

# Analyse d'un spot TV

Spot tv concernant la tranche d'âge : 11 - 13 ans.

## Le synopsis

Un groupe de jeunes adolescentes parlent de ce qu'elles voient sur les écrans. Elles parlent de leurs insécurités face aux actrices qui ont un corps parfait dans le films et se demandent pourquoi elles ne ressemblent pas à ça. Elles expliquent à quel point elles sont marquées par ces images de canons de beauté.

## La note d'intention

Pour ce spot parlant d'à quel point les images peuvent marquer les publics plus jeunes, on peut prendre un groupe de jeunes filles parlant de leurs insécurités face à la vision d'actrices parfaites. Leur détresse pourra démontrer à quel point des images semblant anodine peuvent affecter les plus jeunes. L'utilisation de jeunes filles dans un milieu familier (la chambre) lors d'un scénario commun (une pyjama party) permettra aux parents de « reconnaître » leur fille et seront sensibilisés, faisant plus attention à ce que leurs enfants regardent à la télé.

## Storyboard

Les personnages	5 jeunes adolescentes ayant de 11 à 13 ans, toutes d'ethnies différentes => inclusion
Le récit	Une des filles commence à parler d'un film qu'elle a vu où on voyait des femmes avec un corps parfait. Les autres filles suivent en parlant de leurs insécurités physiques mais aussi qu'elles sont obligées de regarder ça. Le spot finit en démontrant que ces images ont bel et bien eu un impact sur ces adolescentes.
Les dialogues	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le dialogue débute avec une adolescente parlant d'un film où elle a vu des actrices aux corps parfaits, se demandant pourquoi elle ne ressemble pas à ça. La discussion enchaîne sur ses amies qui se sentent elles aussi, mal dans leur peau : « planche à pain ». Venant aussi à la conclusion que si elles ne regardent pas ce genre d'images, elles sont discriminées.</li><li>• Une voix off poursuit, expliquant que ces images ont toujours un impact sur les plus jeunes.</li></ul>
Le décor/contexte	Les jeunes filles sont toutes en pyjama, dans une chambre. Elles sont donc clairement en train de faire une pyjama party ensemble. Le groupe est assis en cercle en train de parler tandis qu'une autre fille est allongée sur le lit derrière. Elles ont aussi toutes leurs portables en main. L'utilisation du portable ainsi que les pyjamas actuels des jeunes filles montrent que le spot se déroule de nos jours.
Les sons	Les sons de ce post sont des sons on in et off. <ul style="list-style-type: none"><li>• Pour les sons on, on retrouve donc des sons intradiégétiques : les</li></ul>

	<p>paroles des filles cadrées par la caméra ; le bruit du clavier de leurs téléphones quand elles sont filmées en train de scroller sur les réseaux sociaux tels que tik tok et instagram.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour les sons off, on retrouve des sons extradiégétiques : les dialogues des filles hors caméras qui répondent à leur amie ; la voix off en fin de vidéo qui fait passer le message du spot.</li> </ul>
Réalisation et découpage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des séquences qui s'enchaînent de manière logique : c'est une caméra subjective qui suit une fille à chaque fois qu'elle prend la parole.</li> <li>• plan d'ensemble quand on voit le groupe de fille ensemble dans son entièreté.</li> <li>• plan poitrine à chaque fois que la caméra vise une des filles en train de parler, cela crée un sentiment de proximité et le spectateur à l'impression d'être lui aussi, assis avec elles. Il se sentira plus concerné par cette conversation.</li> <li>• plan américain quand au moins deux filles sont dans le champ de la caméra pour continuer de donner cette impression au téléspectateur d'être avec les filles.</li> </ul>

Le spot se déroule en seulement 30 secondes, avec peu de silences car les discussions s'enchaînent, les rares moments de silence sont au début de la publicité quand le groupe de filles prend un selfie et quand elles sont sur leur téléphone lors de la fin du spot.