entre l'émetteur et le récepteur est semé d'embûches.

L'émetteur

- > La source d'information : l'émetteur a quelque chose à dire et souhaite le faire savoir.
- > L'élaboration du message : le contenu du message, l'idée à faire passer.
- > Le codage : les mots utilisés pour véhiculer l'idée.
- > L'émission : la façon de le dire, la voix.
- > La transmission : les bruits extérieurs, le détournement de l'attention du récepteur sont les interférences à la transmission.

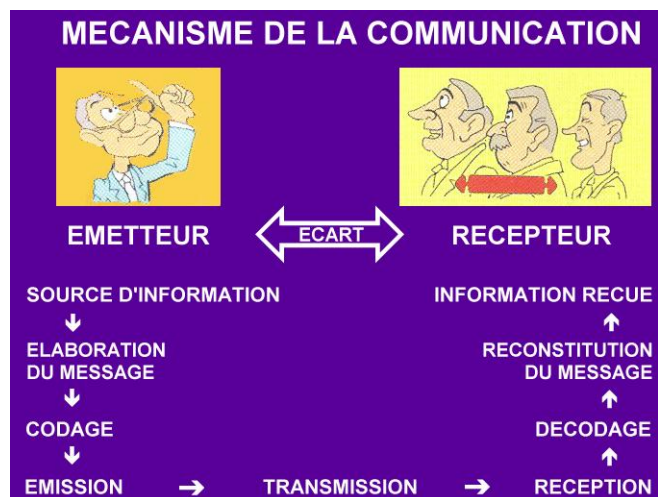
Le récepteur

- > La réception : « suis-je satisfait de ce que je viens d'entendre ? »
- > Le décodage : « ai-je bien compris tous les mots ? »
- > Reconstitution du message : « que veut-il dire ? »
- > Information reçue : « moi, je comprends ça ».

Ecart = Différence entre ce qui est dit et ce qui est compris.

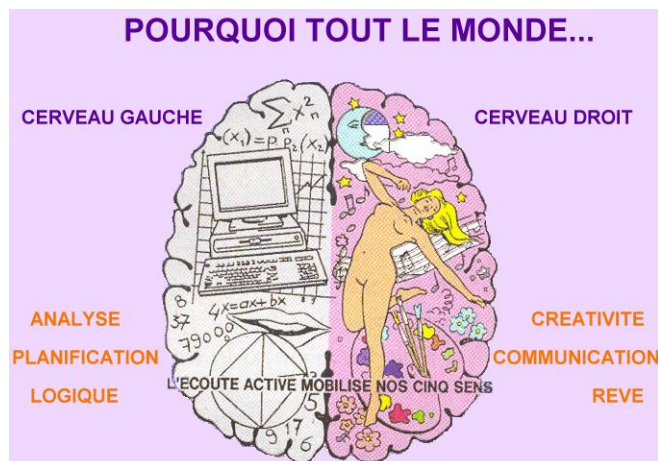
Feed Back = Retour d'information entre le récepteur et l'émetteur.

On ne peut comprendre que si l'on a bien écouté, l'écoute étant la chose la plus difficile.



PERCEPTION VARIABLE

Pourquoi retenons-nous certaines choses et pas d'autres ? Suivant les signaux qu'elles reçoivent, certaines parties du cerveau seulement sont mises en éveil. C'est pourquoi, il est nécessaire pour un même thème, une même idée, d'émettre des messages différents, pour solliciter en permanence notre cerveau gauche et droit.



QUALITE DU VISUEL

Trois impératifs : Lisible – Court – Simple.
Ne pas essayer de mettre tout sur un même document. Dans la mesure du possible, une seule idée ou un seul thème par transparent. Un transparent doit être conçu comme une affiche : la vision du spectateur doit le découvrir en moins de 2 secondes (c'est le temps que votre œil met pour découvrir une affiche sur le bord de la route quand vous passez en voiture).

QUALITE DU VISUEL

- > LISIBLE
- > COURT
- > SIMPLE

REGLES DE CONSTRUCTION

Les transparents sont comme les affiches qui sont sur le bord des routes ; elles doivent attirer l'œil, plaire ou déplaire et être comprises en moins de 2 secondes, c'est le temps que peut consacrer un automobiliste qui passe devant à 50 kilomètres/heure.

L'œil humain a une vision horizontale entre 120 et 180 degrés, c'est-à-dire que notre œil voit en une seule fois la totalité d'un format à l'italienne comme les affiches, alors que dans le sens vertical, notre vision est de l'ordre de 70 degrés seulement.

