

Les images politiques : décrypter l’affiche électorale

Dossier pédagogique établi le 10 avril 2017 par Laurent Garreau, chargé de mission “formation” au CLEMI national

L’image politique : étude théorique

L’éducation aux médias et à l’information (ÉMI) n’est pas une discipline à part entière. Elle est néanmoins très présente dans les nouveaux programmes depuis la réforme Peillon de 2012. On constate même que l’éducation aux images peut être un bon levier d’apprentissages dans les 5 domaines du Socle commun de compétences, de connaissances et de culture, entre le parcours artistique et culturel et le parcours citoyen.

Comment cette éducation aux images peut-elle s’inscrire dans ces enseignements disciplinaires, en vue du développement de l’esprit critique des élèves et pour en faire des citoyens éclairés capables de décrypter l’information politique ?

- Le Socle commun de compétences, de connaissances et de culture

Cycle 2 : Enseignement moral et civique

Cycle 2 : Questionner le monde

Cycle 3 : Arts plastiques

Cycle 3 : Histoire des arts

Cycle 3 : Enseignement moral et civique

Cycle 3 : Histoire et géographie

Cycle 4 : Arts plastiques

Cycle 4 : Histoire des arts

Cycle 4 : Enseignement moral et civique

Cycle 4 : Histoire et géographie

Cycle 4 : Éducation aux médias et à l’information

- le parcours citoyen

Mesure 3 : Créer un nouveau parcours éducatif de l’école primaire à la terminale

L’affiche politique et électorale à travers l’histoire

C’est sous l’angle des images de l’actualité et des nouvelles images politiques que nous sommes amené à déambuler dans le panorama des affiches électorales, cette catégorie d’images politiques très commentées dans les médias : des affiches officielles, non-officielles à celles des primaires ou à celles visibles sur les panneaux des bureaux de vote.

Il nous a donc fallu envisager des hypothèses de généalogie des affiches électorales, ce qui est susceptible de les avoir inspirées, ce qui fonctionne comme associations d’idées, d’images et de symboles pour le débat public.

L'image fabriquée, bricolée et trafiquée avec les moyens du bord : Le cas de mai 68

Dans l'histoire des images politiques, le printemps 68 constitue une phase de transition où l'écrit se fait slogan et l'imagination, l'art de faire des images, s'emballe. Notons que les premiers signes d'emballage se font sentir dès 1967 dans le contexte du cinquantenaire de la révolution russe. Technologiquement parlant, c'est une prouesse française que de déployer le système SECAM à temps pour que la télévision russe puisse enregistrer la commémoration en couleur. Cet événement inaugure une nouvelle génération d'images télévisées en couleur.

Puis survint le printemps 1968, où l'on assiste au rejet de 10 ans de régime gaulliste.

La dénonciation de la mainmise du pouvoir gaulliste sur l'ORTF atteint son summum.

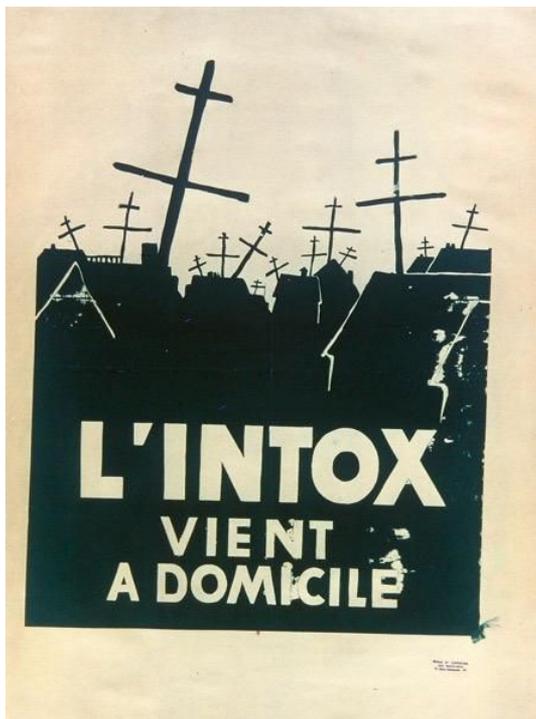
Cette rhétorique des discours anti-médiatiques et hostiles aux journalistes de la télévision ne date pas d'aujourd'hui.

Aujourd'hui, on choisirait peut-être plutôt le terme *fake news* plutôt qu'intox mais le réquisitoire est là. La croix de Lorraine symbolise la propagande gouvernementale qui arrive dans les foyers par les antennes et le contrôle exercé sur l'information télévisée.

La Une d'*Action* constitue un renversement des valeurs -> ordre militaire symbolisé par le képi facteur de désordre. On pense à *Nuit et brouillard* d'Alain Resnais et la censure de l'image du képi dans le camp de concentration de Pithiviers, compromettante pour les forces de l'ordre sous la collaboration.

