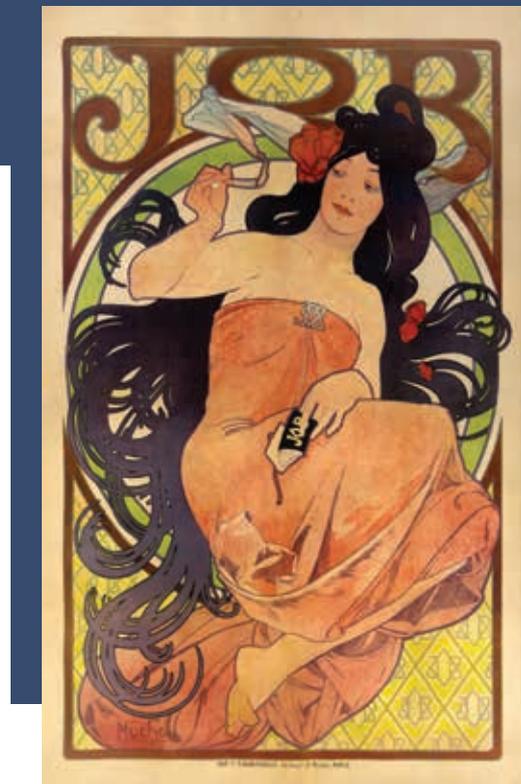


Affiche JOB

1898

Alfons Mucha (1860-1939)

Lithographie sur papier



© CMIN

1- Avant la visite

L'Art nouveau et les affiches publicitaires

L'Art nouveau naît à la fin du XIX^e siècle. Dans la peinture comme dans l'architecture et la décoration, nombre d'artistes vont illustrer ce nouveau courant artistique de la Belle Époque.

Alfons Mucha est à l'origine de ce courant pictural nouveau. Il est un artiste à plusieurs facettes ; il décore les logis d'aristocrates austro-hongrois, illustre un magazine de théâtre, décore la façade d'un restaurant ; au-delà de ses fameuses affiches, il conçoit des nouveaux timbres-poste et des billets de banque. Alfons Mucha utilise la photographie naissante, pour fixer l'image de ses modèles qu'il dessinera ensuite pour ses illustrations.

La reproduction mécanisée de l'art, telle la lithographie, ouvre de nouveaux horizons. L'art se sociabilise, et s'ouvre à un plus grand nombre de personnes. Ainsi l'œuvre d'art n'est plus unique, elle est reproduite en faveur d'une large diffusion, telles que les affiches publicitaires qui ornent les murs des villes.

L'essor industriel de la fin du XIX^e siècle ouvre une ère nouvelle, de productivité et de consommation. La multiplication de produits nouveaux, issus des progrès techniques, pousse les commerçants à se rapprocher des nouveaux consommateurs potentiels. L'invention de la lithographie permet la création et la production de multiples exemplaires d'affichages publicitaires. C'est le début du média publicitaire. L'affiche va, alors, jouer un rôle majeur dans la société de consommation. Une nouvelle fonction pratique de l'art vient de naître : l'art au service du commerce.

L'industriel Jean Bardou, fondateur de la marque de papier à cigarettes JOB, comprend très tôt l'atout de l'affiche publicitaire. Il passe ainsi commande aux affichistes émergents de l'Art nouveau, comme Alfons Mucha ou Jules Chéret.

Sur l'affiche de Mucha, la femme, légèrement vêtue – à la fois femme-objet et femme fatale – tient de sa main droite, une cigarette, et de la gauche, le paquet de papier à cigarettes. Ses longs cheveux se déploient en arabesques, motifs récurrents de l'Art nouveau, et rappellent les volutes de la fumée de cigarette. Les couleurs, peu nuancées mais contrastées, présentent les mêmes tonalités de jaune orangé. Le cercle vert, couleur complémentaire au jaune, dynamise l'ensemble.

Le monogramme JOB se répète sur toute l'affiche : paquet de papier, broche, papier peint. Ainsi, où que l'œil se pose, la marque se rappelle sans cesse au consommateur.

La lithographie est une technique d'impression à plat qui permet la création et la reproduction de multiples exemplaires d'une même œuvre d'art.

La publicité est une forme de communication de masse, dont le but est d'inciter à adopter un comportement souhaité à un secteur de la population (consommateurs, jeune public, etc).

- **Choisir une affiche publicitaire et expliquer comment elle arrive à conditionner le comportement du public ciblé.** Compétence : *expression orale*.
- **Trouver des œuvres d'art proposant une vision critique de la société de consommation.**
- **Rédiger un texte ayant plusieurs points de vue sur un même comportement de consommation.** Compétence : *expression écrite*. Consigne : *les élèves travaillent par binôme*.

2- Pendant la visite

L'affiche est une création graphique et un condensé de messages en image.

L'objectif de l'affiche est d'attirer l'attention et de transmettre un message publicitaire, promotionnel ou informatif facile à mémoriser.

Une affiche est une composition ordonnée d'informations et d'images.

En un coup d'œil le public doit recevoir l'essentiel de son message.

L'affiche attire le regard et révèle une partie du contenu dont on fait la promotion.

L'équilibre entre les polices des lettres du texte et le dessin est primordial.

L'affiche est avant tout un travail d'interprétation et de synthèse.

-
- **De quoi s'agit-il ?**
 - **Quels sont les éléments constructifs de cette affiche ?**
 - **De qui/quoi parle-t-elle ?**
 - **Quel est le produit qui annonce cette affiche ?**
 - **Quelle est la « personne qui communique » (ville, association, collectif...) ?**
 - **À qui est destinée l'affiche ?**

3- Après la visite

La publicité est le principal moyen de communication poussant à la consommation. Elle se doit d'attirer l'attention des individus. Elle envahit notre vie, même si nous n'en avons pas toujours conscience ; elle dicte nos choix de consommation et de comportement.

Les supports de la publicité sont multiples : Internet, télévision, affiches et panneaux publicitaires...

Pour vendre un maximum de produits, elle exploite les stéréotypes (aussi appelés « clichés ») de la vie courante et n'hésite pas à les exagérer, voire à les caricaturer.

La publicité crée une image de la femme à plusieurs facettes : une femme qui sait s'occuper de son foyer et une femme indépendante, séduisante et élégante.

Un cliché est basé à partir d'un *a priori* sur les comportements, habitudes, traits de personnalité et physiques de groupes de personnes.

Stéréotypes - des idées toutes faites sur un groupe de personnes sans tenir compte des différences individuelles.

-
- **Rechercher des affiches modernes qui utilisent différentes images de femmes dans leur publicité. En vous appuyant sur une affiche, expliquer le rôle de la femme en relation avec le produit commercialisé.**
 - **Rédiger un texte avec plusieurs points de vue sur l'utilisation de l'image des femmes dans la publicité.**
Compétence : **expression écrite et esprit critique.** Consigne : **les élèves travaillent par binôme.**
 - **Rédiger un texte pour expliquer votre point de vue concernant les différents rôles attribués aux femmes par la publicité.**

La femme au foyer - elle exécute toutes sortes de tâches ménagères : entretien domestique, achats, préparation des repas, etc.

La femme mère - La femme qui doit aussi être une bonne mère. Papa travaille pendant que maman reste à la maison.

La femme objet - L'objectif étant d'attirer le regard masculin vers le produit.

La femme fatale - Elle est une femme dont le pouvoir de séduction est irrésistible, une femme qui séduit les hommes.

Compétence : **expression écrite et esprit critique.** Consigne : **travail individuel.**