REGLES DE CONSTRUCTION

Elles correspondent aux mêmes règles que celles utilisées pour les transparents et les affiches : **être décryptables en moins de 5 secondes.**

LE FORMAT

FORMAT A L'ITALIENNE
ou encore
FORMAT PAYSAGE

Une marge de 15mm doit être préservée sur chaque côté

En ce qui concerne nos transparents, il en est de même et en plus dans certaines salles basses de plafond, les transparents ne sont vus que par les gens du premier rang. L'auditeur qui regarde un écran, regarde inconsciemment le centre. Nous verrons plus loin que cette généralité peut être modifiée par notre œil. Ceci dit, la règle générale pour avoir une présentation homogène aura les impératifs suivants :

- Avoir un titre
- Le centre d'intérêt au centre du visuel
- De part et d'autre du centre d'intérêt les informations complémentaires qui complètent l'information principale
- Le nom du concepteur du visuel
- La date de conception

LE VISUEL



La lecture la plus rapide se situe, pour un sujet d'intelligence moyenne (QI = 100), aux environs de 180°000 caractères à l'heure, soit 50 caractères à la seconde (5 à 10 mots/seconde).
Proposons à nos auditeurs des messages qui ne dépasseront pas, texte et images comprises, plus de 5 à 6 secondes maxi, pour être appréhendés, soit une image plus 10 à 20 mots maxi.

LE TEXTE

Pas plus de 5 à 10 mots

⇒ C'est vous qui devez raconter l'histoire

LE STIMULUS

Le visuel ainsi composé comporte 2 stimuli :

- **un stimulus fort** : l'image, les couleurs, la conception, à caractère esthétique qui a pour but d'accrocher l'attention, de happer l'auditeur à un hameçon ;
- **un stimulus plus faible** : le texte qui est une argumentation, soit un commentaire, soit une remarque.

Notre cerveau enregistrera le message comme suit :

- > UN CHOC : couleur, forme (1/10^e s)
- > UNE QUESTION : 1/5^e à 1/2 s
- > UNE INTERPRÉTATION : 1/2 à 2 s
- > UN PLAISIR SÉMANTIQUE : 1/2 s

Sémantique : étude scientifique du sens des unités linguistiques et de leur combinaison qui se rapporte à l'interprétation, à la signification d'un système formel.

LE STIMULUS



Le visuel doit comporter
2 stimuli

Un stimulus fort

L'image à caractère
esthétique

Un stimulus plus faible

Le texte

LA REGLE D'OR

Pour que notre œil soit satisfait, il faut que le centre d'un visuel soit légèrement au-dessus du centre pour paraître au milieu.

IL FAUT LAISSER PLUS DE BLANC
AU-DESSOUS QU'AU-DESSUS

De même, le blanc est un élément important d'une composition, il faut donc laisser des blancs entre et autour des éléments.

LA REGLE D'OR

CENTRE VRAI



CENTRE VISUEL



LA COMPOSITION ET LA VISION DE L'OEIL

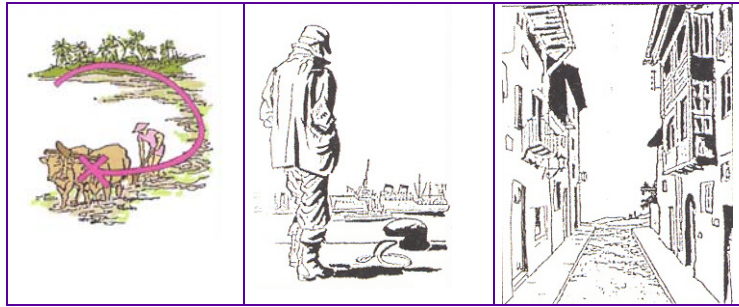
Pour la composition avec plusieurs éléments, il faut non seulement tenir compte des blancs et de la règle d'or, mais encore avoir la connaissance profonde de trois aspects fondamentaux :
LA LIGNE – LE CENTRE D'INTERET – L'EQUILIBRE.

Il faut que chaque élément soit associé aux autres par la mise en page.

Nous avons vu que l'œil, en règle générale, regarde le centre du visuel, mais la généralité s'arrête là car chaque personne, en fonction de la façon dont fonctionne son cerveau, va examiner le visuel suivant un trajet qui sera propre à chaque individu. C'est pour cette raison que la ligne est importante car elle aidera, elle conduira le plus grand nombre à une découverte du visuel suivant un ordre établi par le concepteur.

