

Étude d'un message publicitaire

Objectifs

- analyser les composantes d'une publicité;
- distinguer les éléments informatifs des éléments incitatifs présents dans la publicité
- renforcer son esprit critique envers la publicité.

Type de message publicitaire

- Pub radio Pub TV Pub presse écrite Affichage

I. Décrire la publicité :

1. De qui s'agit-il ?
2. Où cela se passe t-il ?
3. Quand cela se passe t-il ?
4. De quoi ou de qui parle t-on ?
5. Qui a commandé la publicité ?

II. Analyser la publicité

1. Définir

- Les personnages
- Les regards
- Les gestes
- Les objets
- Le décor
- L'action

2. Décrire les caractéristiques des composants du message publicitaire

Pour les images fixes ou animées

- Le cadrage :
- Les éclairages :
- La profondeur de champ :
- Les couleurs dominantes :
- Les trucages éventuels :
- Les angles de prise de vue :
- L'organisation esthétique :
- Les mouvements de la caméra (pour un film) :

Pour un message publicitaire dans la presse écrite et de type affiche

Quelle typographie est utilisée ?

Quelles sont les couleurs du texte ?

Où est-il disposé ?

Quelles sont les mentions écrites ?

Quel est le slogan ?

Pour un message publicitaire à la TV ou à la radio

Qui parle ?

Résumer le contenu et le sens du message.

Quels sont les bruitages ?

Quelle musique accompagne le message publicitaire ?

Quel est le slogan ?

3. Analyser les composants du message publicitaire

Jusqu'ici, ce travail a été essentiellement descriptif. Il ne fait intervenir aucune interprétation. Nous avons décrit le **signifiant** de la publicité, c'est-à-dire ce que voit l'œil, ce qu'entend l'oreille, le **dénoté**.

Maintenant, nous allons remonter au **connoté** c'est à dire **aux signifiés** véritables de l'image. Il va alors falloir faire parler l'image.

En effet, l'image publicitaire n'est pas le reflet fidèle de la réalité. Ce n'est pas une traduction neutre de la réalité qu'elle représente. Tout a été élaboré pour guider le lecteur vers un sens choisi d'avance. Quel message nous livret-elle ?

L'image et ses composantes

Quelles significations tirez-vous de toutes les composantes de l'image ?

Le texte ou la bande son

Ce qui est dit et comment cela est-il dit, et ce qui n'est pas dit.

Quels effets produisent les bruitages, la musique ?

III. Comprendre la publicité, développer son esprit critique

1. A qui s'adresse la publicité ? Quelle est la cible ?

Quels éléments permettent de justifier la réponse.

2. Dégager les valeurs associées au produit. Quelles sensations et quelles émotions cette publicité transmet-elle ?

3. De quels avantages cette publicité est-elle créditée grâce à ces références ?

4. Trouver des arguments de vente.

5. Quelles sont vos réactions ? Avez-vous aimé, détesté ? Vous a-t-elle laissé indifférent ?

6. Est-ce une publicité réussie selon vous ? Du point de vue de l'efficacité ? Du point de vue de l'esthétisme ?

7. Avez-vous envie d'acheter ou d'adhérer à l'idée ?