



# ATELIERS VIDEO KOSTIK

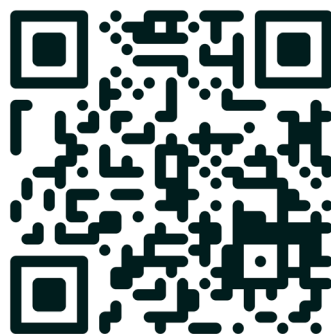
Actions Culturelles  
Pédagogiques et ludiques



# ATELIERS VIDEO KOSTIK

Durée : 10 ou 15 heures  
10 à 30 participant-e-s  
Âge : 10-18 ans  
prévoir un ou deux encadrant-e-s

Flashez ou cliquez ;-)



vidéos kostiks réalisés à  
l'Espace M.Sangnier de Mt-st-Aignan (76)

## ACTIONS CULTURELLES PÉDAGOGIQUES ET LUDIQUES

L'action culturelle Vidéo Kostik propose la réalisation collective d'un « suédage » (remake artisanal d'un film culte) de la bande-annonce de Titanic, à l'aide de smartphones et de beaucoup d'ingéniosité. Il s'agit d'un temps fort collaboratif et créatif où chaque individu peut s'exprimer.

Les participant-e-s s'organisent et se répartissent les rôles : réalisat-eur-ric-e-s, accessoiristes, comédien-ne-s, éclairagistes ou encore machinistes. Dans un espace partagé, tout le nécessaire est mis à disposition : perruques, costumes, souffleurs à feuilles, bâches, objets roulants et matériel de dessin.

Le défi est de taille : 36 plans à recréer avec les moyens du bord, incluant un bal irlandais, des travellings, une chorale, des couchers de soleil (avec vent dans les cheveux !) et, bien sûr, un naufrage. Le film est monté en direct, tandis que l'équipe se relaie pour réaliser le making-of.

Ce travail est encadré par trois artistes (comédiens et réalisateurs) de la compagnie Acid Kostik.

## QU'EST-CE QUE LE SUÉDAGE ?

Le suédage est un terme inventé par **Michel Gondry** (Eternal Sunshine, 2004) dans le film **Soyez Sympa Rembobinez** qu'il a réalisé en 2008. Dans ce film, les protagonistes sont contraints à refilmer les grands classiques des vidéoclubs dans un temps record et avec les moyens du bord.

Le suédage consiste donc à réaliser un remake de film avec des moyens rudimentaires. Les réalisat-ric-eur-s doivent faire preuve de créativité et d'ingéniosité pour offrir leur vision du film. Les acteurs et actrices doivent rejouer les scènes en s'inspirant de l'original. Le résultat est souvent décalé et laisse une grande place à la spontanéité et à l'humour



## OBJECTIF PÉDAGOGIQUE ET PUBLIC VISÉ

-**Passer d'une consommation passive des écrans** à une pratique citoyenne, créative et critique.

-**Stimuler la créativité, la prise d'initiative et la confiance en soi.** Développer le lien social, valoriser chaque enfant dans un travail de groupe et développer l'estime de soi.

-**L'humanisme numérique** appliqué à la pédagogie : on part d'une culture commune (le cinéma, la vidéo) pour créer une œuvre collective où la technologie n'est pas une fin en soi, mais un moyen d'expression et de collaboration.

Cette démarche s'inscrit principalement dans le cadre de l'EAC (Éducation Artistique et Culturelle) et de l'EMI (Éducation aux Médias et à l'Information).

## POURQUOI CE PROJET EST UNE PÉPITE PÉDAGOGIQUE

**Le passage de «Consommateur» à «Créateur» :** La génération Alpha regarde des milliers d'heures de vidéo. Ici, ils déconstruisent le «magique» de l'image pour comprendre la mécanique (lumière, cadre, mouvement).

**L'inclusion totale :** En valorisant les métiers de l'ombre (machinerie, effets spéciaux «low-tech», costumes), nous montrons que le numérique ne fonctionne que grâce à l'intelligence humaine et physique.

**L'intelligence collective :** Pour réussir un travelling avec une caisse roulante et de la fumée au bon moment, il faut une synchronisation parfaite. C'est une leçon de vie en société.

## LES 3 DIMENSIONS DE L'APPRENTISSAGE DANS CET ATELIER

**L'axe technique (EMI) :** Comprendre qu'une image est un point de vue. Choisir un angle de vue, c'est déjà apprendre à ne pas croire tout ce qu'on voit sur un écran.

**L'axe artistique (EAC) :** Le «système D» (faire bouger des bâches pour simuler la mer) stimule l'imaginaire bien plus qu'un filtre numérique tout fait. C'est l'humanisme qui reprend le dessus sur l'automatisme.