Légende "L'intox vient à domicile" : Affiche, 62,5 x 85,5 cm - Atelier populaire de l'ex-École des beaux-arts, BnF, Département des Estampes et de la photographie, ENT QB-(1968) /W3959

Légende Une d'action : Une du journal L'action : Action n°9 du 13 juin 1968, BnF, département Philosophie, histoire, sciences de l'homme, Lb61-600 (Tracts mai 1968)

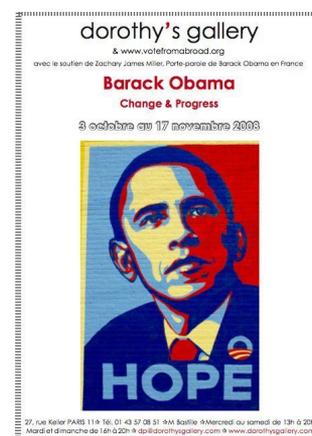
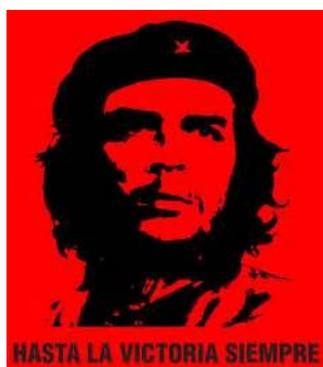


Pour aller plus loin : <http://expositions.bnf.fr/mai68/>

Une autre influence pour les affiches électorales : l'image publicitaire et les arts décoratifs

Le côté léché et “papier glacé” de l’affiche publicitaire a indéniablement inspiré les communicants de la politique. Certains candidats à la présidentielle ont même fait appel à des artistes de l’art du marketing. Parfaite illustration de cette convergence de formes : Ségolène Royal, en 2007, fait appel à Emanuele Scorcelletti, photographe de stars et de mode, ou à Oliviero Toscani, fameux photographe des campagnes Benetton à scandales. Au-delà de l’héritage du code couleur à la fois de gauche et soixante-huitard, l’affiche du premier tour de Ségolène Royal renvoie à la fois à l’image publicitaire, à un travail artistique sur l’image publicitaire qui évoque explicitement les oeuvres plastiques de Barbara Kruger, aux Unes féminines de *Life*, au pop art et à l’art commercial d’Andy Warhol, à des références révolutionnaires subliminales (Che Guevara), en somme à des sources d’influence autant publicitaire qu’artistique, médiatique et politique à l’échelle mondiale. On est allé jusqu’à parler de marque Ségolène Royal.

François Belley, *Ségolène Royal* ® : la femme-marque, Peau de com, 2008



Les passerelles entre ces deux types de communication visuelle se multiplient depuis le succès des affiches Séguéla des campagnes victorieuses de Mitterrand en 1981 et 1988.

Pour aller plus loin :

<http://www.slate.fr/story/52591/photos-campagne-1988-generation-mitterrand-seguela>



[Une petite histoire de l’affiche française](#) par le Musée des Arts décoratifs

Analyse des affiches électorales de la campagne des élections présidentielles de 2017

Examinons l'influence des trois sources d'inspiration que nous avons évoquées (mai 68, affiche publicitaire, art déco) sur la campagne présidentielle 2017 dans trois domaines :

- respect du code « couleur » de l'échiquier politique de la France jusqu'au schématisme ?
- tentatives de recherche formelle, voire rupture avec une certaine tradition graphique et iconographique ?
- sources d'influence variées (une certaine affiche de cinéma, référence à des campagnes précédentes, etc.) ?



Présentation des affiches de la campagne 2017 (dans l'ordre du tirage au sort du conseil constitutionnel, à l'exclusion de celle de Jacques Cheminade qui n'en a pas autorisé la diffusion)

Nicolas Dupont-Aignan



Jusqu'à ce qu'il officialise l'affiche apposée sur les panneaux d'affichage des bureaux de vote (à gauche), voici, au centre, le portrait « standard » que l'on a pu voir jusqu'au 4 avril 2017 :

- drapeaux tricolores en toile de fond;
- pose du candidat classique mais « à la cool » (sans cravate)
- volume de texte assez réduit,
- déjà le slogan « Debout la France », avec en petit, le sous-titre « ni système, ni extrêmes » et le symbole de Marianne tenant le drapeau français.

Il est intéressant de noter que cette première affiche n'était pas conforme à la règle d'interdiction de la combinaison tricolore que le CSA a rappelée, cette année, et qui paraît avoir été inspirée par le tableau de Monnet "Rue Montorgueil".

Marine Le Pen



À première vue, la composition de l’affiche électorale est traditionnelle :

- portrait sous la lumière
- slogan
- logo

Quelques détails frappent :

- Disparition de la flamme tricolore du FN et même du drapeau tricolore
- Emprunt de la rose socialiste et du bleu de la droite républicaine
- Renversement des symboles : on passe de l’élément « feu » de l’affiche du père, à l’élément « eau » de celle de la fille, ce qui marque une volonté de dédramatiser le Front National

À ce sujet, voir le reportage du JournAlternatif 2017 du lycée international Nelson Mandela de Nantes : <https://presidentielles17.jimdo.com/candidats/marine-le-pen/>

Au niveau du slogan, la question de l’ordre social et de l’ordre public, dont on a vu que c’était un enjeu soixante-huitard à l’époque gaulliste, reste première. À la Une d’*Action*, le Général de Gaulle, c’est le désordre. 50 ans plus tard, Marine Le Pen annonce qu’elle va remettre la France en ordre en 5 ans...

