

Projet 4B

Période 1

Education à l'image, aux images, Regard sur internet

On dénombre **cinq types d'images** :

- 1- Celles qui présentent ce qui se passe dans le monde (images de presse, télévision...),
- 2- Les images qui représentent le monde vu par un artiste (les œuvres d'arts, les photographies...),
- 3- Celles qui racontent des histoires (les bandes dessinées par exemple),
- 4- Les images qui précisent ce que l'on construit ou qui représentent le terre à échelle réduite (une carte de géographie, un plan d'architecte...),
- 5- Les images qui servent à vendre quelque chose (la publicité)

Objectifs principaux:

- 1) Apprendre à différencier les natures de l'image et les différents codes de composition.**
- 2) Comprendre l'importance de l'interprétation. Un principe que l'on souhaite faire passer: les images, il faut y prêter attention. On peut en faire ce que l'on veut.**

Pour cela, il est nécessaire d'accéder à une lecture symbolique pour concevoir les intentions de l'auteur.
Mais qu'est-ce que lire ?

« Apprendre à lire une image, c'est apprendre à déchiffrer, à analyser ce qui n'a été que jusque là que trop souvent contemplé. Il s'agit de faire passer les élèves d'une lecture passive, presque subie, à une lecture active, organisée, réfléchie avec la recherche assidue du sens. » (Pascal Dejoux)

Durée : 6 semaines

Projet 4ème B (EGPA) : Education à l'image

ACTIVITÉS	COMPÉTENCES		
Activités prévues	N° de l'item	Compétences travaillées	Compétences évaluées (mode d'évaluation)
<p>Rituel: 1 image par jour (Gwen et Caro le jeudi) et 1 tableau par semaine</p> <p>Echanges, débats autour des images, vidéos, sujets proposés. Exposé, présentation d'un travail individuel ou collectif (oeuvre à présenter, création à expliquer...)</p> <p>Analyse de caricatures ou dessins simples d'information</p> <p>Dans quel média? A quoi servent-ils?</p> <p>Rappel : dans certains pays, la caricature est interdite (religions iconoclastes)</p>	ML 01	S'exprimer à l'oral comme à l'écrit dans un vocabulaire approprié et précis	Evaluation individuelle : grille à respecter pendant les exposés
	ML02	Prendre la parole en respectant le niveau de langue adapté.	Evaluation : grille à respecter pendant les présentations et les exposés
	CH08	Distinguer les grandes catégories de la création artistique (littérature, musique, danse, théâtre, cinéma, dessin, peinture, sculpture, architecture).	
	CH09	Reconnaître et décrire des oeuvres visuelles ou musicales préalablement étudiées : savoir les situer dans le temps et dans l'espace, identifier le domaine artistique dont elles relèvent, en détailler certains éléments constitutifs en utilisant quelques termes d'un vocabulaire spécifique.	Evaluation en binôme : exposés Evaluation individuelle : questionnaires élaborés par les élèves sur leur propre exposé
<p>Comprendre une publicité (papier ou image), le contenu du texte</p> <p>Rôle de la symbolique (signifiant/ signifié)</p> <p>Durant toutes les lectures d'images, les découvertes de publicité...</p> <p>Interprétations à justifier</p>	ML10	Repérer dans un texte des informations explicites	(A l'oral)
	ML11	Inférer des informations nouvelles (inférences)	(A l'oral)
<p>Lexique propre à la lecture d'image (1er plan... / Gros plan, plan américain...)</p> <p>Lexique des consignes : description, interprétation</p> <p>Fiches d'entraînement</p> <p>Rédaction d'exposés</p>	ML16	Comprendre des mots nouveaux et les utiliser à bon escient.	Fiches + A l'oral
	ML17	Maîtriser quelques relations de sens entre les mots	Grille d'évaluation de l'exposé
	ML18	Maîtriser quelques relations concernant la forme et le sens des mots	Auto-évaluation : evaluation rédigée par les élèves pour leurs camarades sur leur exposé
<p>Photomontage numérique d'un autoportrait à partir des photos de classe. Prise en main du logiciel Paint.</p>	MA14	Résoudre un problème mettant en jeu une situation de proportionnalité	Evaluation individuelle en informatique: agrandir et réduire une image sans l'écraser.
	B2i C2,7	Je mets mes compétences informatiques au service d'une production collective.	Rendre un auto-portrait fini
	ST01	Pratiquer une démarche d'investigation : savoir observer,	Validation par les professeurs (observation)