La première chose que fait le dessinateur pour s'inspirer, c'est **le tracé des lignes**. La ligne est le principe de toute composition. C'est elle qui servira de guide dans la recherche du centre d'intérêt, elle servira de guide à l'œil dans la découverte du visuel, c'est encore elle qui gardera l'œil sur le visuel ou au contraire le conduira ailleurs.

Il existe beaucoup de types de composition qui s'inspirent de lignes, lesquelles à leur tour s'inspirent de lettres de l'alphabet. Les dessins proposés ci-contre sont inspirés par les lettres C, L et U.

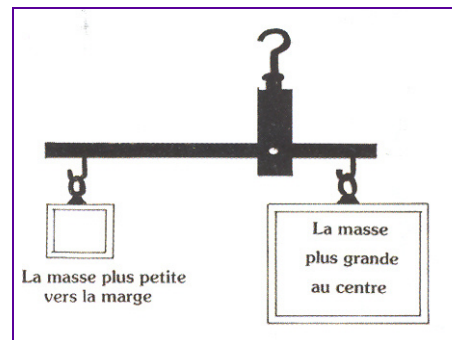


Un autre exemple avec cette publicité, où le regard est dirigé vers le centre d'intérêt « -20 % ». Ce sont les lignes jaunes qui obligent le regard à descendre dès que l'on a lu « But en plein boom ». L'information qui est donnée par le dessin ainsi que par le texte sous la réduction « sur les cuisines » est une information plutôt cachée.



Enfin, prenons l'antique balance que vous voyez ci-contre ; elle nous servira à expliquer la solution au problème. Quand nous voulons peser quelque chose, nous disposons d'un poids. Pour obtenir l'équilibre, nous devons déplacer le poids vers l'extrémité externe ou interne de la balance selon le cas. En ce qui concerne le dessin, une telle opération peut se résumer dans la règle fondamentale suivante : « La masse plus petite vers la marge, la masse plus grande au centre ».

C'est aussi l'équilibre qui détermine la profondeur de champ de l'image et qui situe les différents éléments dans l'espace.



LE MESSAGE

- > COURT : 7 à 8 mots maxi.
- > PRECIS : C'est le contenu du message ; ce que nous voulons « vendre ». Il doit avoir un lien avec le dessin.
- > ACCROCHEUR : C'est la première chose que l'œil doit voir.
- > CIBLE : pour qui écrivons-nous ce message ? Que veut-on faire passer comme idée, comme slogan ?

LE MESSAGE

- > COURT
- > PRECIS
- > ACCROCHEUR
- > CIBLE

LA TYPOGRAPHIE

Bien qu'aujourd'hui avec l'informatique, et toutes les possibilités qu'elle nous donne, chacun d'entre nous peut se prendre pour Gutenberg (XV^e s.), la typographie reste un métier avec ses règles et son vocabulaire.

Pour faire simple, nous dirons que **le type** est la forme, le dessin des lettres ; c'est lui qui détermine la police. Ces polices sont classées par famille suivant sept familles : romaine, gothique, latine, égyptienne, grotesque, anglaise (ou manuscrite), ornée (ou fantaisie).

Les formes de ces polices sont aussi porteuses de significations : les formes carrées apportent de la masculinité, de la rigueur ; les formes rondes la féminité, la tranquillité.

La graisse détermine l'épaisseur du trait de la lettre, ce qui permet, sans changer de police, de mettre en valeur un mot, mais aussi de donner des valeurs à nos textes.

Le corps, c'est la hauteur des lettres qui est donnée en nombre de points (1 point = 0,2766 mm), par exemple, pour les titres nous utiliserons le corps 36 soit environ 10 mm et pour les écritures courantes le corps 24 soit 6,6 mm ; ce sont les dimensions minimales à utiliser pour avoir des visuels lisibles en toutes circonstances.

LES ECRITURES

Elles se caractérisent par :

- > LE TYPE
- > LA GRAISSE
- > LE CORPS.

LES ECRITURES LISIBLES

Soyez direct, évitez le « roman mural », résumez en quelques phrases, puis les phrases en quelques mots. Au cours de l'exposé, c'est vous qui ferez les commentaires. Si tout est déjà dit sur l'écran, votre présence est inutile !

Chaque fois que vous trouvez une comparaison ou une image, vous posséderez du même coup une idée d'illustration.

Les délais de perception d'une couleur à l'autre sont très importants, et seront déterminants dans la vision des choses.

Comme le montrent les trois couleurs de ce feu de signalisation, il faut 2 fois plus de temps pour voir que le feu est vert et 5 fois plus pour le jaune.




