

Feuille de route : affiche égalité filles-garçons

Une affiche est un outil de communication qui va permettre de délivrer un message. Ce message doit être vu de loin pour assurer sa diffusion au plus grand nombre.

L'affiche est composée d'un texte court et d'un visuel.

Donc, l'élève ou le groupe-classe qui va s'investir dans le projet de création d'une affiche va devoir :

- Premièrement, respecter les caractéristiques propres à ce type d'écrit ;
- Mais également produire un écrit en respectant les caractéristiques propres au type de texte attendu pour une affiche
- Et en plus s'investir dans un projet plastique en respectant les caractéristiques attendues d'un visuel d'affiche

La tâche est complexe et si l'on souhaite que les élèves mènent à bien leur projet, alors il va falloir les outiller ; c'est à dire construire avec eux une grille de critères de réussites ou d'autoévaluation qui regroupera l'ensemble des caractéristiques attendus.

La construction de cet outil permettra non seulement de structurer les apprentissages des élèves mais aussi de les accompagner à faire des choix éclairés.

La découverte peut être effectuée en s'appuyant sur l'observation d'affiches déjà existantes.

Pour rappel : observer c'est regarder pour apprendre

Le projet de création d'une affiche

Pour amener les élèves à découvrir les caractéristiques générales de ce type de support, on pourra commencer par les inviter à observer une affiche durant un temps restreint et leur demander dans un second temps ce qu'ils en ont retenu ;

Puis l'enseignant va pouvoir refaire ce même exercice en projetant une affiche beaucoup plus chargée et qui délivre plusieurs messages à la fois.

La comparaison des deux affiches va permettre aux enfants de prendre conscience que le message est plus efficace lorsqu'il ne comporte qu'une seule idée et que cette idée doit être exprimée avec des mots simples et un texte court.

A chaque fois que l'enseignant donnera des affiches à observer, il pourra également orienter la discussion autour de ce qui a attiré le regard des élèves ; de ce qui a accroché leur attention :

Est-ce que c'est le visuel ? Et pourquoi ?

Est-ce que c'est le texte ? Et pourquoi ?

Au fur et à mesure des échanges, les remarques et les commentaires pourront être notés sur un paperboard (ou une feuille grand format à réutiliser lors de la prochaine séance). Ces traces nourriront la construction de la grille d'autoévaluation réalisée a posteriori ou en allant, au fil des discussions.

Pour continuer à explorer les caractéristiques de l'affiche, la discussion peut maintenant être orientée autour du destinataire :

A qui le message que je souhaite diffuser est-il adressé et à quelle fin ? Est-ce qu'il est destiné au grand public, à des enfants/élèves, à des adultes/parents/professeurs ?

A quelle fin ? Est-ce que je veux dénoncer les inégalités existantes entre les filles et les garçons ? Est-ce que je veux informer ? Donner des conseils ? Faire connaître les causes, les mécanismes et/ou les conséquences des inégalités filles-garçons ?

Dans les trois exemples suivants, les intentions et les destinataires ne sont pas du tout les mêmes :

- La première dénonce les violences intraconjugales et s'adresse à un public concerné, qu'il soit victime ou témoin ;
 - La deuxième informe les parents quant aux risques d'exposer leurs enfants aux écrans ;
 - Et la troisième donne des conseils au tout venant quant à un bon équilibre de vie.
-

Toujours dans cette réflexion menée autour du destinataire, on peut s'interroger sur l'émotion que l'on cherche à produire sur le lecteur : est-ce que l'on veut provoquer du rire, de la peur, du doute, de la sécurité, une polémique, etc. ?

A noter qu'un message est mieux retenu lorsqu'il est associé à une émotion.

Dans les trois exemples d'affiches suivantes, c'est l'émotion provoquée qui va percuter le lecteur, aussi bien à travers le rire pour la première affiche que la peur pour la deuxième affiche ou bien encore la tristesse pour la troisième.