Au sujet des slogans du FN, voir le livre de Valérie Igounet : *Les Français d’abord, slogans et viralité du discours FN (1972-2017)*.

Emmanuel Macron

La composition de l'image n'est pas dénuée d'ambivalence :

- Le candidat a une position de leader qui mène la marche mais en même temps il se retourne sur la foule pour vérifier qu'on le suit bien.
- À la différence des cadres et standards habituels, la lumière est devant lui et il n'est pas bien éclairé. Il a choisi une image prise dans le vif de l'action.

Cela confère à la composition de l'ensemble un caractère flou qui, du reste, constitue l'un des



principaux reproches de ces adversaires. Macron prend les devants en choisissant ici délibérément d'apparaître dans un flou artistique. Notons la une de *l'Express* la semaine du 29 mars 2017 « Macron le flou en marche » (29 mars).

La tenue décontractée et la rhétorique corporelle sont en adéquation avec la devise « En Marche » (EM comme Emmanuel Macron). Pas de portrait photographique. La photogénie du candidat a semblé suffire. Nul besoin de faire l'effort de poser.

Le mardi 4 avril, le candidat a officialisé une nouvelle affiche plus proche de celle que l'on attend d'un président.



Benoit Hamon



Ce portrait se caractérise par un côté standard et classique, hypernormé. On voit que l'image est stylisée à la manière d'un portrait photographique posé. On est dans le prolongement de la tradition des portraits de personnalité historique que la photographie a contribué à instaurer dès son apparition. Le maintien et la tenue correcte sonnent comme une réponse « hors du temps » à la question de la stature présidentielle et du charisme attendu d'un chef d'État.

On remarque le contraste entre le noir et blanc d'un côté et la couleur de l'autre :

- le rouge traditionnel de la gauche
- le vert du parti Europe Écologie les Verts, qui soutient Hamon.

Nathalie Arthaud



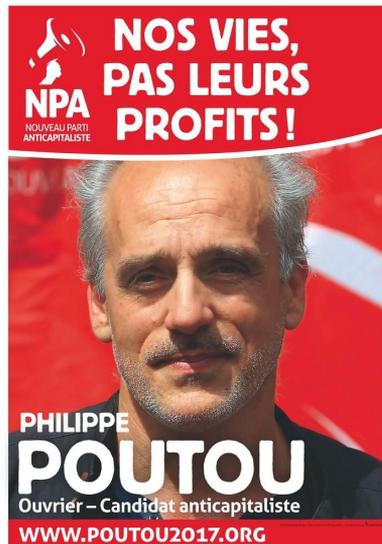
La candidate de Lutte Ouvrière est photographiée dans une situation « ordinaire », en extérieur, et évoque le naturel et la simplicité.

En revanche, le texte est abondant. On constate le déséquilibre texte / image en faveur du texte. La couleur reprend le code classique du Parti Communiste.

Le slogan assume son caractère clivant : il s'adresse à une partie de l'électorat et non à la totalité de la communauté nationale.

- conformément à la règle d'interdiction d'une combinaison tricolore, il ne saurait y avoir de drapeau français
- mais la faucille et le marteau, symboles de la filiation au Parti Communiste Français, rappellent les anciens drapeaux des pays du bloc soviétique.

Philippe Poutou



Le fait de voter non pour un programme mais contre un système est ici assumé. Le NPA est bien le nouveau parti anticapitaliste mais le code couleur inscrit la filiation de ce parti dans une continuité. Le logo du NPA, avec le symbole du haut-parleur, renvoie à la cause de la rue qui fait entendre sa voix. On peut noter qu'il "collerait" encore mieux aux mots de Nathalie Arthaud qui « veut faire entendre le camp des travailleurs ». Dans l'ordre de la parole légitime, les scrutins et la rue ont plus de poids et d'importance que les sondages qui sont le fruit du système capitaliste. Avec l'invocation de la rue, la référence à 68 est présente. Le NPA ne cherche pas à rassembler au-delà de son camp. Il soutient une classe contre une autre, celle des ouvriers, d'où l'importance de l'indiquer en guise de signature du candidat Poutou.

Jean-Luc Mélenchon



La nouvelle affiche de Jean-Luc Mélenchon de 2017 a déjà beaucoup été commentée (par exemple, le 3 avril, au JT de France 2). En comparaison avec celle de 2012 que l'on verra plus tard, on constate l'abandon des codes dits « révolutionnaires » (vocabulaire, codes couleur ...) pour passer à une certaine forme d'apaisement.