**L'axe social :** Redonner de la valeur au geste manuel dans un projet technologique. Celui qui pousse la caisse est aussi vital que celui qui tient la caméra.



## COMMENT ÇA SE PASSE ?

Il faut compter entre 12 et 16 heures pour mener cette action à son terme. Les séances, bien que ludiques, sont exigeantes ; elles ne peuvent donc excéder 3 heures (pause incluse). Pour maintenir une bonne dynamique de groupe, il est préférable de condenser l'action sur une même semaine.

### SÉANCE 1 (3H)

- Analyse de la bande-annonce : étude du cadrage, des mouvements de caméra, des décors et des accessoires.
- Découverte des outils de création : prise en main des souffleurs, lumières LED, costumes.
- Phase de brainstorming.
- Division en deux groupes : réalisation de deux premières scènes accompagnées par les intervenants.
- Réalisation autonome : travail par petits groupes de 5 personnes.

### SÉANCES 2, 3 ET 4 (3H CHACUNE)

- Travail autonome par groupes de 5.
- Atelier miniatures : réalisation et tournage autour de la maquette du bateau.
- Travail plastique : création des titres et du logo «20th Century Fox».
- Scènes chorales : tournage des séquences nécessitant l'ensemble des participant-e-s.
- Making-of et générique : tournage et montage pour présenter les protagonistes du projet.

### SÉANCE 5 (3H)

- Finalisation : fin des tournages et derniers raccords de montage.
- Restitution : projection sur grand écran de la bande-annonce suédée, suivie du making-of.

Vidéo Kostik réalisée avec la bibliothèque de la Grand'Mare (76) avec des enfants du dispositif Mes Vacances à Rouen.

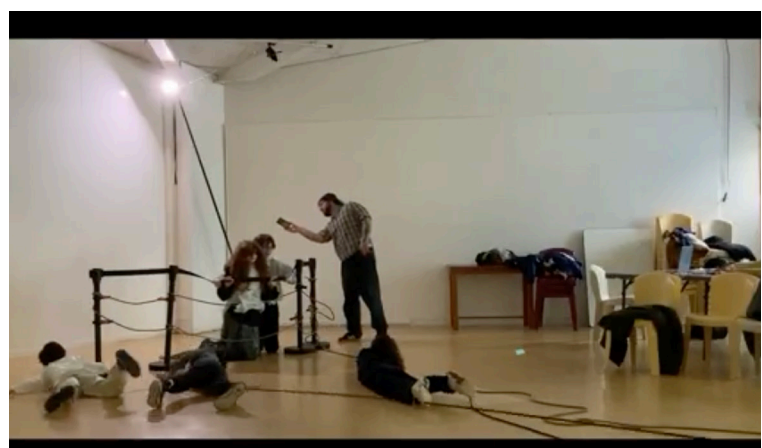
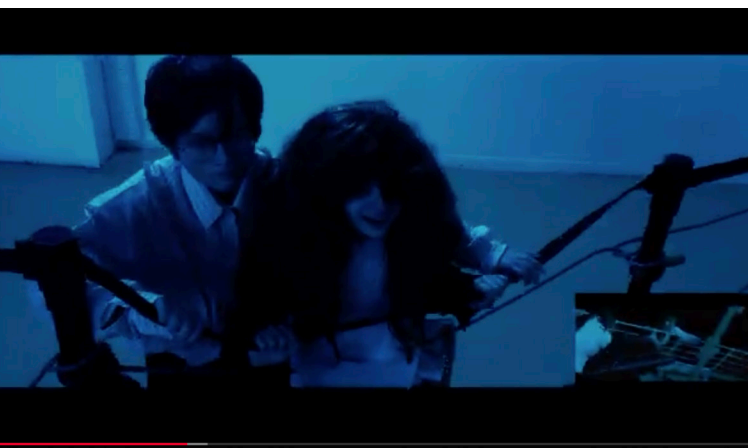
Flashez ou cliquez ;-)



Court métrage



Making of





## **ADMINISTRATION**

Michèle LOIZEAU  
administration@acidkostik.com  
06 58 17 55 02

## **DIFFUSION**

diffusion@acidkostik.com

Siège social  
Maison Des Associations - LE 99  
BL18  
11 Avenue Pasteur  
76000 Rouen

N°Siret 444 278 758 00024  
Code APE 9001 Z - N° Licence R-2024-003080

Agrément Education Nationale  
n° CCAAEECP-NORM-2014-004-17-01-2022

[www.acidkostik.com](http://www.acidkostik.com)

