

Couv', mode d'emploi



Des pistes d'activités proposées par le

La vitrine du magazine

Première page du magazine à être vue par le lecteur, la couverture doit imposer l'idée que ce magazine veut donner de lui-même. C'est en quelque sorte sa « vitrine » ; elle doit laisser une impression forte au lecteur et l'inciter à l'achat et à la lecture. La couverture comprend des éléments de communication écrits (des textes) et visuels (photographies, illustrations).

Avec les élèves

Chez le marchand de journaux

Avec les plus jeunes élèves, une première approche du monde des magazines consistera à découvrir le lieu où on les achète.

- Situer le point de vente de la presse par rapport à l'école en faisant appel aux connaissances des enfants (« c'est là que mon papa ou ma maman achète... ») ; avec les plus grands, localiser le lieu sur le plan simplifié du quartier.
- Décrire la nature de ce point de vente : Est-ce un kiosque, une maison de la presse, un point de vente dans une galerie commerciale, une librairie de gare ? Partage-t-il une autre activité (bar, boulangerie, épicerie, librairie...) ?
- Amener les enfants à observer la manière dont les journaux et magazines sont mis en valeur : les endroits où ils sont disposés (étals à plat, verticaux, vitrines, tourniquets...), les modes d'organisation (les regroupements par types de presse – dont on lira aux enfants les intitulés –, l'accessibilité particulière réservée



aux quotidiens à grands formats, à certains magazines un peu volumineux...), la promotion dont bénéficient certains titres (mise en vitrine, affichettes et affiches, à l'intérieur ou à l'extérieur du point de vente).

- Faire distinguer les journaux quotidiens des magazines : cette distinction est-elle aisée ? Lister les critères qui permettent aux enfants de faire la différence (formats, couvertures...).

Une charte graphique

La couverture d'un magazine doit séduire le lecteur exceptionnel et le lecteur occasionnel (soit entre 60 et 80 % du lectorat d'un magazine à forte notoriété). Elle doit aussi permettre au lecteur fidèle de repérer son magazine, mais en même temps de le distinguer du numéro précédent. La couverture doit donc faire preuve de cohérence afin que

le magazine soit plus facilement identifié au moment de l'achat ou que la mise en valeur d'un nouveau contenu (un article, un dossier) ne rompe pas l'unité de l'ensemble. On fixe donc pour l'ensemble du magazine une charte graphique à laquelle la couverture se soumet : couleurs, typographie, éléments graphiques divers...

Avec les élèves

Les fonctions d'une couverture

Par groupes de trois ou quatre, les élèves compareront les couvertures d'une dizaine de magazines de différentes familles (hebdomadaires d'actualité, presse sportive, magazines pour jeunes), à partir de consignes communes.

- Identifier les éléments invariants, qui ne relèvent pas de l'actualité : le logo, le nom du journal, la date, le code à barres, l'annonce de dossiers ; sa charte graphique (format, couleurs, bandeaux, caractères typographiques, qualité de papier) ; la typographie utilisée pour les « accroches » ou les titres (les caractères romains et minuscules sont réputés plus lisibles à 1,50 m, les couleurs doivent contraster avec le fond).
- Repérer les éléments variables. S'interroger sur le choix de mise en valeur de l'« actualité » propre au numéro.
- Avec les plus grands élèves (collège-lycée), tenter de dresser une typologie des fonctions d'une couverture en distinguant s'il s'agit d'une couverture :
 - pour faire vendre : la rhétorique des « quatre A » (argent, affectif, agression, anecdote) ;
 - pour informer : attester qu'un événement a eu lieu ;
 - pour illustrer un article : fonction de documentation, de description ;
 - pour argumenter : transmettre un message ;
 - pour intriguer ou frapper l'imagination ;
 - pour témoigner d'une recherche esthétique.



Un titre, des titres



Le nom du magazine doit être facilement identifiable. Ce nom, mais aussi le logo éventuel, la date, voire le numéro sont situés généralement en haut du magazine afin de respecter le sens de lecture spontané. La couverture doit enfin hiérarchiser les articles que l'éditeur souhaite mettre dans cette « vitrine ». Un dossier est souvent mis au premier plan et son titre se détache alors, marqué par la position au sein de la page, la couleur, la taille, la forme et le relief des caractères, sa valorisation au sein d'une composition visuelle.

Avec les élèves

Classement par titres

- Recenser les éléments qui identifient le magazine. Où sont-ils placés ? La présentation dans le kiosque (« en linéaire ») induit des contraintes de maquette : habituellement, le nom du journal ou son logo sont à gauche (pour

être visible dans la rangée), et en haut (pour respecter le sens de lecture : le lecteur va spontanément du haut gauche au bas droit) ; le nom et le logo doivent être identifiables à 3 mètres.

- Esquisser une typologie des noms de magazines : ceux qui désignent leur sujet (ex : Psychologies magazine, Télé 7 jours, France Football...) ; ceux qui désignent explicitement leur lectorat (Femme actuelle, Elle, Monsieur...) ; ceux qui renvoient à une histoire de la presse (Le Nouvel Observateur, Paris Match...) ; ceux qui reposent sur des anglicismes ou des termes étrangers (Be, Closer, Grazia...), etc.

- Analyser des codes de la communication écrite dans la hiérarchie de l'information :
 - le nombre d'accroches, leur degré d'importance, la hiérarchisation par la couleur, le « corps » (ou la taille) des caractères, la place dans la page... ;
 - les thèmes abordés : la manière dont est mise en œuvre la rhétorique des « quatre A » (argent, affectif, agression, anecdote) ;
 - le vocabulaire et la structure grammaticale employés : des questions plutôt que des affirmations, un vocabulaire concret et clair, des références à des valeurs matérielles...

