

DÉCODE TES ÉCRANS !

Savais-tu que les vidéos parlent une langue secrète ?



Tu regardes des vidéos tous les jours, mais sais-tu vraiment les lire ? Comme le français ou l'anglais, les images ont leur propre grammaire. **Prêt à apprendre le code ?**

LA LANGUE CACHÉE : LE LANGAGE CINÉMATOGRAPHIQUE



Au cours de ta vie, tu apprends plusieurs langues. Mais il en existe une autre **qui t'est familière** sans que tu l'aies étudiée.

Le langage cinématographique :
C'est l'art et la manière de traiter
une thématique dans un film.

Cette langue nous donne des indices cruciaux. Elle nous dit si nous regardons une histoire inventée pour vendre (Publicité) ou la réalité (Reportage).



LE DUEL : PUBLICITÉ VS REPORTAGE

LA PUBLICITÉ

Séduire et vendre.



Comment les
différencier en
quelques secondes ?
Il faut regarder les
indices techniques.

LE REPORTAGE

Informier et montrer le réel.



LE REPORTAGE

Informier et montrer le réel.

INDICE #1 : LA PUBLICITÉ

L'art de la séduction. Tout est planifié pour être parfait.

INDICES :



LE MONTAGE : Très rapide. Parfois une coupe par seconde ! Beaucoup de plans en peu de temps.



LE SON : Musique d'ambiance qui donne le rythme. Pas de bruits parasites.



L'IMAGE : Textes et graphiques animés (conception d'écran). Couleurs modifiées et éclatantes.



L'ATMOSPHÈRE : Tout semble parfait, parfois exagéré (langage publicitaire).



FAST CUTS!

ACTION RAPIDE

INDICE #2 : LE REPORTAGE

Capturer la réalité. Spontané et authentique.

INDICES : 🔍

✓  **LE MONTAGE** : Plus lent (une coupe toutes les 3-4 secondes). Les plans sont plus longs.

✓  **LE SON** : Sons réels et naturels. On entend la voix du journaliste (voix off) ou des personnes qui parlent (talking heads).

✓  **L'IMAGE** : Couleurs naturelles, proches de la réalité. Angles de caméra spontanés qui suivent l'action.

✓  **LES PERSONNAGES** : Différentes personnes prennent la parole directement.

SLOW
(UTS!)



RÉALITÉ
BRUTE

TON GUIDE DE DÉTECTIVE



PUBLICITÉ

- Format court
- Montage rapide (beaucoup de coupes)
- Musique d'ambiance dominante
- Textes animés et ralentis
- Mouvements de caméra très planifiés

**FAST
PACED!**



REPORTAGE



- Format plus long
- Plans longs (coupes lentes)
- Sons naturels et interviews (Talking heads)
- Couleurs réelles
- Caméra à l'épaule / spontanée

**REAL
LIFE!**

TON OUTIL : LA GRILLE D'ANALYSE

Pour décoder une vidéo, pose-toi ces trois questions pour chaque plan :



1. QU'ENTENDS-TU ?

(Voix, sons, musique, ambiance)



2. COMMENT EST-CE FILMÉ ?

(Gros plan ou plan large ? La caméra bouge-t-elle ? Angle de vue ?)



3. QUE VOIS-TU ?

(Le contenu de l'image, l'action)

DÉFINITION :

Un Plan = Une partie du film comprise entre deux coupes.

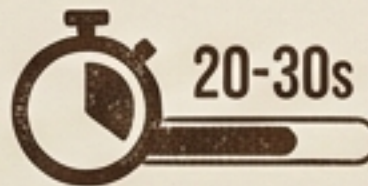


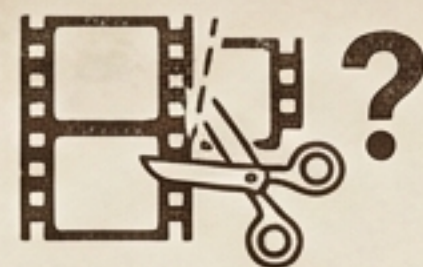
MISSION : ANALYSE UNE SÉQUENCE !

MISSION BRIEFING



1. 1. CHOISIS TA CIBLE :
Une publicité ou un reportage télévisé.

2. 2. OBSERVE : 
Regarde seulement les 20 à 30 premières secondes.

3. 3. COMPTE LES COUPES :
Combien de fois l'image change-t-elle ? 

4. 4. ENQUÊTE : 
Utilise ta grille d'analyse. Quel type de langage cinématographique est utilisé ? 

ASTUCE

Les publicités ont souvent des coupes très rythmiques calées sur la musique !

TU ES PRÊT À LIRE LES IMAGES !

Comprendre les techniques, c'est comprendre le message.



Est-ce qu'on veut te **vendre un rêve** ou te **montrer la réalité** ?

La prochaine fois que tu es devant un écran, ne fais pas que regarder...
ANALYSE !