

# CORRIGE

**Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.**

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL  
ARTISANAT ET MÉTIERS D'ART  
OPTION COMMUNICATION GRAPHIQUE  
SESSION DE JUIN 2008**

**CORRIGÉ**

**E2 : ÉPREUVE DE TECHNOLOGIE  
SOUS-ÉPREUVE B2 - UNITÉ 22  
ART ET TECHNIQUE : HISTOIRE DE L'ART  
ET DE LA COMMUNICATION VISUELLE**

**Ce corrigé comporte 6 pages numérotées de 1/6 à 6/6  
Cette proposition de corrigé doit surtout tenir compte  
de la justesse du raisonnement de l'élève et de son argumentation.**

<b>CORRIGÉ</b>			
<b>0806-AMA C.T.B.</b>	<b>Durée 2H00</b>	<b>Coefficient 1,5</b>	<b>Pagination Page 1/6</b>

## Publicité et propagande

On vous demande de répondre aux questions ci-dessous en vous aidant des documents mis à votre disposition.

### Documents :

- photogrammes tirés du spot TV Perrier Fluo (page 3)
- Le Constructivisme (page 4)
- Affiches russes des années 20 (page 5)

### Partie 1 : Communication visuelle

1 • Quels moyens visuels (perspective, lignes de force, composition, cadrages, angles de vue, typographie, message,...) sont employés pour dynamiser les images du Perrier Fluo? Relevez les images clés (numéros) lors de votre argumentation.

• A la lecture du story board de Perrier Fluo, on constate une alternance de plans d'ensemble, de plans moyens et de gros plans qui rythment le spot (images 1, 3, 7, 4). De même, des lignes de forces basées sur des diagonales s'opposent (image 2 et son miroir, image 6) et alternent avec des vues frontales (image 3 où la ligne de force est une horizontale). Les angles de vue diffèrent également et l'on semble passer de contre-plongées (image 1, 2, à des vues en plongées, image 6) puis à une vue frontale (image 10) pour revenir à deux vues en plongée (images 11 et 12) avant de basculer à nouveau dans des contre-plongées (images 13, 14, 15).

Les compositions dynamiques alternent avec des compositions statiques et ce phénomène s'accroît au fur et à mesure que l'on avance dans le déroulement du film.

L'apport de la typographie (image 18) souligne la ligne de force diagonale mais est très vite mise en contraste dans une composition statique (image 20), qui vient ponctuer le message publicitaire pour très rapidement à nouveau jouer sur l'oblique en y associant le relief (la typographie est en 3D) dans l'image 21. A nouveau la typographie suit les lignes de fuite de la perspective sous-jacente (image 21) et annonce «mélangeons tout ça a bon goût» l'image suivante qui est le mélange liquide sous forme de prise de vue en très gros plan du produit.

Enfin, une mise en abîme est alors effectuée avec le drapeau sur lequel l'icône du soldat de l'Armée Rouge est associé au texte et au produit (image 23) pour n'être plus qu'une répétition du produit (image 24) tandis qu'en voix off est hurlé le slogan qui vient renforcer le sens de ces trois dernières images, comme une légende : «Le chic des saveurs des fruits, la force des bulles (image 22), Perrier Fluo, c'est bon, c'est fou!» (image 23 et 24).

2 • De quelle façon le produit est-il mis en scène tout au long du spot? Relevez les images clés (numéros) lors de votre argumentation.

• Le produit apparaît de façon insidieuse dans le spot. Image 7, une main levée avec une bouteille au bout une tache orange fluo, en haut à droite, est le premier indice du produit.

CORRIGÉ			
0806-AMA C.T.B.	Durée 2H00	Coefficient 1,5	Pagination Page 2/6

Dans l'image 8, un militaire boit au goulot et le lien peut alors se faire, l'association entre la tache fluo et la bouteille est possible.

Image 12, les petites bouteilles fluo viennent rythmer l'image comme des traits d'union entre chaque personnage qui défile.

Enfin, l'image 13 ne laisse plus d'ambiguïté sur le produit et l'on voit les soldats trinquer avec les bouteilles vues en contre-plongée. Une certaine emphase va de paire avec la mise en scène du produit qui prend progressivement de plus en plus d'importance dans l'image jusqu'à envahir l'écran (image 16) dans une mise en scène délirante du produit. Le produit est énorme et remplace les probables armes (missiles) qui étaient à l'origine sur les camions qui défilent (image 16). L'utilisation de la couleur, l'incrustation du produit à différentes échelles dans le documentaire reconstitué à partir d'images d'archives semble faussement maladroit pour accentuer l'humour associé au produit, au texte (dans le même orange fluo que le produit) et qui fait allusion au mur de Berlin détruit en 1989 («L'Est et l'Ouest, Le Litchi, le zeste», image 20) et semble faire référence ou écho à des films comme Good Bye Lenin qui est aussi une histoire de faussaire.

#### **barème**

- pertinence et cohérence de l'analyse du story board (partie 1, questions 1 et 2) / 8

- 3
- Quelle différence faites-vous entre propagande et publicité?
  - Pourquoi Perrier Fluo détourne-t-il ainsi des documents d'actualité à des fins publicitaires?