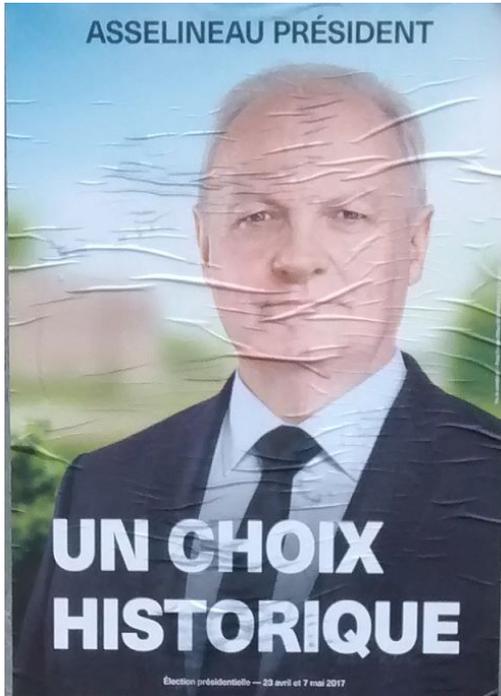
L'inspiration est explicitement mitterrandienne : la force tranquille de 1981 est devenue la force du peuple. Pourtant, il n'y a pas de référence au terroir comme chez Mitterrand. Nous sommes en présence d'une image aérienne, au-dessus de la mêlée...

La composition tripartite de l'image rappelle vaguement le drapeau français : bleu en haut, blanc au milieu, rouge avec la lettre grecque "phi" en bas à gauche.

Ce symbole issu de l'alphabet grec, qui laisse entendre les initiales de la France Insoumise (F.I.), le parti dont Mélenchon est le candidat, renvoie à la philosophie, à la naissance de la démocratie, peut-être peut-on y voir également une reprise fantasmatique et cryptée du marteau et de la faucille.

Mélenchon pose mais il ne veut pas apparaître guindé (ni costard, ni cravate).

François Asselineau



L'affiche est de facture classique. On peut constater la disparition du prénom et la référence au parti. L'accent est mis sur le caractère historique de ce scrutin. Le candidat serait à la hauteur du choix "historique" que constituerait son élection.

François Fillon

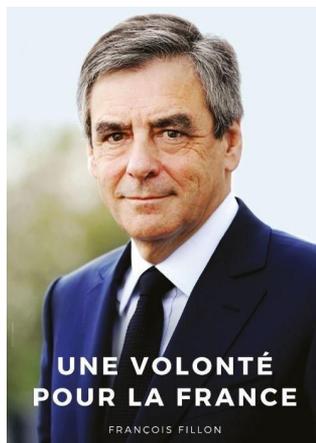


WWW.FILLON2017.FR

Sur cette affiche, pas de slogan. Juste un nom qui fait office de slogan. Il s'agit de choisir une image d'adversité et de challenge. Le candidat salue la foule à l'occasion du fameux meeting de ses soutiens.

La place du Trocadéro, la Tour Eiffel, les drapeaux tricolores, le candidat ne pose pas. Il s'est agi de cadrer pour rendre compte de symboles qui ont leur importance pour son électorat traditionnel : Gustave Eiffel symbolise l'esprit du génie industriel de la France, les drapeaux sont devenus des symboles ambigus qui rallient nationalistes comme patriotes. Il s'agit pour François Fillon de remobiliser son parti et ses soutiens pour confirmer le résultat de la primaire et renouer avec la dynamique qui l'avait porté auparavant.

Cette première affiche contrevenait à la règle d'interdiction des symboles républicains susceptibles d'être détournés et récupérés à des fins partisans. Il s'est donc agi de ne pas prêter le flanc à cet écueil en présentant une nouvelle affiche plus consensuelle.



Pour résumer

L'officialisation des affiches de campagne correspond à un moment de communication politique particulier. La gestion de la communication tout au long d'une campagne électorale obéit à une stratégie et un plan qui s'apparentent à de la publicité, à l'art du teasing et à l'événementialisation des annonces et des carnets de campagne. Ainsi, lors du débat télévisé avec les 11 candidats du 4 avril 2012, Emmanuel Macron choisit de dévoiler une affiche officielle plus classique et qui ne prête pas aux mêmes interprétations à double-tranchant.

Nous constatons aussi que la règle d'interdiction des combinaisons tricolores rappelant le drapeau français et édictée en 1988 est davantage respectée. Le 5 avril, le CSA a fait savoir qu'il ne voulait plus que les drapeaux tricolores soient mis en scène et instrumentalisés dans les spots de la campagne audiovisuelle de ce scrutin. Comme justification : la crainte d'un « nationalisme délirant » et que les symboles républicains soient « maltraités ou utilisés de manière négative. » Ces principes ont provoqué une série de remous et de rejets sur les réseaux sociaux et sur le Net.

Le rouge pour les partis de gauche reste la tendance, le bleu pour les partis de droite.

On constate également une subversion des codes traditionnels pour les candidats qui "montent" et qui cherchent à élargir leur socle électoral : une tendance à revisiter la pose traditionnelle du portrait politique.

Qu'en était-il en 2012 ? Analyse des affiches électorales de la campagne présidentielle de 2012



D'une façon générale, on s'aperçoit que les codes couleur traditionnellement en usage sont respectés. Seul le candidat Hollande en n'employant pas de couleur chaude, s'affranchit de la tradition de son parti. Cela étant, nous sommes là très proche d'un autre héritage socialiste sur lequel nous reviendrons.

