Projet culturel complémentaire « Les croqueurs de livres »
Livret d'accompagnement à la réalisation d'affiches

L'image a une importance considérable dans notre environnement quotidien et l'affiche est présente aux yeux de tous, partout et tout le temps.
En réaliser une constitue donc un moyen d'éveiller à un regard critique.
Pour les plus jeunes, cette activité permet d'apprendre à verbaliser, d'enrichir son vocabulaire, d'exprimer une impression, de découvrir des techniques plastiques, d'apprendre à faire avec d'autres.
Pour les plus grands, elle permet de confronter les points de vue, de respecter des avis différents, de produire un argumentaire, de maîtriser des techniques artistiques, la langue écrite, etc.

Qu'est-ce qu'une affiche ?

L'affiche est l'association d'un slogan, d'une image et éventuellement d'un court texte. Elle doit donner à voir, attirer le regard, informer, sensibiliser, promouvoir, transmettre/communiquer une idée/un message/des sentiments, interpeller, donner une dimension esthétique à une revendication.

Dans le cadre du concours des « Croqueurs de livres », l'affiche doit permettre, de donner envie de lire le livre en ayant déjà, au moyen du visuel et du slogan, un aperçu de l'univers plastique et du contenu. Il faut donc s'interroger au préalable sur le message que l'on souhaite faire passer, les personnes à qui l'on s'adresse, l'univers plastique à restituer.

Comment introduire le travail ?

Autour des albums : Un travail préalable (fond et forme) sur les albums de la sélection est nécessaire pour choisir celui à partir duquel sera réalisée l'affiche. *Cf fiche Pistes pour aborder un album.*

Autour de l'affiche : On pourra également présenter, pour les analyser, des affiches existantes (sans lien avec le concours ou au contraire, celles primées précédemment) : observer une affiche, demander aux élèves ce qu'ils en comprennent. Quelles informations sont données ? Par qui, pour qui ? pour quoi ? Cela permet de mettre en évidence le lien entre texte et image, d'observer ce qui attire le regard, etc. Cela permet aussi de travailler sur le message, de faire la différence entre une affiche informative, publicitaire, décorative, etc.

Autour du slogan : le jeu avec les sons et les mots est important dans la construction d'un slogan. On peut par exemple sélectionner des slogans et s'interroger : quand la phrase est-elle plus chantante ? Y a-t-il un jeu de mot, une métaphore, une rime ? Un sens propre, figuré ? Est-il percutant, interpellant, humoristique ? On peut s'amuser à modifier des slogans publicitaires existant ou en construire un de toute pièce.

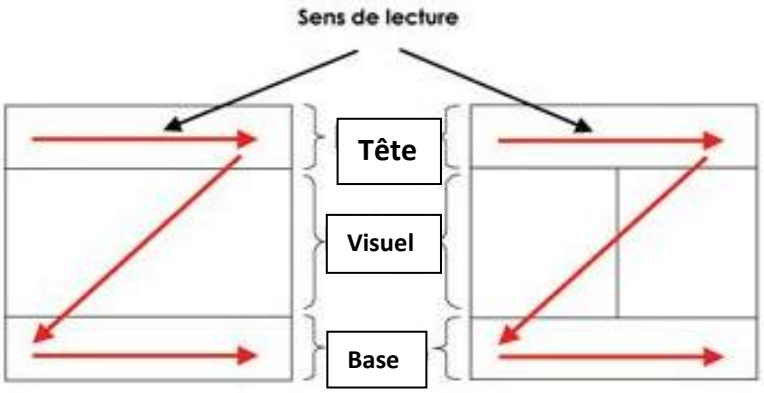
Mise en œuvre : comment composer l'affiche ?

Avant toute chose : Respecter le cahier des charges *Cf fiche annexes règlement*

- Notre **sens de lecture des images** est lié à nos réflexes de lecture, nous avons donc tendance à lire de gauche à droite et de haut en bas. Il faut donc penser au cheminement de l'œil sur l'affiche et au parcours que le regard va effectuer entre image et texte, afin de rendre le message le plus compréhensible possible.

