X) Analyse d’une publicité

-> affiches publicitaires

-> illustration (image, photo…)

-> texte (nom du produit, éventuel slogan…)

* Simplicité, instantanéité
* Fonctions : informer, persuader, faire réagir.
* Déterminer le thème de la pub
* Déterminer le sens, l’orientation de la pub (explicite/implicite)
* Déterminer d’où viens la force de la pub : humour, sensualité, clichés…
* Répéter les procédés argumentatifs utilisés.

Affiche pulp fiction :

Tout d’abord, il s’agit d’un film de Quentin Tarantino, dont vous avez peut-être entendu parler. Il est sorti en 1994 et eu un très grand succès, il remporta notamment 5 prix dont le meilleur film 1994 au festival de Cannes (en avant-première donc cet élément à pu être apposé sur l’affiche sans problèmes de temps).

Le plan :

On peut voir au premier plan une jeune femme allongée sur un lit, à l’arrière plan, un store vénitien, ce qui semble nous indiquer qu’elle se trouve dans une pièce close, une chambre d’hôtel peut-être ? Ou Une maison ? Il y a en-haut un bandeau rouge avec l’inscription du prix de cannes, le titre du film en jaune et le réalisateur du film mais on le détaillera par la suite.

il y a un « 10c » orange de forme ronde comme pour indiquer le prix à gauche de l’affiche sur le coté du bandeau, ce qui fait penser à un magazine.

Le décor :

Le décor est composé de plusieurs objets. En effet, on voit tout d’abord que cette femme est allongée sur un lit recouvert d’une couette et d’un coussin orange sur lequel elle est appuyée. On observe une arme devant la femme ce qui nous montre qu’il y a de la violence dans ce film de manière très probable. Elle a la main sur un livre où l’on peut lire « Pulp fiction » inscrit, ce qui permet une mise en abime bien pensée. Serait-ce donc une histoire dans une histoire ? On observe également un paquet de cigarettes ouvert, elle en tient d’ailleurs une de la main droite.

Ces éléments sont très importants, ils donnent une idée sur le caractère de la jeune femme qui semble être dépendante et une « mauvaise fille ». Sur le côté gauche la lampe paraît être allumée nous laissant penser que c’est la nuit, ce qui est renforcé par la lumière qui passe au travers du store derrière.

Les personnages :

On trouve seulement un personnage sur cette affiche, une jeune femme plutôt séduisante. Il s’agit de l’actrice Uma Thurman. Elle est allongée sur le ventre, les jambes relevées et croisées, elle est vêtue de noir et porte des talons aiguilles. Cette couleur noire rappelle l’idée de mort, mais est aussi une couleur qui amincit et sobre, cela peut suggérer le fait que sa victime est de sexe masculin ?

Elle représente donc un personnage très féminin, élégant, mais aussi provocateur. Son regard semble méfiant, elle a la tête légèrement tournée ce qui renforce cette attitude. On dirait qu’elle veut impressionner. Son regard fixe vers nous observateur, on a comme l’impression que c’est nous qu’elle attend.

Les couleurs :

Les couleurs sont dans les tons oranges surtout, ce qui donne l’impression qu’il s’agit de la lumière de la lampe, lumière d’intérieur. Le bandeau au-dessus est également rouge avec le titre écrit en jaune afin de le faire ressortir tout comme la liste de noms des acteurs.

Le texte :

Le titre Pulp Fiction est écrit en gros et en jaune de manière à ce qu’il soit très fortement mis en évidence, c’est la première chose qui attire notre regard. On peut également lire 12 noms d’acteurs écrits en jaune sur le côté.

Conclusion :

L’esthétique global de l’affiche et ses cotés abimés sur la droite ainsi que sa disposition laisse à penser qu’il s’agit d’une couverture de magazine comme celui que l’actrice à devant elle ce qui renforce de nouveau l’idée de mise en abime.

Cette affiche nous évoque donc le sang, le danger mais aussi l’amour. Elle est assez mystérieuse rien que par les couleurs choisies, on y trouve également plusieurs éléments nus laissant penser qu’il s’agit d’un film noir.

L’effet de surprise apporté par une affiche comme cela, différenciée des affiches dites « classique » avec une composition standard permet de renforcer son côté provocateur et innovant en persuadant le consommateur d’aller voir ce film plutôt qu’un autre via ces arguments véhiculés.