Marine Le Pen



Le drapeau tricolore en toile de fond -> pas de logo du FN, ni de symbole ajouté, pas de nom de la candidate.

Nicolas Sarkozy



Ensemble tout devient possible -> Yes we
modèle de l'affiche mitterrandienne reste la référence.
D'abord rassembler, puis consolider : la France forte.

can d'Obama -> le

Jean-Luc Mélenchon

Contraste saisissant avec l'affiche de 2017.

Maintien et sérieux, avec la cravate rouge

Pour l'anecdote, « Prenez le pouvoir » fut le slogan de François Fillon aux primaires de la droite et du centre...



Nathalie Arthaud

Élection présidentielle du 12 avril 2012

Nathalie Arthaud

Candidate de Lutte Ouvrière
Une candidate communiste



Un emploi et le salaire qui l'accompagne sont la seule ressource des travailleurs, de ceux qui ne disposent pas de capitaux, la majorité de la population. Perdre son emploi, son salaire, c'est tout perdre. Les licenciements, les fermetures d'entreprises sont des drames d'abord pour les familles des salariés qui en sont victimes, mais aussi pour tous ceux, petits commerçants, artisans, artisans, dont les revenus sont liés à ceux des salariés.

- Avec l'aggravation de la crise, l'intensification des licenciements s'impose comme une mesure d'urgence. Le financement du maintien de tous les emplois doit être prélevé sur les profits des groupes industriels et financiers et sur les revenus de leurs gros actionnaires. **Le travail doit être réparti entre tous les bras disponibles, sans diminution de salaire.**
- Au lieu de gaspiller son argent pour aider les banquiers et les grands groupes, l'État doit créer des emplois utiles à tous dans les services publics et procéder à de grands travaux comme la construction du million de logements sociaux qui manquent.
- Il faut une augmentation générale des salaires et des retraites pour rattraper leur pouvoir d'achat déjà perdu. Il faut qu'ils soient automatiquement indexés sur les hausses de prix.
- Les grands groupes capitalistes et les banquiers qui dirigent l'économie le conduisent à la catastrophe. Il faut mettre fin à leur dictature sur les entreprises. **Imposer la suppression du secret industriel et commercial est un premier pas vers le contrôle des travailleurs et de la population sur les entreprises.**

Pour affirmer votre accord avec ces objectifs, votez pour Nathalie Arthaud.

Vous affirmez ainsi votre conviction que la société capitaliste, injuste et folle, ne peut pas être l'avenir de l'humanité.

Toujours la couleur rouge traditionnelle.

Absence de la faucille et du marteau, qui renvoient à l'histoire du marxisme-léninisme et que le Front de gauche, soutenu par le Parti Communiste Français, a également préféré ne plus utiliser dans cette campagne. Affiche où la place du texte est prépondérante.

François Bayrou

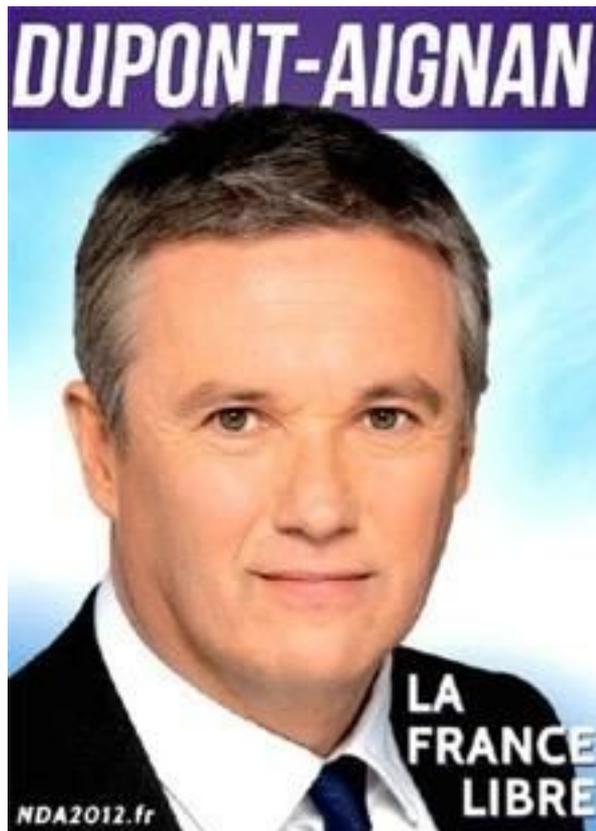


Arrière-fond flou dont le candidat se dégage
Slogan « Un pays uni, rien ne lui résiste. » -> choix de l'écriture manuscrite identique à celui des premières affiches du mouvement « En Marche ».
Dans notre cadre culturel, le fait de signer représente l'engagement, le contrat, l'acceptation de la proposition.



Nicolas Dupont-Aignan

Cette année-là, il y a un autre candidat qui s'appelle Nicolas...Pas de prénom.
Figure classique et normée du portrait.