Vous argumenterez votre réponse en une dizaine de lignes.

- La propagande est un moyen de communication utilisé à des fins politiques alors que la publicité l'est à des fins commerciales.

- Perrier Fluo détourne le genre «documentaire propagandiste» pour en faire un spot commercial et vendre le produit Fluo. En jouant ainsi sur les limites du film de propagande et du spot publicitaire, Perrier Fluo tente de brouiller les pistes. Mais la retouche d'image, l'intervention de la couleur, la mise en scène du produit de plus en plus irréaliste (porté par des camions) devient tellement caricatural, la bande son «happy together» qui nous ramène aux années 1970 Peace and Love, accentue le décalage avec les images d'archive montrées. Tout ce montage truqué avec humour et adresse est très vite démasqué et le glissement du film de propagande vers le spot publicitaire devient une évidence. Les slogans écrits puis criés (images 18, 20, 21, 23, 24) ne laissent plus aucun doute sur le parti-pris de l'annonceur : des slogans aux rimes approximatives, un mélange d'authenticité, tant dans les images que dans le sens, et de parodie.

- qualité de l'argumentation (partie 1 question 3) / 8

<b>CORRIGÉ</b>			
<b>0806-AMA C T B</b>	Durée 2H00	Coefficient 1,5	Pagination Page 3/6

## Partie 2 : Histoire de l'art

1 • L'art productiviste né de la Révolution Russe et de la révolution industrielle, donne naissance à un style spécifique aux années 20 : le Constructivisme. A l'aide des documents page 4 et de vos connaissances, vous exposerez les caractéristiques de ce mouvement.

• Les avant-gardes qui apparaissent pendant ou peu après la première guerre mondiale cherchent à changer le monde malgré le démenti horrible infligé par cette guerre. C'est la volonté de parvenir à ce que les avant-gardes appelèrent «l'homme nouveau» qui explique qu'aient perduré les projets utopiques : ainsi, le groupe néerlandais De Stijl (Le Style) est-il constitué en 1917, l'école du Bauhaus ouverte officiellement à Weimar en 1919, et le constructivisme russe prend forme au début des années 1920.

Radicalement dans la mouvance de l'art abstrait, malgré leurs divergences plastiques et idéologiques, ces trois courants partagent le même intérêt pour une synthèse des arts et pour l'idée que leur production artistique peut et doit transformer profondément la société et les rapports entre les hommes. Ces différents groupes artistiques sont souvent d'ailleurs reliés entre eux par des expositions, revues, ou personnalités artistiques communes.

Il ne faut pas y voir qu'une simple recherche formelle picturale ou sculpturale sur la couleur ou la ligne mais un projet social et politique.

Avec dada à Berlin et l'avant-garde russe de la période bolchévique, l'art du XX<sup>e</sup> se politise fortement et les œuvres des artistes sont engagées.

Le seul choix de matériaux inédits et le refus des règles de la représentation au bénéfice de l'abstraction est déjà une prise de position par rapport à l'ordre établi, une remise en cause de la production et de la perception des œuvres d'art.

La démarche des artistes peut nous apparaître utopique dans la mesure où ils pensaient qu'en transformant radicalement les formes - il ne faudrait pas omettre le design et l'architecture-, la société subirait elle aussi des transformations qui la feraient progresser vers un avenir radieux ou, du moins, ouvert, porteur de promesses.

**De Stijl, les artistes du Bauhaus, du constructivisme sont portés par une généralisation, voire une universalisation de leurs enjeux esthétiques.**

Peu enclin à concevoir la peinture comme une entité pouvant nous conduire vers un spirituel situé au-delà du monde matériel, **Laszlo Moholy-Nagy**, également enseignant au Bauhaus de 1923 à 1928, produit alors des toiles abstraites, telle Composition A.XX où il intègre un esprit plastique moderne constructiviste et proche de De Stijl. Par ses transparences de couleurs, cette toile cherche à rendre ce qui fut longtemps l'une des préoccupations de l'artiste qui était de «peindre avec la lumière». Photographe, décorateur de scène, typographe, réalisateur, designer, comme beaucoup d'artistes de l'époque Moholy-Nagy prend une part active aux mouvements sociaux et politiques de son temps, soit directement par ses films, soit par des choix de matériaux résolument modernes et d'avant-garde, comme le galathite (matière plastique à base de produits naturels comme le celluloid), le plexiglas, la bakélite (matière plastique entièrement synthétique fabriquée en 1909 par un chimiste belge Backeland) ou encore l'aluminium, sur lesquels il fait des tentatives picturales ou qu'il utilise pour certaines sculptures.

CORRIGÉ			
0806-AMA C T B	Durée 2H00	Coefficient 1,5	Pagination Page 4/6

Etre de son temps consiste donc pour un artiste à travailler avec des matériaux et des formes modernes, thème qui sera également l'un des credo des constructivistes russes, pour qui le matériau conditionne une bonne partie, sinon la totalité, de l'œuvre.