Les délais de perception des couleurs sont de l'ordre de :

- Rouge : 0,02 seconde
- Vert : 0,04 seconde
- Gris : 0,04 seconde
- Bleu : 0,06 seconde
- Jaune : 0,1 seconde

LES ECRITURES LISIBLES

- > Ecrire lisiblement
- > Hauteur des lettres 5mm mini ou 18 points
- > Varier le style (polices) et la taille des caractères
- > Eviter les polices trop fantaisie

PERCEPTION DES COULEURS

	0,02 seconde
	0,1 seconde
	0,04 seconde

Il est de tradition d'associer un retentissement psycho-physiologique aux couleurs principales :

- rouge est une couleur dynamique, créant l'enthousiasme, érotique ;
- orange est stimulant, il attire les indécis ;
- jaune est tonique et lumineux ;
- vert est apaisant et reposant ;
- le bleu est calme et un peu froid ;
- l'indigo est une couleur neutre sans valeur précise.

La couleur donne du sens :

le rouge, en France, traduit « l'interdit », l'impératif ; le noir = « l'officiel » ; le bleu = « le convivial » ; le vert = « l'écologie ».

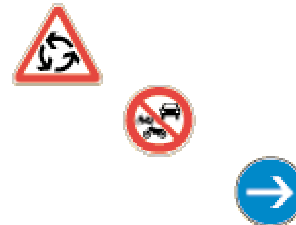
Dans la signalisation routière, nous avons un exemple de symbolique que l'association de couleurs et de formes peut suggérer alors qu'il n'y a pas de texte.

Les mots ne sont plus nécessaires, chaque pictogramme étant un message très précis connu de tous.

Le triangle = attention

Le cercle bordé de rouge = interdit

Le cercle bordé de bleu = injonction



Il en est de même pour les logos dont le but unique est de transporter l'image d'une société.

L'ACCROCHAGE DE L'ŒIL OU CHOC COULEUR

Le choc couleur serait exprimé par le contraste entre le point étudié et son environnement : il y aura donc une quantité de stimuli colorés par élément de l'image. Les idées de contraste et de choc couleur seront alors liées.

De nombreuses études ont été faites par des coloristes sur la visibilité des couleurs. Si l'on étudie les contrastes maximaux, on trouve que les paires d'opposition les plus visibles sont :

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. noir sur blanc | 7. blanc sur bleu |
| 2. noir sur jaune | 8. blanc sur vert |
| 3. rouge sur blanc | 9. rouge sur jaune |
| 4. vert sur blanc | 10. bleu sur blanc |
| 5. blanc sur rouge | 11. blanc sur noir |
| 6. jaune sur noir | 12. vert sur rouge |

LES ILLUSTRATIONS

Une image = 100 mots.
Image = message pour l'autre.

L'image remplace quelque chose (des mots) donc l'image produit du sens, de l'émotion, du plaisir, de l'affectif, du beau, du dégoût.
L'image a l'avantage, sur le mot, de ne pas réduire l'imaginaire de notre inconscient.
Le cerveau a besoin de créer des images pour comprendre.

Attention : le choix de vos dessins est très important.

- Il risque de dévier l'attention en faisant rêver.
- Il risque de perturber l'auditoire s'il ne correspond pas à l'idée que vous émettez.
- Il faut 1/10^e seconde pour accrocher le regard.
- 1/15^e seconde pour avoir une pleine vision de l'image.
- 1 à 2 secondes pour exploiter et comprendre le sens de l'image.

Attention : Faites en sorte de mettre des hommes et des femmes dans vos dessins. Ne pas mettre un sexe en infériorité par rapport à l'autre.

Attention aux droits de reproduction

Piller schémas et graphiques publiés par certains magazines spécialisés, ils ne vous en voudront pas, mais ayez la courtoisie de citer vos sources ; c'est tellement plus « fair-play ».

LES ILLUSTRATIONS

> Elles doivent être comprises de tout le monde.

> Ne pas utiliser n'importe quelle image ⇒ attention aux droits de reproduction.

RECOMMANDATIONS A L'ANIMATEUR

Nos appareils ont tous encore un fil électrique qui est une source permanente de risque pour l'animateur et pour les appareils ; soyez très vigilant dans la mise en place de votre matériel.

Si vous avez la chance d'avoir une télécommande utilisez-la ou faites vous aider par une personne qui fera défiler la présentation pendant que vous parlez.

RECOMMANDATIONS

- > Ne pas rester statique
- > S'assurer que tout le monde voit
- > Occuper l'espace
- > Aller vers l'auditoire

Gérard Desbieys , Secourisme revue, n° 148, décembre 2004