Par contraste avec l'affiche de 2017, le fond de l'image est le ciel -> profondeur de champ.
Le texte "La France libre" est tellement connoté historiquement que l'on hésite à parler de slogan.

François Hollande

Regard vers l'objectif.

Pose mitterrannique, « La force tranquille », « Le changement c'est maintenant » : il s'agit pour le candidat Hollande de ne pas apparaître comme l'ancien premier secrétaire du PS, d'où l'absence de référence trop explicite au parti. Le changement vaut pour l'Élysée comme pour lui puisqu'il a à accomplir une « mue » pour incarner l'État.



Eva Joly



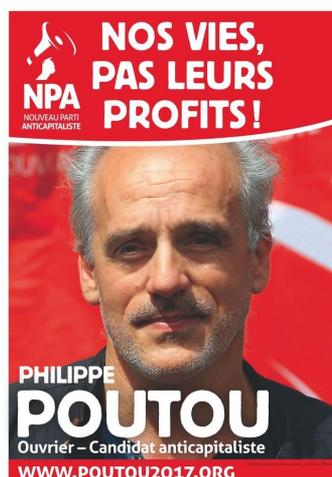
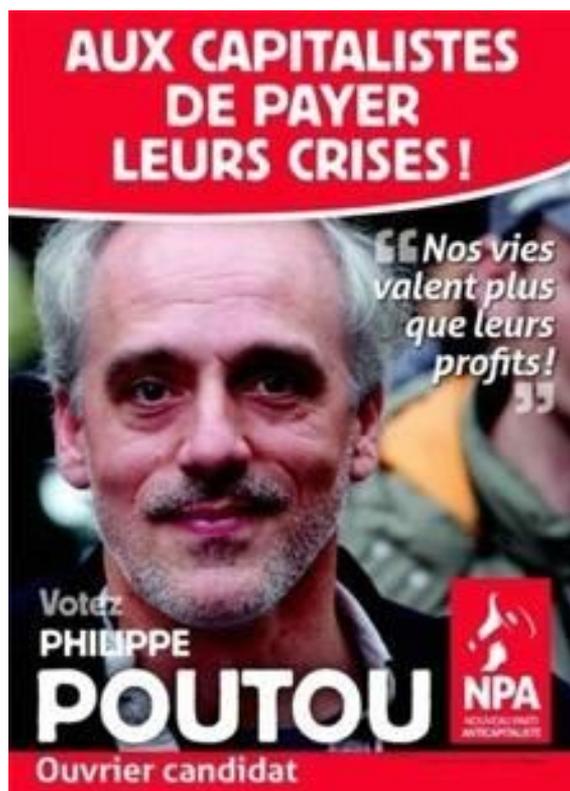
Un slogan qui renchérit sur celui de Hollande, en le discréditant.

La candidate d'Europe Écologie Les Verts s'est présentée, estimant que l'écologie n'était pas représentée par François Hollande.

Les lunettes vertes et la pose féminine exprimant la douceur avec une main sur la joue font que cette candidature trouve son origine dans un engagement personnel. Il faut y voir une sorte de signature.

Philippe Poutou

Entre 2012 et 2017, on observe la continuité du code couleur rouge à ceci près que Philippe Poutou voit encore plus rouge ... D'ouvrier candidat, il est passé ouvrier candidat anticapitaliste.



Florilège des affiches électorales des scrutins présidentiels de 2007, de 2002, de 1995

Pourquoi remonter à 1995 ? Parce que selon Sophie Duchesne et Florence Haegel, les premiers entretiens de groupe menés en France dans le domaine de la communication politique portaient sur les affiches de cette campagne.

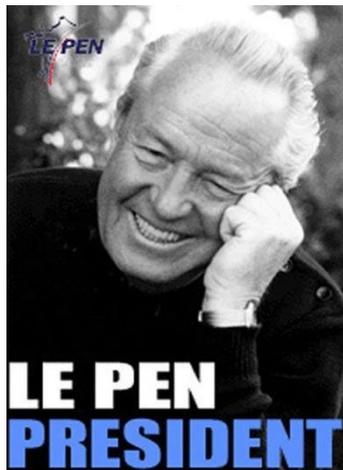
2007

Passage du rouge et blanc comme dominante de l'affiche du premier tour (rassembler son camp) au blanc et bleu entre les deux tours (incarner la France et représenter tous les Français).

Recours à des photographes prestigieux. Déjà la thématique du changement qui a porté chance à Hollande et qui, à l'époque, n'avait pas eu le même effet puisque Nicolas Sarkozy pouvait aussi incarner le changement avec Jacques Chirac.



