

**VRAI OU FAUX ?**

*Prendre conscience que le spot publicitaire est une représentation*

<p><b>Socles de compétences</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Orienter sa lecture, son écoute en fonction de la situation de communication</li> <li><input type="checkbox"/> Saisir l'intention dominante du texte</li> <li><input type="checkbox"/> Traiter l'information</li> <li><input type="checkbox"/> Réagir selon la nature du document et distinguer le réel de l'imaginaire, le vraisemblable de l'invraisemblable, le vrai du faux</li> <li><input type="checkbox"/> Évaluer</li> <li><input type="checkbox"/> Argumenter</li> </ul>
<p><b>Références programme</b></p>	
<p><b>Objectifs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Repérer et être à même de mettre en évidence, sur le plan du contenu, les intentions du créateur.</li> <li>■ Reconnaître les valeurs des plans.</li> <li>■ Percevoir la différence entre la réalité et la manière dont on la représente.</li> <li>■ Définir la fiction.</li> <li>■ Comprendre comment se construit une publicité.</li> <li>■ Énoncer les rôles du son.</li> </ul>
<p><b>Durée</b></p>	<p>4 périodes</p>
<p><b>Mise en situation</b></p>	<p><i>«A la télévision, avant et après chaque émission, il y a des publicités. A quoi cela sert-il?»</i></p>
<p><b>Déroulement</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visionner un spot publicitaire proche de la réalité</li> <li>2. Réagir :             <ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Est-ce que cela se passe ainsi dans la réalité ?</li> </ul> </li> <li>3. Dessiner et/ou décrire le spot en respectant ce qui est vu.</li> <li>4. Revoir le spot pour repérer les éléments visuels et sonores qui correspondent à la réalité.</li> <li>5. Émettre des hypothèses sur les intentions du créateur.             <ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Il veut que le spectateur s'identifie au personnage</li> <li>Il veut convaincre que le produit est le meilleur</li> <li>...</li> </ul> </li> <li>6. Visionner un spot publicitaire où la fiction est évidente             <ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Transformation d'un personnage, taille relative...</li> </ul> </li> <li>7. Réagir :             <ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Est-ce que cela se passe ainsi dans la réalité ?</li> </ul> </li> <li>8. Repérer les éléments visuels et sonores qui montrent la fiction.             <ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Dessin animé, images virtuelles, déguisement, vraisemblance de la situation...</li> </ul> </li> <li>9. Rechercher d'autres spots qui viennent compléter les indices de fiction.</li> <li>10. Échanger à propos du vrai, du faux, du possible et de l'impossible en relation avec les arguments énoncés.</li> </ol>



<b>Matériel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Choix de séquences publicitaires :           <ul style="list-style-type: none"> <li>- spot proche de la réalité (scène petit déjeuner, laboratoire... )</li> <li>- spot montrant clairement des éléments de fiction (un dessin sur une boîte qui devient un personnage animé, les acteurs qui rétrécissent et entrent dans les tissus...)</li> </ul> </li> <li>▪ TV et magnétoscope ou PC et projecteur multimedia</li> </ul>
<b>Ressources</b>	<p>TISSERON S., « <i>Enfant sous influence</i> », éd. Armand Colin, Paris, 2000 (plus particulièrement le chap. 1 : l'imitation des images)</p> <p>JOLY M., « <i>L'image et son interprétation</i> », éd. Nathan, 1997</p>
<b>Prolongements</b>	<p>Se familiariser avec du matériel de prise de vues et de prise de sons: appareil photo, caméra, enregistreur, etc.</p> <p>Créer des sons, des bruitages à partir d'un matériel donné.</p>

*Pour t'aider à repérer le type de cadrage....*

<b>Le plan général (PG)</b>	<b>Le plan d'ensemble (PE)</b>
Le sujet est photographié, dessiné dans son environnement général. Il n'est pas mis en valeur	Le sujet photographié ou dessiné occupe une plus grande partie de l'image.
<i>Je vois ce qui se passe de loin. Je situe l'espace et le temps où se déroule l'action.</i>	<i>Je peux reconnaître la personne.</i>
<b>Le plan moyen (PM)</b>	<b>Le plan américain (PA)</b>
Le personnage apparaît en entier, des pieds à la tête. Le sujet est plus important que le décor.	Le personnage est vu de la tête à la moitié des cuisses.
<i>Je me rapproche du sujet.</i>	<i>Je suis le voisin du sujet. Je suis impliqué dans l'action.</i>
<b>Le plan rapproché (PR)</b>	<b>Le gros plan (GP)</b>
On ne voit que la partie supérieure du sujet : de la tête à la taille ou à la poitrine.	On ne voit que la tête
<i>Je suis parmi les acteurs, je pourrais dialoguer avec le sujet.</i>	<i>Je suis tout près du sujet.</i>
	<b>Le très gros plan (TGP)</b>
	On isole donc un détail ou une partie du corps humain.
	<i>Je suis contre le sujet.</i>