

Festival de littérature genèse

Fiche d'aide à l'usage des enseignants

Etape 2 : illustrer sa sélection

L'affiche publicitaire Cycle 2

Définition

Une affiche publicitaire est porteuse de sens. Elle véhicule par le texte et par l'image un message qui doit être clair, efficace et accrocheur pour le consommateur. Elle comporte un important enjeu de communication. Son but est double : faire vendre et informer, en faisant connaître le produit, en vantant ses mérites...

La lecture de l'affiche se fait suivant deux axes : celui de l'image et celui du texte. L'importance de l'un et de l'autre peut varier.

Connaissances, capacités et attitudes éventuellement travaillées

Maîtrise du langage et de la langue française

DIRE

Etre capable de :

- participer à un dialogue dans le cadre des activités de la classe.

LIRE (Compréhension)

Etre capable de :

- dégager le thème d'un texte littéraire ;
- formuler dans ses propres mots l'idée principale d'un texte narratif lu ou entendu.

ECRIRE

Etre capable de :

- copier dans une écriture cursive lisible [...] un court texte en respectant l'orthographe, la ponctuation et en soignant la présentation ;
- saisir un texte de deux ou trois phrases au clavier ;
- savoir modifier la mise en forme des caractères dans un traitement de texte ;
- au cours d'une activité de classe, écrire de manière autonome un texte de façon à pouvoir le relire ;
- en situation de dictée à l'adulte, proposer des corrections pertinentes ;
- rédiger un texte bref [...] en se faisant clairement comprendre et en adaptant le niveau de langue à la situation de production.

Attitude :

- être précis pour se faire comprendre à l'oral comme à l'écrit.

Arts visuels

Etre capable :

- d'utiliser le dessin dans ses différentes fonctions (expression, enregistrement...) ;
- de combiner plusieurs opérations plastiques pour réaliser une production ;
- de produire des images en visant la maîtrise des effets et du sens ;
- de décrire et comparer des images en utilisant un vocabulaire approprié.

Attitude :

- développer le sens de l'observation et de la curiosité.

Une définition de l'affiche de publicité par des publicitaires

« Une image généralement colorée comportant un thème généralement unique et accompagnée d'un texte leader, dépassant rarement 10 à 20 mots, porteur d'un unique argument. » *UFR Communication de Saint Etienne*

Démarche envisageable et/ou activités possibles

1) Collecte d'affiches, en grande quantité, dans les magasins, les magazines...

2) Observation réfléchie :

➤ des images :

- la variété des couleurs ;
- les formes ;
- l'organisation spatiale (image/texte) ;
- les formats...

➤ des textes :

- le titre ;
- un texte réduit et percutant ;
- la taille des caractères (typographie) ;
- sa place par rapport à l'image ;
- le choix des verbes et de leur temps ;
- le vocabulaire utilisé ;
- le lien écrit/image du point de vue du sens ;
- les jeux de mots (phonétiques ou métaphoriques)...

3) Repérage :

➤ des fonctions de l'affiche publicitaire :

- attirer le regard ;
- informer rapidement ;
- inciter à l'action (acheter, utiliser...) ;
- faire connaître (un produit, un livre, un spectacle...) ;
- séduire ;
- persuader...

➤ des éléments récurrents :

- le support : grand format pour être vu de loin ;
- l'iconographie : attire le regard et permet d'identifier le thème ;
- le texte : informations claires et lecture rapide...

4) Réalisation de l'affiche :

➤ Définir les paramètres d'écriture :

- Dans quel contexte réalise-t-on cette affiche ?
- A qui cette affiche est-elle destinée ?

• A quoi sert-elle ?

• Que veut-on obtenir grâce à cette affiche ?

➤ Créer les éléments de l'affiche :

- Produire le message écrit (slogan, titre...);

• Créer l'iconographie.

➤ Agencer les éléments en utilisant les TICE.