2002



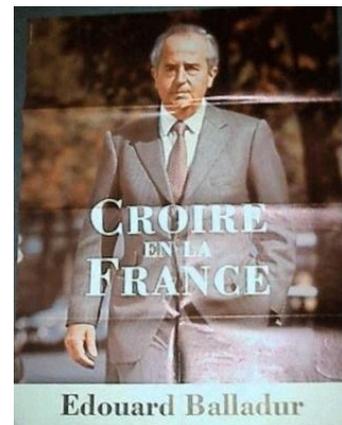
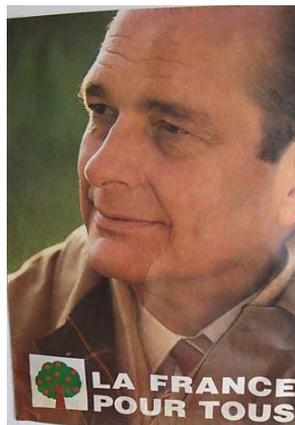
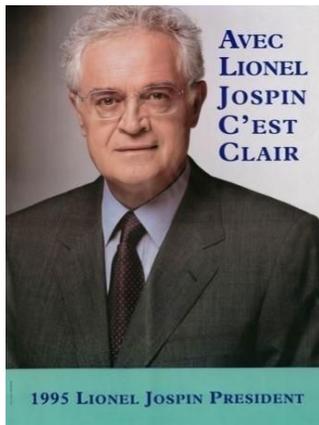
Concours de sourires qui n'ont pas le même sens :
Pour le Pen, il s'agit de rassurer. Pour Chirac, il s'agit de rassembler le peuple français.
Nouveau symbole lepeniste : le rouge qui sépare la France en deux et qui a l'air de créer une frontière en plein milieu de la France.

1995

La couleur verte est en force sur les affiches des 3 principaux candidats.

Pas de drapeaux tricolores. Chirac et Balladur invoquent la France. Avec Jospin, on est très proche de la publicité. On imaginerait presque une publicité pour Alain Afflelou avec ce slogan.

Cela renvoie à l'apparition des entretiens de groupe, des "focus group" dans la communication politique (Voir l'ouvrage de Sophie Duchesne, Florence Haegel : *l'enquête et ses méthodes, l'entretien collectif*, Armand Colin, 2008).



Pour conclure cette étude théorique, on remarque plusieurs constantes et tendances de l’affiche électorale et politique :

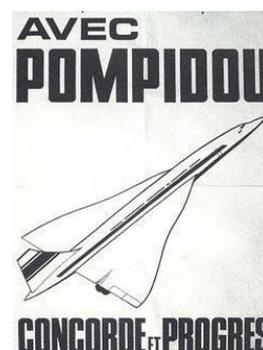
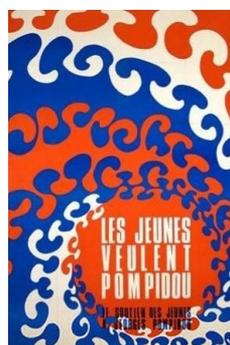
La question de l’origine de certaines représentations. La constitution de la 5e République a « personnalisé » l’incarnation de l’État. Les candidats aux élections présidentielles le savent. Il faut donc trouver moyen de donner le sentiment d’incarner l’État à la suite de l’allégorie de la nation qui figure sur la Déclaration des droits de l’homme et du citoyen. Le siècle des Lumières, l’oeil de la raison, les projecteurs... tous ces jeux destinés à renforcer la photogénie du candidat sont mis en scène dans les multiples traditions de l’affiche électorale.



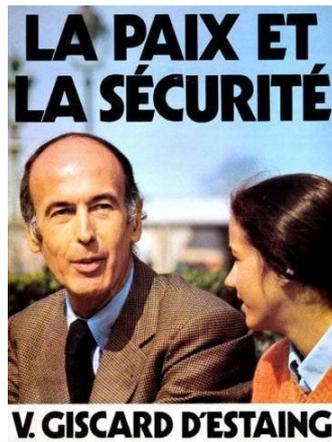
- Les éléments d’évocation de la nature et de la campagne sont récurrents et renvoient à cet électorat rural qui était central dans le tiers-État. On n’est pas surpris de constater que cette affiche de François Mitterrand est considérée comme un modèle du genre et continue largement à influencer l’affiche politique d’aujourd’hui.



- Les affiches électorales sans le visage du candidat sont rares. Cela n’a pas toujours été le cas. Georges Pompidou en avait fait une caractéristique de sa communication électorale.



Depuis longtemps, le candidat est « seul » sur son affiche et, ce, même au milieu de la foule. Ce ne fut pas toujours le cas. Ici VGE en dialogue avec sa jeune fille dans le jardin des Tuileries à proximité du Louvre où il travaillait alors en tant que ministre des Finances.



Exercices pratiques en lien avec les programmes

La représentation de Marianne et du drapeau dans l'art

Cycle 2 - Enseignement moral et civique sur les symboles de la République, leur place, leur rôle, les raisons de leur disparition et leur réapparition chronique dans l'affiche politique

En lien avec l'enseignement des arts visuels, travailler sur la représentation de Marianne et du drapeau national dans les oeuvres d'art.

Exercice : rechercher dans les portraits photographiques des candidats et surtout des élus ces figures de la représentation républicaine, en analyser le sens à travers la place que ces [symboles de la République](#) occupent dans l'image et déterminer les raisons pour lesquelles ils s'imposent à tous les représentants politiques.