Pour finaliser l'exploration des caractéristiques de l'affiche, l'enseignant peut inviter ses élèves à réfléchir sur l'endroit où sera exposée leur affiche ? Est-ce qu'elle sera exposée au sein de la classe, de l'établissement, dans un lieu public ?

Et donc, est-ce que les contraintes seront les mêmes si l'affiche est exposée dans une salle de classe ou dans un lieu public ?

Pour aider les élèves à préciser leur réflexion, l'enseignant peut les inviter à observer une affiche dont la typographie a une taille suffisante pour permettre une lecture lointaine et une autre qui nécessite de s'en approcher.

Le même exercice peut être proposé avec une affiche dont la police de la typographie est suffisamment lisible pour permettre une lecture lointaine et une autre moins limpide.

A ce stade de la réflexion, les élèves sont en mesure de définir ce qu'est une affiche :

L'affiche est un support de communication qui a pour objectif de délivrer un message en un seul regard !

Et donc, avant même de s'attaquer à la réalisation de l'affiche, à son texte et à son visuel, les élèves vont d'abord devoir réfléchir au message qu'ils souhaitent diffuser !

- A qui je l'adresse ? Et donc, où faudra-t-il placer l'affiche ?
 - Quelle intention lui donner ?
 - Avec quelle émotion ?
-

Les élèves sont également en mesure de rédiger les premiers critères de leur grille d'autoévaluation :

- L'affiche est visible et lisible de loin
- Le message est clair

- Il ne comprend qu'une seule idée
 - L'intention est explicite
 - Le destinataire est facilement repérable
 - Le texte est compréhensible
 - Il est court et simple
 - Le visuel est accrocheur
-

Le projet d'écriture

La deuxième phase d'exploration va permettre au groupe de découvrir les caractéristiques propres au type de texte attendu.

En effet, le texte d'une affiche est bien souvent une phrase « choc », c'est un slogan.

Un slogan est une phrase courte qui est écrite pour retenir l'attention, pour faire réfléchir et pour être facilement mémorisée.

Pour la petite histoire, en mai 68, les étudiants français ont inventé de nombreux slogans qu'ils écrivaient sur les murs pour être vus par un grand nombre de personnes. Parmi les plus connus :

Il est interdit d'interdire ; Faites l'amour pas la guerre

Aujourd'hui, les slogans sont utilisés un peu partout par les entreprises et notamment dans les publicités ou encore par les hommes politiques dans leurs campagnes électorales ou dans leurs discours. S'ils sont tant utilisés, c'est parce qu'ils sont reconnus comme de puissants outils de communication.

Oui mais comment créer un slogan percutant ? Et surtout comment accompagner nos élèves dans la construction de leur slogan ?

Les modalités restent les mêmes : par l'observation d'affiches existantes, les élèves vont pouvoir découvrir qu'un slogan percutant est un slogan original, simple, ludique et qu'il joue généralement avec la langue.

Il peut s'appuyer sur une métaphore, ici la vie qui part en fumée ;

Il peut jouer avec la sonorité des mots en utilisant la rime comme dans la fameuse réplique
« Si t'as pas d'amis prends un Curly ! » ;

Il peut jouer sur le sens propre et figuré des mots : c'est le cas avec la proie et les moutons.

Certains slogans ont été créés en détournant des marques très connues comme dans la campagne de sensibilisation pour les sans-abris avec Yves Sans Logement ou Jean-Paul galère.

D'autres ont détourné des slogans déjà très connus du grand public et jouent avec l'homophonie des textes : c'est le cas pour « Just do it/eat ».

Pour accompagner les élèves dans leur projet d'écriture, on peut continuer d'observer d'autres affiches et particulièrement des affiches qui se sont inspirées de figures de style déjà connues des élèves, donc très rassurantes !

En montrant ces nombreux exemples, l'enseignant va alimenter leur imaginaire sans pour autant être modélisant.

