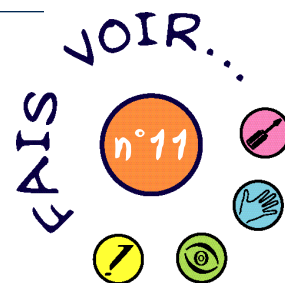


Cette fiche

- > fait partie d'une série éditée par l'association APTE ;
- > présente des activités à la fois ludiques et formatrices dans le domaine de l'éducation à l'image et aux médias ;
- > vise à développer le regard critique ;
- > s'adresse à toute personne ayant une action éducative auprès d'enfants ou de jeunes (animateur, enseignant, formateur, parent...);
- > cherche à donner des contenus précis tout en laissant l'utilisateur libre de développer son imagination pédagogique en fonction de sa situation, de ses compétences, de son public ;
- > propose, sur un même thème, une activité de "lecture"/analyse et une activité d'"écriture"/production liées entre elles.



« Et bien dansez maintenant... »

Médias et références culturelles

Un certain nombre de produits médiatiques contiennent des références à des œuvres plus anciennes de notre culture. Ils sont ainsi des manifestations de la continuité culturelle entre les œuvres du passé et celles de la modernité. C'est le cas, par exemple, de spots publicitaires empruntant des thèmes à des contes traditionnels ou à des récits classiques (Channel 5 : « Le petit Chaperon rouge », Badoit : les fables de La Fontaine, etc.). C'est aussi le cas d'œuvres de fiction fondées sur la reprise détournée et transformée de références littéraires diverses (le dessin animé « Les trois petites sœurs » inscrit chaque épisode dans le contexte d'un récit traditionnel comme « Le joueur de flûte de Hamelin », « Le petit Poucet », « Moby Dick », etc.). D'autres de ces produits médiatiques comportent des références à des œuvres « modernes » (spot Hyundai : générique de film de James Bond, spot Peugeot 406 : « le baiser » de Doisneau, etc.). Dans tous les cas se pose le problème de la reconnaissance de la référence et celui de la compréhension de son utilisation dans ce nouveau contexte.



Activité de lecture/analyse

lecture / analyse d'images

Il est possible de :

- reconnaître la ou les références, ce qui suppose, devant tout message médiatique, de tenter d'établir des liens avec d'autres œuvres. La reconnaissance de la référence doit s'appuyer sur l'analyse de tout ce qui permet de la reconnaître dans l'image et le son, mais aussi de tout ce qui relève de « transformations » par rapport à l'œuvre première.
- s'interroger sur l'usage qui est fait de la référence dans ce nouveau contexte.

Suggestions d'activités (sur au moins 2 ou 3 séances) :

- Temps 1.

A partir d'un spot publicitaire comportant des références (Badoit : « La cigale et la fourmi » ou Hyundai : générique de James Bond)...

Le meneur de jeu présente le spot au groupe sans faire allusion à la référence. À quoi cela nous fait-il penser ?

- Temps 2.

Lorsque la référence apparaît, on recherche, d'abord individuellement puis en groupe, tous les indices qui y renvoient et on repère ce qui l'en distingue.

- Temps 3.

Le meneur de jeu présente l'œuvre de référence et fait établir des liens. Pourquoi avoir choisi cette référence : qu'apporte-t-elle à l'argumentaire publicitaire ? Quelle « promesse » de l'annonceur soutient-elle ?



Préparation :

Le meneur de jeu aura préalablement enregistré des spots publicitaires et les œuvres auxquelles ils se réfèrent.

Matériel :

- 1 téléviseur ;
- 1 magnéscope.



Activité d'écriture/production

Ecriture / production d'images



Il s'agit ici de sensibiliser les enfants à la possibilité de « jouer » avec les références tout en cherchant à garder les éléments forts de ces références.

À partir d'une situation proposée au groupe, chacune des équipes devra associer une référence culturelle. Il s'agira pour les autres équipes de retrouver la référence utilisée.

- Temps 1.

On constitue des équipes de trois participants.

- Temps 2.

Le meneur de jeu propose aux équipes de réaliser une image à partir d'une phrase simple, par exemple : « présentation d'un livre ». L'image réalisée devra faire allusion à une référence culturelle tirée au sort (et gardée secrète par chacune des équipes jusqu'au visionnement en commun).

- Temps 3.

On procède au tirage au sort.

Le meneur de jeu aura préparé une série de billets comportant chacun une référence, par exemple : « statue de la Liberté », « moine copiste », « Bernard Pivot », « le discobole », « la Joconde »...

- Temps 4.

Les équipes réalisent leur image.

- Temps 5.

Chacune des équipes présente son image, les autres cherchent à découvrir la référence.

Matériel :

pour une équipe :
1 appareil numérique

pour le groupe :
1 téléviseur



Variante

L'activité peut être menée en vidéo. Chaque équipe réalisera alors une série de deux ou trois plans maximum. Le meneur de jeu aura choisi ses références en fonction du média choisi pour l'activité.