De même, les symboles révolutionnaires sont régulièrement convoqués dans le domaine de la communication politique à la française. On connaît l'hymne national qui est interdit de spot de la campagne audiovisuelle. Qui se souvient de l'interprétation du candidat Valéry Giscard d'Estaing du chant du départ en 1974 qui a constitué la bande musicale de l'ensemble de sa campagne jusqu'à son intronisation ?

<http://www.ina.fr/video/I04145573>

Histoire politique contemporaine comme moyen de discussion intergénérationnelle

Cycle 2 : questionner le monde : l'histoire politique contemporaine comme moyen de discussion intergénérationnelle

Exercice : repérer ce que l'actualité politique apporte au quotidien jusqu'aux élections législatives, faire des synthèses hebdomadaires par petits groupes et les présenter à l'ensemble de la classe.

Faire voter les élèves sur le modèle de ce que fait Jean-François Jeffrenou, professeur d'histoire géographie au lycée Notre-Dame de Rézé :

http://www.cafepedagogique.net/lemensuel/lenseignant/schumaines/educationcivique/Pages/2012/132_2.aspx

Exercice : Dresser des frises chronologique, générationnelle et historique dans lesquelles on présente l'ensemble des présidents de la Ve République du point de vue historique, mais aussi en demandant aux enfants d'interroger leurs parents, leurs grands parents pour les amener à relier l'histoire avec la mémoire sociale et familiale de leurs origines.

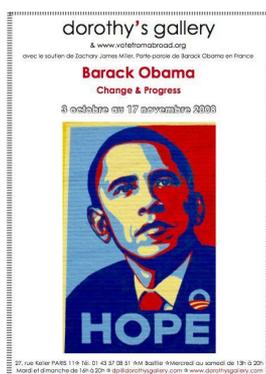
Le portrait politique : communication ou art?

Cycle 3 : arts plastiques : contraste entre communication choisie et point de vue d'un photographe artiste

- Produire sa propre affiche électorale, son « poster », avec des outils informatiques.



- Distinguer, dans le domaine de l'image politique, les différentes parentés avec d'autres catégories d'images voisines, les ressemblances et les différences avec les images à caractère artistique, les images publicitaires, les images de portrait, les dessins, les images filmées. En s'appuyant sur les images d'[Olivier Roller](#), les comparer sous l'angle plastique comme sous l'angle historique, culturel, thématique.
- Mettre en oeuvre un projet artistique comme une exposition retraçant les grandes étapes historiques des représentations politiques. En profiter pour sensibiliser les élèves à la question des droits d'auteurs et du droit à l'image.
- À partir du corpus d'affiches ci-dessus, retrouver des formes géométriques et comprendre leur agencement.
- Relier les caractéristiques de l'affiche de Ségolène Royal en 2007 au contexte historique et culturel de l'époque, ainsi qu'aux sources d'inspiration politique et géopolitique dans le prolongement desquelles elle s'inscrit et l'expliquer oralement.
- Mener un travail de repérage des futures affiches électorales de la campagne des législatives et les comparer avec les affiches des candidats à la présidentielle, en s'interrogeant sur les différences entre les deux types de scrutins induites dans l'image.



- Analyser cette image de Barak Obama à la lumière d'influences ou de références à l'art contemporain, le cinéma, etc. (Andy Warhol, Jean-Luc Godard, Kandinsky, Francis Bacon ...)
- Débattre du code couleur de la communication politique, à travers les affiches et nos imaginaires chromatiques.

- De quel film l'affiche de Benoît Hamon se rapproche-t-elle le plus ? Quelle signification cette parenté peut-elle avoir ?



Cycle 4 et lycée : comprendre le sens du drapeau tricolore et pourquoi son statut fédérateur et de cohésion nationale a changé au cours des 50 dernières années.

Ressources en ligne :

<http://www.institut-national-audiovisuel.fr/train.html>

<https://www.inoreader.com/article/3a9c6e7f182ebf0c-les-youtubeurs-politiques-peseront-ils-sur-la-campagne>

<http://www.vivelapub.fr/affiches-electorales-la-guerre-de-limage-1965-2012/>

http://www.liberation.fr/france/2012/04/14/les-affiches-des-candidats-dechiffrees_811536

<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-presidentielle-2012/20120325.RUE8648/presidentielle-six-affiches-de-candidats-decodees.html>

<http://www.20minutes.fr/elections/854160-20120106-presidentielle-slogans-celebres-dernieres-annees>

<http://www.lesinrocks.com/2012/09/24/actualite/romain-ducoulombier-parti-communiste-redoutable-producteur-images-11306269/>

<http://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/pratique/presidentielle-pourquoi-il-n-y-aura-pas-de-drapeau-francais-dans-les-clips-des-candidats-07-04-2017-6833985.php>

<http://www.la-croix.com/France/Politique/Les-affiches-officielles-candidats-pretres-etre-collees-2017-04-04-1300837192>

<http://www.ozap.com/actu/pas-de-drapeaux-pas-d-hymne-national-le-csa-fixe-ses-regles-pour-les-clips-de-campagne/523454>