Barbara Samuel – CPD arts visuels, DSDEN 27 – barbara.samuel@ac-normandie.fr Sophie Henon – CPD MDL, DSDEN 27 – sophie.henon@ac-normandie.fr

EX :



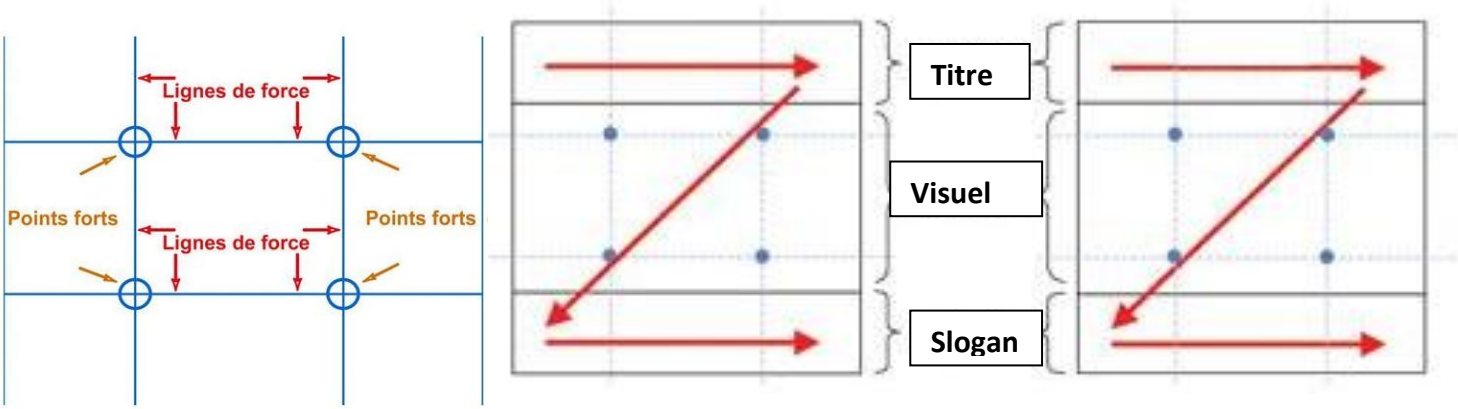
La tête d'affiche est l'endroit lu en premier dans le sens de lecture en Z : y inscrire l'accroche (ici, le titre).
La partie « visuel » est l'emplacement le plus propice à la créativité où l'image évocatrice de l'album va interpeller le public. Le slogan, simple et efficace, peut aussi venir se placer ici.
La base de l'affiche permet traditionnellement d'y placer logo, slogan, coordonnées, informations d'accès, signature.

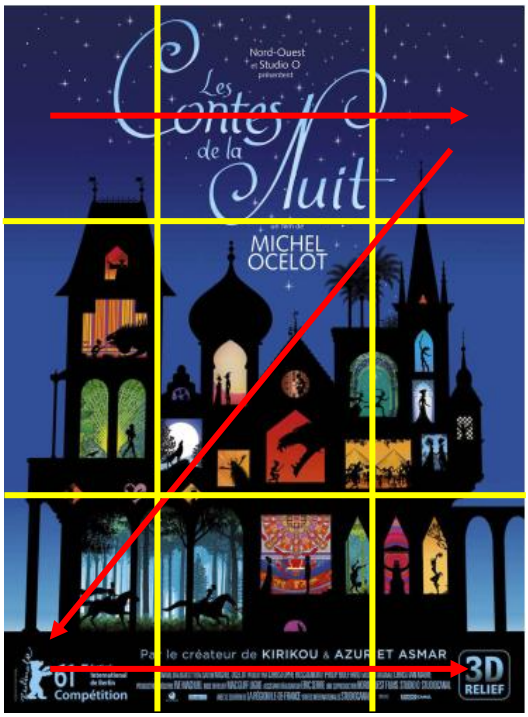


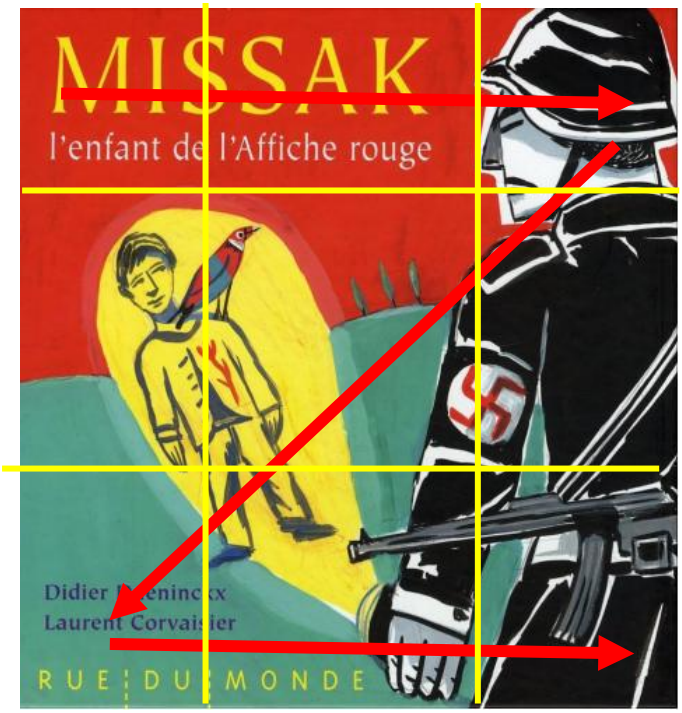
Avec les plus grands, on pourra aussi évoquer la notion de **lignes de force** qui construisent l'organisation spatiale de l'image et organiser l'affiche en en tenant compte. Elles sont le squelette de l'affiche et dirigent le regard. Les éléments importants doivent être placés à l'intersection des lignes de force car ces zones retiennent particulièrement l'œil.