El Lissitzky, fasciné comme Moholy-Nagy par la figure de l'artiste ingénieur, puisqu'il est également architecte, designer, photographe, typographe, durant les années 1920, développe les Proun (abréviation russe de «Pour l'affirmation du nouveau en art»), telle l'Étude pour Proun RVN 2, dans laquelle il cherche à renouveler la vision de la perspective, la question du support et de la perception de la peinture. Pour Lissitzky, renouveler cette vision est aussi reconsidérer la vision de la société, de l'homme et de ses productions.

C'est assurément dans la Maquette du monument pour la Troisième internationale de Vladimir Tatline que la fusion utopique de l'art et du socio-politique est la plus évidente.

Ce monument, jamais réalisé, qui était destiné à des bureaux du Komintern, aurait dû être une construction de métal et de verre d'une hauteur de quatre cents mètres, divisée en trois corps géométriques. Chacun aurait tourné sur lui même à des rythmes différents : le cube de base en un an, la pyramide au-dessus en un mois, le cylindre du sommet en une journée.

En résumé, les principes du constructivisme sont de tenter de résoudre les problèmes relationnels entre fonction, forme, structure et matériaux.

Son idéologie repose sur deux concepts fondamentaux : la fonctionnalité et son «applicabilité».

Autrement dit, deux principes doivent être intégrés :

- celui d'une correspondance entre le but du designer et la fonction de l'objet,
  - celui d'une organisation consciente de la construction d'un tout à partir des éléments disponibles.
- Rien de doit être superflu ou inutile (exclut toute ornementation).

2 • Démontrez, en vous servant de vos constats précédents, les apports et les influences plastiques de l'Art Constructiviste sur les affiches russes des années 20 (pages 4 et 5)

• Les images du constructivisme se caractérisent par l'ascétisme de la forme, la géométrie et l'angle droit, les principes de montage et de production industrielle.

Les documents page 4 sur le constructivisme montrent bien à quel point ce mouvement d'avant garde est influencé par le futurisme et le cubisme dans l'utilisation de forme géométriques, de compositions rayonnantes ou concentriques et dynamiques (basées sur l'oblique) afin de suggérer un déséquilibre ou un mouvement). Mais le constructivisme de Tatline ou Rodchenko préconise un art fonctionnel au service de la société plus que des recherches plastiques ou formelles. Et c'est en cela que le constructivisme va servir l'affiche russe des années 20. La typographie est mise en perspective, en volume et devient ligne de force au même titre que les rectangles ou formes géométriques des œuvres constructivistes. De la même façon, le concept architectural d'un Tatline est réinvesti dans certaines affiches sous forme de «mots-bâtiments» : le message est lui même l'architecture du magasin dans lequel on trouvera des vêtements de travail.

Ainsi, en intégrant les composition, les couleurs des toiles constructivistes dans leurs affiches, les graphistes russes des années 20 donnent aux messages fonctionnels ou propagandistes, un impact jamais encore atteint à cette époque dans le domaine de l'affiche.

CORRIGÉ			
0806-AMA C T B	Durée 2H00	Coefficient 1,5	Pagination Page 5/6

**barème**

- exploitation de la documentation et des connaissances en histoire de l'art (partie 2 questions 1 et 2) / 8

3 • Quels emprunts au Constructivisme sont faits dans le spot Perrier Fluo.  
Vous vous aiderez des documents (pages 3, 4 et 5) pour argumenter votre réponse.

*Dans le spot Perrier Fluo, les images 6 et 12 par exemple dont les lignes de force sont essentiellement bassées sur la diagonale afin de contribuer au dynamisme de la composition, révèlent aussi le même rythme que dans la photographie expérimentale de El Lissitzky (1920) page 4.*

*L'apport mesuré de couleurs vives dans un ensemble assez monochrome chez Laslo Moholy Nagy dans sa Composition de 1924 peut aussi être mis en parallèle avec l'utilisation de la couleur fluo de la bouteille Perrier dans le spot (image 12, 13). Les images d'archive retouchées nous renvoie aux travaux expérimentaux de la photographie constructiviste de Moholy-Nagy.*

*Enfin, l'utilisation de typographies en relief et volume (3D) des images 18, 20, 21 se rapprochent des affiches de Turov et de Rodchenko et soulignent une perspective, une ligne de force ou contribuent à donner un effet sonore dans l'affiche de Rodchenko (1925) façon bande dessinée (les lettres du message sont de plus en plus grandes pour exprimer que le message est crié).*

*Dans le spot, le slogan est crié à partir de l'image 22 (le choc des saveurs) jusqu'au drapeau final et agit comme un sous-titre pédagogique.*

*On est bien dans la typographie utile, dans le fonctionnell*

**barème**

- pertinence de l'argumentation (partie 2 question 3) / 6

<b>CORRIGÉ</b>			
<b>R.0806-AMA C.T.B</b>	<b>Durée 2H00</b>	<b>Coefficient 1,5</b>	<b>Pagination Page 6/6</b>