

Comparaisons avec deux autres publicités

Honda Civic 2009 : http://youtu.be/KuAEIZJI_do

1) Quelle est la différence avec la publicité pour le parfum ?

Cette publicité est basée sur l'imitation par les bruitages et non sur la musique. Le slogan est au début et non à la fin.

2) Quelle est l'intention globale ? :

Elle est donnée dès le début par la voix off qui dit en anglais « *Voici à quoi la Honda Civic ressemble* »...Il s'agit d'imiter la voiture, en montrant que des adultes peuvent s'amuser comme le font les enfants.

3) Décris l'image :

Alternance entre les éléments qui composent la voiture et la chorale qui s'amuse à reproduire vocalement (et en percussions corporelles) les divers bruits. Alternance des plans (rapprochés, américain, vue d'ensemble).

4) **Décris les personnages** : la chorale, le chef (complicité entre celui qui dirige et ceux qui sont dirigés – chœur, et la voiture dont on ne voit pas le conducteur).

5) Les bruitages : comment sont-ils réalisés ? Relèves-en quelques-uns. A quelle image correspondent-ils ?

Toux (contact), Sifflement (démarrage), tapotis sur les dents (pneus sur gravier et pluie), souffle en tournant le buste (voiture qui passe), souffle en mettant la main devant la bouche (dans le tunnel), son très aigu (ouverture-fermetures des vitres), coup sur la poitrine, souffle puissant entre les dents – kchch (image du chien à la fenêtre ou fenêtres qui se ferment), chuchotis sur ou en sautant et phonème « ffff » (camion-poubelles), son tchch fort et court, voix parlée hu-wee régulier en bougeant le buste (essuie-glaces), claquements de langue (pluie). Chuchotis forte sur un Oh, wah (voiture sur la neige, sur la chaussée, etc), tapotis sur la poitrine en soufflant la bouche grande ouverte (roule sur les pavés), voix de fausset qui tremblote (freins dans le virage), beatbox et sifflement en rythme (disque qui se met en marche), voix très grave sur Ah, fort, voix aiguë bouche ouverte en tournant la tête (voiture qui passe très vite), pieds claqués par terre (moteur à explosion ?), chœur entier même son qui accélère et augmente, la voiture file au loin (grand bruit de souffle).

6) Que se passe-t-il à la fin ?

Silence complet final. Un choriste sourit. Slogan en surbrillance sur l'écran. Le nom du produit, l'inscription « le pouvoir des rêves ».

7) Dans la liste des mots-clés, où classerais-tu cette publicité ?

solidité – voyage – liberté – puissance -

Travail de création sonore : Une scène du film « Duel » de Steven Spielberg : <http://youtu.be/o-vgfolxW3s>

Regarde attentivement cette scène en prenant des notes (bruitages, musique), rapport image/son.

Pour la semaine prochaine, tu rédigeras un résumé de la bande son dans son rapport avec l'image, en suivant le plan des analyses faites en classe, et tu travailleras les bruitages pour sonoriser toi-même la scène dont le son aura été coupé (travail par groupes). Nous enregistrerons ces bruitages pour les repasser sur la scène muette et en réaliserons une critique collective.

Synchronisation : réalisation de la concordance de l'image et du son dans un film.

Post-synchronisation : technique employée lors de la postproduction de films. Elle consiste à remplacer des dialogues dont la prise de son originale n'est pas exploitable en raison de bruits parasites par exemple pour le mixage final d'un film.