Barbara Samuel – CPD arts visuels, DSDEN 27 – barbara.samuel@ac-normandie.fr Sophie Henon – CPD MDL, DSDEN 27 – sophie.henon@ac-normandie.fr

EX :







- L'affiche est un moyen de communication. Elle comporte plusieurs éléments qui se complètent, à prendre en compte dans sa composition :

Les écrits :
Le titre doit être ce que doit voir et comprendre le lecteur en premier, ce qui va lui donner envie de regarder l'ensemble.

Le slogan, doit attirer le regard et convaincre ceux qui le lisent. Il ne doit comporter qu'une seule idée, exprimée avec des mots simples et utilisés par tous. Le message sera élaboré à partir des différentes activités préparatoires. Il doit être percutant, interpellant et mobilisateur.
En ce sens, la place, la typographie, les couleurs sont importantes dans la composition.

Pour le rédiger, on peut rechercher 2 types d'arguments :
- Des arguments affectifs, qui vont jouer sur nos émotions
- Des arguments rationnels, qui vont faire appel à notre raison, à notre logique.

Les objectifs du slogan :
- donner des ordres

- des conseils
- des interdictions
- faire rire
- déclencher un achat (publicité commerciale)

Les ressorts linguistiques du slogan :

1. L'impératif : *Soyez …, Lisez …, Faites…, Osez … Dites … Sachez*
2. l'infinitif : *Choisir …, Partir …,*
3. Le subjonctif : *Vive …,*
4. Les verbes falloir, devoir : *Il faut que ..., On doit tous ….*
5. La phrase averbale *: En avant …. Par amour de … Le contrat de … A fond le … Notre partenaire …*
6. Les jeux de mots : *rimes, allitérations (répétition d'une consonne dans le slogan), zeugma (un verbe, 2 compléments de natures différentes)* ou tout autre jeu de mots …
7. Les expressions : *Ouvrir l'œil, Les doigts dans le nez, Se mettre sur son 31 ….*

Le visuel

L'image doit illustrer, renseigner le thème de l'album choisi.

Plusieurs techniques existent et peuvent être mixées : dessin, graphisme, papier déchiré, collage, photo, peinture, etc. Les procédés doivent être choisis au plus près de l'album, mais aussi en fonction des envies et des possibilités des élèves.

La production doit être originale dans le sens où il ne doit pas s'agir d'un plagiat d'une image du livre.

On pourra ainsi :

Réaliser une illustration que l'on aimerait voir dans le livre mais qui n'y figure pas,
Présenter le portrait des différents personnages présents dans l'histoire,
Imaginer une autre couverture du livre,
Travailler avec la même technique,
Créer une séquence d'images pour « résumer » l'histoire.

Lien entre les deux

Le contenu du livre sera évoqué tant sur le plan plastique (couleurs, nature des illustrations ou techniques utilisées…) qu'en ce qui concerne l'aspect littéraire (les personnages, un événement fort lié au récit ou une ambiance particulière…).
→ Cibler un ou deux paramètres relatifs au fond et à la forme afin d'établir un lien avec l'ouvrage.
En jouant ensuite sur des combinaisons entre ces paramètres, il sera possible de proposer une nouvelle image, en relation étroite avec l'ouvrage retenu.

Mutualiser les productions pour les analyser, les peaufiner si besoin et enfin pour faire un choix parmi plusieurs propositions, se mettre d'accord !

Il est important que le résultat final soit bien un travail d'élèves, en accord avec leur âge !
Lors de ces phases de mutualisation, on pourra se questionner :

- L'affiche est-elle visible et lisible de loin ? Accroche-t-elle l'attention ?
- Le slogan est-il lisible ? Original ? A-t-il une sonorité particulière ? Le texte n'est-il pas trop long ?
- A-t-on pensé à faire figurer le titre ?
- La place du texte dans l'image est-elle satisfaisante ? La relation entre les deux est-elle bonne, équilibrée ?
- La mise en page est-elle aérée ?
- Reste-t-il des fautes d'orthographe ? La typographie est-elle adaptée ?
- L'aspect esthétique est-il satisfaisant ? (Choix des couleurs, des techniques utilisées, etc.)
- Peut-on dire ce que l'on apprécie dans l'affiche ? ce que l'on aime moins ?