		questionner.	
	CH10	Pratiquer le dessin et diverses formes d'expressions visuelles et plastiques (formes abstraites ou images) en se servant de différents matériaux, supports, instruments et techniques.	
	CH12	Inventer et réaliser des textes, des oeuvres plastiques, des chorégraphies ou des enchaînements, à visée artistique ou expressive.	
	B2i C2,3	Lorsque j'utilise ou transmets de documents, je vérifie que j'en ai le droit.	
Vinz et Lou Cours sur Facebook et son utilisation (privée, publique). Aborder des notions juridiques : droit à l'image/ droit d'auteur/ Liberté d'expression	B2i C2,1	Je connais les droits et devoirs indiqués dans la charte d'usage des TIC et la procédure d'alerte de mon établissement.	Contrôle écrit à partir des fiches Vinz et Lou.
	B2i C2.2	Je protège ma vie privée en ne donnant sur internet des informations me concernant qu'avec l'accord de mon responsable légal	
	B2i C2,3	Lorsque j'utilise ou transmets de documents, je vérifie que j'en ai le droit.	
	B2i C2,5	J'applique des règles de prudence contre les risques de malveillance (virus, spam...)_	
	B2i C2,6	_Je sécurise mes données (gestion des mots de passe,_fermeture de session, sauvegarde)	
Résolution en Conseil de conflits liés aux réseaux sociaux. Débats à visée philosophique sur les libertés, la liberté (en lien avec internet : « Peut-on tout écrire sur internet? »	SC02	Comprendre les notions de droits et de devoirs, les accepter et les mettre en application	Validation Collective des enseignants présents au Conseil
	SC03	Avoir conscience de la dignité de la personne humaine et en tirer les conséquences au quotidien.	
Actualité et vidéos, images... ce que nous renvoient internet et la télévision de l'actualité : comparer 2 chaînes de télévision, des vidéos sorties de leur contexte (Youtube...) .	Palier 3 SC06	Fonctionnement et rôle de différents médias	
		Connaître les grands médias d'information (presse écrite, presse audiovisuelle, nouvelles technologies de l'information et de la communication) Mener une réflexion critique sur l'information selon sa présentation par les différents médias	
Compétences travaillées tout au long du projet au cours de toutes les activités.	B2i C2,6	Je sécurise mes données (gestion des mots de passe,_fermeture de session, sauvegarde)	Compétences évaluées en fin de période (Fiche d'Auto-évaluation
	AI01	Respecter des consignes simples en autonomie.	
	AI02	Montrer une certaine persévérance dans toutes les activités.	

	AI03	Commencer à savoir s'auto-évaluer dans des situations simples.	+ profs)
	AI04	Soutenir une écoute prolongée	
	AI05	S'impliquer dans un projet individuel ou collectif.	
	PALIER 3	Être autonome dans son travail : savoir l'organiser, le planifier, l'anticiper, rechercher et sélectionner des informations utiles	
		Organiser son travail en classe.	
	AI04	Gérer et organiser son travail personnel.	
		Rechercher et sélectionner par soi-même des informations utiles dans son travail, pour accomplir une tâche, analyser une situation de la vie quotidienne.	
	PALIER 3	S'intégrer et coopérer dans un projet collectif	
		Participer à la conception d'un projet collectif en prenant en compte les potentialités du groupe et les objectifs fixés.	
	AI09	S'impliquer dans la mise en œuvre du projet collectif.	
		Présenter le projet ou la production en valorisant la contribution de chacun.	
	PALIER 3	Manifester curiosité, créativité, motivation, à travers des activités conduites ou reconnues par l'établissement	
		Manifester son désir de découvrir, de connaître et de comprendre.	
	AI10	Montrer de l'originalité dans ses démarches et ses productions.	
		Être actif dans son apprentissage.	
		Assumer des rôles, prendre des initiatives et des décisions	
		Dans une situation particulière, accepter des responsabilités.	
	AI11	Se porter volontaire pour une action, un rôle, une mission	

Documents – Ressources

<http://www.vinzetlou.net/>



Discussions



ANALYSER UNE PUBLICITE

(niveaux 4e ou 3e)

Pour ce travail, seules les réponses aux questions 3 et 7 doivent être rédigées ; pour les autres vous pouvez écrire en notes (mais sans abréviations).

I. Que voyons-nous

1. Décrivez objectivement le contenu de la publicité :

- > Qu'est-ce qui saute aux yeux en premier ?
- > Qu'y a-t-il au premier plan ?
- > Qu'y a-t-il à l'arrière-plan ?
- > Le ou les personnage(s) (Combien sont-ils ? Que font-ils ? Que regardent-ils ? Quels sentiments semblent-ils éprouver ou exprimer ?)

2. a) Distinguez s'il y a lieu les différents types d'images et les différents types de textes (Où se trouvent-ils dans la publicité ? Quelle taille ont-ils ? Etc.)

Images	Textes
- Image principale	- Nom de la marque
- Logo	- Slogan
- Autre(s) image(s)	- Texte explicatif
	- Formule(s) obligatoire(s)
	- Textes hors publicité (nom du photographe ou autre)

b) Etudiez le rapport entre le(s) texte(s) et l'(les) image(s) : que voit-on en premier ? En quoi l'un fait-il comprendre l'autre ? Etc.

II. Qu'imaginons-nous ?

3. « Que s'est-il passé ? ». Ecrivez un récit de 5 à 10 lignes dans lequel vous imaginerez ce qui s'est passé pour aboutir à ce que l'on voit sur l'image de la publicité.

- Votre récit sera au passé simple et commencera par « Un jour... ».

- Vous pouvez inventer ce que vous voulez, à condition que votre récit soit logique par rapport à l'image.

