

Grille d'analyse d'un spot publicitaire

L'ordre proposé n'est pas définitif. À vous de déterminer la manière la plus appropriée de présenter votre analyse de façon cohérente et logique. Pensez que le tout n'est pas d'être exhaustif, mais de présenter ce qui vous semble le plus pertinent dans le texte audiovisuel publicitaire proposé.

Déroulement du spot

1. chronométrage
2. nombre de plans / jeu sur la durée des différents plans ?
3. nombre de séquences / comment s'effectue(nt) le(s) raccord(s) (son, regard, mouvement...)?
4. comment sont faites les transitions entre plans (fondus, cut) ? / Y-a-t-il une figure plus intéressante à expliquer particulièrement en fonction des procédés techniques utilisés (ralentis, accélérés...)?

Éléments d'énonciation

5. quelle est la position énonciative perceptible dans ce spot (intra/extra/homo/hétéro - diégétique)? est-elle constante ou bien varie-t-elle à l'intérieur du spot ?
6. comment se positionne le spot du point de vue du discours assumé (authentique, fictionnel, promotionnel, esthétique)?

Éléments de narrativité

7. donner rapidement le contenu de la diégèse : description rapide du processus de narration si spot essentiellement basé sur une narration:
sujet: les caractéristiques des personnages et ce qu'elles connotent (compétences initiales)
objet: les manifestations du produit à travers son nom et son image (quand ? combien de fois ?)
anti-héros: les éléments qui contrecarrent la performance du sujet.
adjuvants: les éléments qui facilitent la performance du sujet.
état initial: la situation de départ dans laquelle se trouve le sujet.
état final: la situation à laquelle arrive le sujet (nb: la sanction est normalement toujours euphorique car elle se résume dans l'acte de consommation suggéré)

Caractérisation du spot

8. quelle stratégie de manipulation est mise en place dans le spot (argumentation, narration) par le biais de quelle méthode (séduction-fascination, information, une combinaison de plusieurs méthodes) ?
9. quelle(s) figure(s) rhétorique(s) prédominante(s) est / sont au service de cette manipulation ?

Lecture synchrétique du spot

10. observer la mise en relation des voix, musiques et sons avec les éléments visuels du spot:
*quand les éléments sonores interviennent-ils (empathiques ou anempathiques) ?
*spécifiquement pour les voix: qui parle ? pour dire quoi ? à qui ?
*de façon générale: comment se répartissent les éléments sonores dans le champ (in / out / off).
Les éléments sonores suggèrent-ils un hors-champ ?
*y-a-t-il emploi pertinent de procédés visuels particuliers (angle de prise de vue, échelle...) Quels effets cela produit-il sur l'imaginaire du récepteur ?