Quelques exemples de jeux de mots :

Le virelangue est une locution caractérisée par sa difficulté de prononciation.

- Quand est-ce que vous passez chez Sosh ?
-

Le calligramme qui est un texte dont les lettres et les mots forment un dessin en relation avec le contenu du texte.

C'est le poète français Guillaume Apollinaire qui est à l'origine du mot (formé par la contraction de « calligraphie » et de d'« idéogramme ») dans un recueil éponyme (Calligrammes, 1918).

L'acrostiche, ici, est un peu détourné.

L'acrostiche est un poème dans lequel les initiales de chaque vers composent un mot ou une phrase. Les acrostiches permettent de « faire voir » un mot, une phrase, sans la dire vraiment. Les résistants les employaient durant la guerre pour coder des messages.

Le rébus est une suite de dessins, de mots, de chiffres et/ou de lettres qui évoquent par homophonie le message que l'on veut exprimer.

Les mots valises : Il s'agit de choisir deux mots existants et de les « marier » de telle façon qu'ils en forment un nouveau, insolite, amusant

Une institutriste (institutrice – triste) est une enseignante qui n'a pas le moral

La charade est une devinette où l'on doit trouver un mot dont chaque syllabe fait l'objet d'une définition. Pour cela, il faut trouver la réponse à la question qui commence par « mon tout ... » en trouvant au préalable les réponses aux questions intermédiaires (« mon premier... », « mon deuxième »...)

Mon premier est la première voyelle de l'alphabet.

Mon deuxième est la céréale la plus consommée dans le monde.

Mon troisième est le contraire de laid.

Mon tout est la marque de bonbons : HARIBO

A l'issue de cette deuxième réflexion, les élèves sont en mesure de préciser la grille des critères de réussite quant à leur production d'écrit avec les points suivants :

- Le texte / **le slogan** est compréhensible **et percutant**
 - Il est court et simple
 - Il a une sonorité particulière
 - Il mobilise une figure de style
 - Il joue avec le sens propre et figuré
 - Il mobilise l'homophonie
 - Il détourne l'existant
-

Le projet plastique

Le troisième point à explorer va permettre au groupe de définir des critères de réussites liés aux caractéristiques de leur production plastique.

La lecture d'une affiche se fait toujours suivant deux axes : le texte et l'image.

L'image, au même titre que le texte, va donner des renseignements qui vont aider les lecteurs à comprendre le message. On le voit au travers de ces trois exemples : la lecture de l'affiche est globale ; l'écrit et le visuel sont en interaction constante ; ni l'un ni l'autre ne prend le dessus.

Toutes les techniques plastiques peuvent être envisagées : dessin, graphisme, papier déchiré, collage, composition, photo, etc.

Vous observez ici 3 affiches qui ont été retenues l'année dernière !

On peut noter que le choix des procédés répond avant tout aux envies et aux goûts des participants ainsi qu'aux contraintes matérielles bien sûr mais pas seulement !

Pour aider les élèves à entrer dans leur projet plastique, il sera intéressant de leur faire prendre conscience que leurs choix plastiques doivent certes accrocher le regard du destinataire, mais doivent également être au service de la bonne compréhension du message.

Ainsi, on pourra leur proposer d'abord de réfléchir sur la palette de couleurs qu'ils souhaitent utiliser.

Ce sera une belle occasion de revenir brièvement sur la symbolique des couleurs :

Si l'on veut par exemple dénoncer les inégalités existantes entre les filles et les garçons au travers d'un message qui va provoquer la colère par exemple et que l'on souhaite utiliser un support dont le fond est bleu, alors il sera facile de comprendre que le choix de cette couleur qui symbolise la paix, la loyauté, la tranquillité n'est pas en adéquation avec le message.