III. A quoi veut nous faire penser le publicitaire ?

4. a) Choisissez des couples d'opposition qui vous semblent mis en scène dans cette publicité (cf. la fiche « Les couples d'oppositions »).

b) Parmi les couples que vous venez de citer, lesquels jouent un rôle particulièrement important dans l'argumentation de cette publicité et pourquoi ?

5. Une publicité fait presque toujours référence à quelque chose de connu de tous (une œuvre célèbre, un événement historique, une habitude de vie, un fait de société, un proverbe, etc.), mais pour le détourner.

a) A quoi cette publicité fait-elle référence ?

b) Comment cette référence est-elle détournée ?

6. Retrouvez les « thèses types » qui sont exprimées dans cette publicité (cf. la fiche « Les thèses types dans la publicité »).

7. Reconstituez (en un petit texte de 5 lignes environ) l'argumentation sous-entendue qui part de l'image pour arriver à la thèse principale : « Il faut acheter (utiliser, consommer, etc.) (notre produit) ».

Les couples d'opposition
(pour répondre à la question 4)

Ce sont des couples qui apparaissent de manière explicite ou implicite dans la plupart des argumentations, en particulier dans les publicités.

On peut aussi les utiliser comme point de départ pour approfondir le sens de n'importe quel texte ou de n'importe quelle image, pas forcément argumentatifs.

Il ne reste plus ensuite qu'à se poser des questions du genre : « Pourquoi l'auteur / le peintre / le publicitaire / etc. a-t-il choisi de montrer cet objet / cette personne / ce paysage / cet événement / etc., clair plutôt que foncé ? / ancien plutôt que nouveau ? / pauvre plutôt que riche ? / etc. »

petit / grand	sombre / clair	réel / imaginaire	public / privé	passé / futur	mobile / immobile
gros / mince	coloré / en noir et blanc (gris)	beau / laid	civil / militaire	normal / anormal	ordonné / chaotique
épais / mince		triste / gai	laïque / religieux	utile / inutile	
court / long		heureux / malheureux	sacré / profane	honnête / malhonnête	sapide / insipide
haut / bas	masculin / féminin	ami / ennemi		fidèle / infidèle	nomade / sédentaire
avant / arrière	jeune / vieux		cuit / cru	confiant / méfiant	reconnaissant / ingrat
gauche / droite	nouveau / ancien	animé / inanimé	aigu / grave	naïf / rusé	curieux / blasé
vertical / horizontal	chaud / froid	animal / humain	flou / net	agité / calme	inné / acquis
courbe / droit	rapide / lent	sauvage / civilisé	propre / sale	doux / violent	nécessaire / superflu
droit / tordu	pauvre / riche	naturel / artificiel	malade / sain	doux / rude	taché / immaculé
large / étroit	vivant / mort	naturel / culturel	sec / mouillé	fini / infini	confortable / inconmode
éloigné / proche		manuel / intellectuel	sec / humide	comique / tragique	animé / inanimé
plein / vide	bon / mauvais	traditionnel / moderne	habité / désert	souple / raide	étranger / autochtone
dur / mou	gentil / méchant	artisanal / industriel	banal / original	solide / fragile	spontané / élaboré
ouvert / fermé	intelligent / bête	occidentale / orientale	rare / fréquent	libre / opprimé	fier / humble
beaucoup de / peu de	ignorant / savant	du nord / du sud	commun / exceptionnel	lâche / courageux	avare / prodigue
multiple / unique	sage / fou	rural / urbain	inconnu / familier	vertueux / vicieux	pacifique / belliqueux
fort / faible	vrai / faux	individuel / collectif	passé / présent	endormi / éveillé	

D'autres idées ? Notez-les

Les « thèses types » dans la publicité

(pour répondre à la question 6)

Toute publicité contient une argumentation, mais elle est presque toujours implicite. On retrouve toutefois assez facilement la ou les thèse(s), surtout que les publicitaires, qui cherchent à atteindre le plus grand nombre, choisissent en général des thèses très simples et ce sont presque toujours les mêmes qui reviennent dans chaque publicité.

Voici donc une liste (non exhaustive) des thèses-types utilisées par les publicitaires.

Il faut acheter notre produit parce que :

- il est pratique, il simplifie la vie
- il est plus facile à utiliser que les autres
- il est moderne
- il est bon pour la santé
- c'est le n°1 dans son domaine
- il est très ancien (il est fabriqué « depuisÉ »)
- il a été validé par un spécialiste
- il a été validé par un test
- une vedette elle-même le consomme, s'en sert
- il a un label de qualité
- il a un label d'authenticité
- il est garanti d'origine
- il a été conçu selon la tradition
- c'est un produit naturel
- il est économique
- il a un bon rapport qualité / prix
- c'est un produit de luxe
- il n'en existe qu'un petit nombre d'exemplaires
- il est esthétique
- il est original
- il répand le bonheur autour de lui
- il prouve notre amour pour celui pour qui on l'achète
- il est « magique »
- il ne contient pas de produit polluant ou à risque
- il a été confectionné dans de bonnes conditions sociales