Caractéristiques de l'affiche publicitaire en 10 points :

- 1) L'écrit et les arts visuels (photos, dessins...) sont en interaction constante : la lecture est **globale**.
- 2) L'affiche vise un public particulier, elle utilise donc un langage **ciblé**, adapté.
- 3) Elle va même souvent jusqu'à recréer **l'univers** du produit (la fiction).
- 4) Elle cherche à **impliquer** le lecteur en l'interpellant.
- 5) Elle peut même parfois personnaliser le message (utilisation de pronoms personnels...).
- 6) Elle utilise le langage des symboles (les couleurs, les formes...) pour recréer l'ambiance du livre.
- 7) Elle peut employer l'impératif dans le slogan car le but est de faire agir le lecteur (acheter, lire, venir...).
- 8) Dans sa fonction **commerciale**, l'affiche publicitaire emploie généralement des phrases « en raccourci » (ou même parfois un simple slogan).
- 9) Dans sa fonction **informative**, l'affiche publicitaire emploie souvent des phrases complexes.
- 10) Un lexique spécifique est utilisé :
 - des adjectifs particuliers comme : exceptionnel, fabuleux...
 - des superlatifs renforçant ces adjectifs comme : complètement, le moins, le plus, exceptionnellement...

Bibliographie :

Pour l'élève : confrontation avec des écrits sociaux.

Pour le maître :

Projet écrire, Accès éditions, 2001.

Former des enfants producteurs de textes, Hachette Ecoles, 1988.

Evaluer les écrits à l'école primaire, Hachette Education, 1991.

Site : www.crdp.ac-grenoble.fr/clemi/file/fiche_prep_projet_pub.pdf

Compléments d'informations pour le travail de création d'affiche publicitaire : plusieurs choix pédagogiques...

1) Entrer dans l'activité par le message écrit ou l'image

« Les images sont fréquemment utilisées au moment de l'apprentissage de la lecture comme équivalent du message écrit. Ainsi une leçon de lecture commence-t-elle souvent par l'exploration d'une image.»

Extrait des programmes 2007

Pour cette activité, l'enseignant a le choix de débiter le travail de création par l'une ou l'autre des composantes de l'affiche :

- on crée d'abord l'illustration, le texte (ou seulement le slogan) est écrit dans un second temps ;
- on écrit d'abord le texte (ou seulement le slogan) et on l'illustre ensuite.

2) Le message écrit et l'image peuvent être en accord ou en opposition

« Cette utilisation (*l'image comme équivalent du texte écrit*), repose sur l'idée que l'image serait immédiatement décodable par l'enfant et que son message relèverait de l'évidence. En fait, il n'en est rien, il s'agit d'un apprentissage spécifique. »

Extrait des programmes 2007

En ce qui concerne le travail sur le sens de l'affiche, deux orientations sont possibles :

- le texte (ou seulement le slogan) et l'image sont en adéquation et se complètent : le texte détient un rôle d'ancrage de l'information, c'est un renfort de l'image ;
- le texte (ou seulement le slogan) et l'image sont en opposition de sens pour créer la surprise : le texte a alors pour fonction d'informer. Sans lui, on ne peut pas accéder au sens de l'affiche.

Guide de lecture écriture Cycle 2

1. La présentation de l’affiche publicitaire <ul style="list-style-type: none">- Les caractéristiques de l’affiche sont respectées :<ul style="list-style-type: none">- un message écrit lisible et cohérent ;- des illustrations qui attirent l’oeil ;- un agencement qui attire l’œil.- Le format permet une lecture rapide.- La présentation est soignée.- L’affiche donne envie de lire le livre.- L’articulation texte/image est judicieuse.	Oui Oui Oui Oui Oui Oui	Non Non Non Non Non Non
2. L’écrit <ul style="list-style-type: none">- Le texte est percutant.- L’information est hiérarchisée.- Les phrases sont correctes.- Les mots sont bien choisis.- Les répétitions ont été évitées.- Il n’y a pas d’erreurs d’orthographe.- Les majuscules, les points et les virgules sont bien placés.	Oui Oui Oui Oui Oui Oui	Non Non Non Non Non
3. Les images <ul style="list-style-type: none">- Elles permettent d’identifier le livre ainsi que son thème.- Elles sont en cohérence avec le thème.- La qualité est soignée.	Oui Oui Oui	Non Non Non