

Réaliser une affiche de propagande

La charte graphique assure la cohérence de l'ensemble et la lisibilité du message.

•Le texte :

Pour garder la cohérence du message, on peut utiliser plusieurs polices, mais chaque niveau d'information doit utiliser la même police et la même taille. Le design de la police est lui aussi porteur de sens.

•Les images :

il peut s'agir d'illustrations (taille importante) ou de logos (taille réduite). Dans tous les cas, il faut réfléchir à équilibrer les éléments et conserver les mêmes rapports de proportions.

•Les couleurs :

choisir un nombre limité de couleur ; un excès brouille le message et renvoie une image de désordre.

Le texte doit être lisible sur le fond choisi, sans agressivité.



<http://i1.wp.com/tulipemedia.com/wp-content/uploads/2012/03/cercle-chromatique.png?w=650>

Utiliser le cercle chromatique

- vous pouvez décliner une même gamme pour donner une impression de calme et d'équilibre
- choisir des couleurs chaudes pour un message agressif ou froides pour un message serein
- utiliser des couleurs complémentaires pour dynamiser l'ensemble ; dans ce cas, aidez-vous d'un triangle ou d'un carré pour choisir les complémentaires sur le cercle.
- en fonction du public : Cible enfants : couleurs vives / Cible hommes : couleurs brutes / Cible femmes : couleurs pastels

couleur	signification	emploi
jaune	Joie, énergie, richesse	tourisme
orange	Bonheur, créativité, dynamisme	Tourisme, sport, divertissement
rouge	Passion, confiance, dynamisme, danger, colère	Luxe, sports, médias, marketing
rose	Douceur, féminité, amour	Femme, filles
violet	Discrétion, tristesse	Culture, politique
bleu	Calme, clarté, confiance	Nouvelles technologies, sciences, eau
vert	calme	nature
marron	fiabilité	Environnement, chocolat
blanc	pureté	Mode, actualité
gris	neutralité	Design, associations
noir	Sérieux, luxe	Cinéma, art, beauté

Le message doit être clair, immédiatement compréhensible.
L'efficacité de l'affiche tient à sa simplicité.

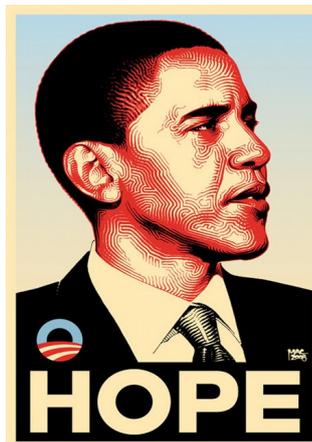
Le sujet :

Le sujet doit provoquer des débats, exacerber les sentiments (amour, haine, patriotisme, pitié...)
le public doit pouvoir s'identifier la cause défendue.
Le but est de convaincre et de remporter l'adhésion massive des spectateurs.



La composition : On doit dégager des lignes de force qui traduisent un mouvement. Si l'on souhaite opposer des idées, il faut équilibrer la composition. On doit utiliser un ou deux plans seulement et jouer avec l'échelle des éléments.

Les personnages sont valorisés, exagérés : taille, posture, regards, mouvements.



TORTURE



slogan :

Comme une rengaine publicitaire, il doit être court et se retenir facilement. Il peut utiliser des jeux de mots ou user de la répétition de sonorités. Il doit provoquer un choc. Il peut interpeller directement le spectateur.

Les procédés utilisés :

Métaphore :

utilisation d'objets concrets pour évoquer une idée, notamment en utilisant des symboles universellement reconnus.

Allégorie : personnification d'une idée accompagnée de symboles.



SYRIE : LA SOLUTION ROUTINE



Caricature :

Dessin qui se fonde sur l'exagération du trait ou de la situation, pour faire rire, pour se moquer.

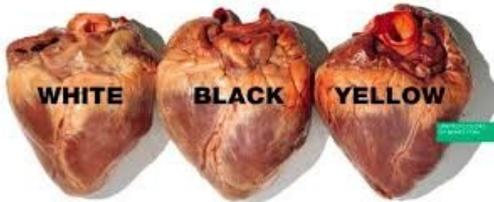
Garantir enfin notre sécurité!



Stéréotype : opinion toute faite, réduite aux singularités, clichés, ou lieux communs.



La comparaison : juxtapose plusieurs dessins ou plusieurs idées dans lesquels certains éléments sont identiques.



Répétition : le même dessin est répété jusqu'à la chute finale, comme dans une blague.

Zoomorphisme : représentation d'un être humain sous les traits d'un animal.

Personnification : Attribution de traits physiques ou de sentiments humains à une chose, un animal.



Le détournement : consiste à transformer une image très connue de tous (photo, peinture, statue) pour faire passer un message.