On peut également proposer aux élèves de réfléchir sur l'organisation spatiale de leur affiche : Où faut-il que je place le texte ? L'image ? Y a-t-il des éléments plus importants que d'autres qu'il faut mettre en avant ? Et dans ce cas, où vaut-il mieux les placer ?

Nous lisons de gauche à droite et de haut en bas. La composition peut donc être pensée en respectant le parcours de l'œil. Pour une lecture rapide, on aura tendance à effectuer une lecture en diagonale à partir de la gauche en haut de l'affiche jusqu'en bas à droite.

Les trois affiches suivantes ont été créées en s'appuyant sur nos réflexes de nos lecteurs : peut-être les auteurs visaient-ils un public pressé ?

Cette organisation n'est pas la seule possible. On peut en effet organiser l'affiche en fonction de la règle des tiers : pour cela, le support sera divisé en tiers horizontaux et verticaux. Les

lignes qui se dessinent sont appelées lignes de force. En plaçant le sujet sur l'une de ces lignes, on s'assure d'avoir une image équilibrée.

Comme le montrent les schémas centraux, le regard va parcourir l'image en suivant les chemins tracés en noir.

C'est pourquoi, la meilleure disposition sera celle pour laquelle le sujet et les éléments importants se retrouvent au niveau des points d'intersection.

Il existe bien d'autres lignes de forces. Qu'elles soient réelles (comme dans les deux premières photos) ou virtuelles (comme dans les deux autres), elles sont le squelette de l'affiche et dirigent le regard là où l'auteur souhaite amener le lecteur.

Pour ces 4 exemples, nous pouvons observer 4 organisations différentes. Les 4 accompagnent pleinement le destinataire dans sa lecture et même dans la compréhension du message : la première affiche respecte nos réflexes de lecteur et s'adresse justement à un public pressé ; la deuxième utilise des lignes de forces virtuelles qui focalisent le regard sur l'objet du message (le déchet jeté à terre) ; la troisième utilise des lignes de forces réelles qui dirigent l'œil du destinataire sur LA soirée déguisée et la dernière utilise la règle des tiers.

Les élèves sont désormais en mesure de compléter leur grille avec les critères suivants :

- Le visuel est pertinent **et accrocheur**
 - La part du texte et celle de l'image sont équilibrées
 - La mise en page facilite la lecture du message
 - Utilisation de lignes de force (règle des tiers, lignes virtuelles ou réelles)
 - L'aspect plastique et esthétique aide à la bonne compréhension du message
 - Choix des couleurs et des techniques utilisées
-

En conclusion

Une fois que le message a été créé, c'est-à-dire que l'on a choisi les destinataires, que l'on a choisi l'intention du message et que le lieu d'exposition de l'affiche a été déterminé

- soit l'élève va créer d'abord le visuel puis le slogan sera écrit dans un second temps ;
- soit il écrit d'abord le slogan puis le visuel sera construit dans un deuxième temps.

On notera également que le texte et l'image peuvent être en adéquation et se compléter : l'un vient en renfort de l'autre ; comme dans les exemples suivants

Mais le texte et l'image peuvent être en inadéquation de sens pour créer la surprise.

Pour finaliser la grille d'autoévaluation, on n'oubliera pas d'ajouter le point suivant :

- Il n'y a pas de fautes d'orthographe
-

Si nous nous référons maintenant aux critères de sélection retenus dans le cadre du concours d'affiche, on remarque que la grille d'autoévaluation construite avec les élèves répond strictement au cahier des charges à respecter.

Enfin, pour clôturer la séquence, il sera intéressant d'amener les élèves à discuter autour des différentes affiches produites : Qu'est-ce qu'ils apprécient ? Qu'est-ce qu'ils aiment moins ? Qu'est-ce qui leur semble efficace ? Qu'est-ce qui leur semble moins pertinent ? Ce sera une belle occasion d'utiliser le vocabulaire découvert durant toutes les séances et un moyen d'évaluer les nouveaux acquis des élèves.