La photo se donne de l'importance

La couverture d'un magazine joue de tous les ressorts de la photographie de presse et en exploite les caractéristiques fondamentales. Souvent aussi, elle enjolive la photographie en la recadrant, en la détournant, en la retouchant. Parfois même, elle l'altère plus profondément et la recompose pour créer des effets insolites qui impressionneront le lecteur. La photographie, enfin, est prise dans un ensemble de codes iconiques, linguistiques, typographiques et topographiques dont le « décryptage » par le lecteur donne le sens et la tonalité de la couverture du magazine.



Avec les élèves

Le choc des photos

En s'appuyant sur quelques exemples marquants, on analysera la fonction de la photographie dans le dispositif de communication en œuvre dans la couverture d'un magazine.

- Examiner la place de la photographie dans la couverture (position valorisée en haut à gauche, centrale, ou réduite à une portion...) ; la superficie de la photographie et éventuellement le recadrage qu'elle a pu subir ; le renforcement ou la contamination par une autre image (photographie ou dessin).

- Étudier les effets créés par la (ou les) photographie(s) sur ces couvertures :
 - L'effet de réel. La photo possède par nature un pouvoir référentiel très important, une ressemblance au réel élevée. Apprécier la qualité recherchée par l'édition de la presse magazine. Remarquer la présence du sujet et son regard

souvent adressé au spectateur : la frontalité du regard garantit une attention particulière du lecteur, donne l'impression que le sujet le regarde, l'interpelle, le prend à témoin.

- Les reconnaissances culturelles. Toute photographie de presse renvoie à une culture visuelle partagée et met en œuvre une image ou une forme « déjà vue » par le lecteur. Pour quelques exemples repérés, faire préciser par les élèves à quelles images renvoie chaque photo de couv'.

- La symbolique. La photographie quitte le terrain de l'actualité pour devenir exemplaire, elle renvoie plus à une idée qu'à une actualité immédiate. En quoi les exemples choisis constituent-ils chacun un résumé de l'actualité ?

- La rhétorique. On emploie des figures de rhétorique, comme la comparaison, l'antithèse, l'hyperbole, la synecdoque, la métaphore, l'allégorie, qui permettent à la photo d'actualité d'allier l'éphémère et la durée.

Quel « impact » ces effets suscitent-ils sur le lecteur ?

Une affaire d'équipe

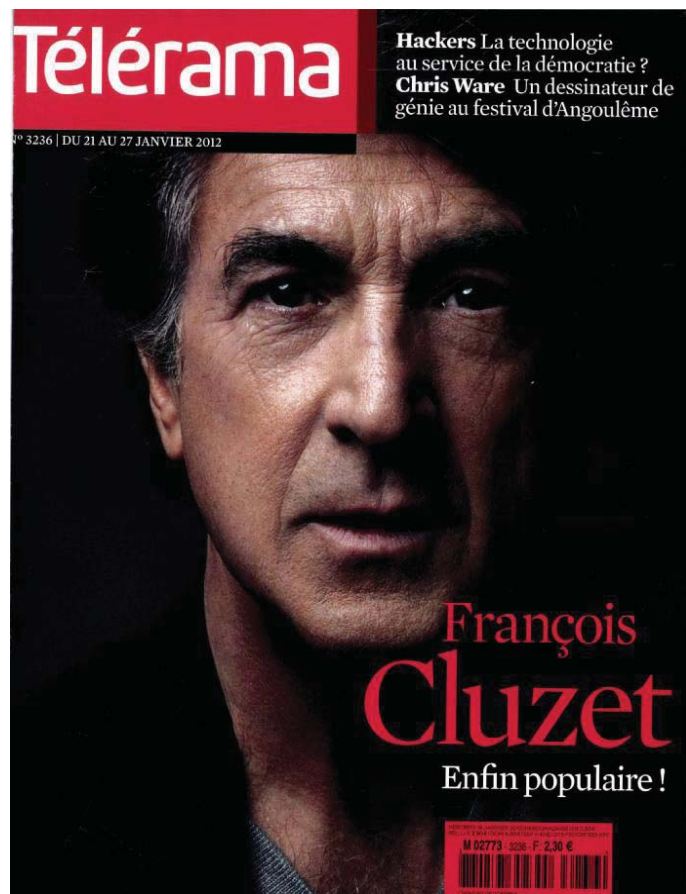
Pour attirer l'attention du client potentiel et le séduire, les éditeurs de presse développent donc des stratégies de communication visuelle, parallèlement aux choix éditoriaux. Cette stratégie a souvent pour cœur l'élaboration de la couverture. Dans un cas idéal, c'est le travail commun du directeur artistique, du rédacteur en chef et du responsable de la diffusion et de la promotion. Or, dans bien des cas, la réalisation de la couverture échappe à la rédaction et passe directement aux mains du service de la promotion.

Avec les élèves

Concevoir une couverture en classe

Il s'agira, in fine, de se livrer à l'exercice de conception et de réalisation d'une couverture d'un news magazine inventé par les élèves. Évidemment, l'existence dans l'établissement d'un journal scolaire favorisera cet exercice.

- Répartir les tâches entre les élèves (« la rédaction ») qui définiront la ligne éditoriale et les titres de couv', ceux (les créatifs) qui élaboreront la charte graphique et ceux (les « commerciaux ») qui seront chargés de promouvoir et vendre le magazine. Chaque groupe devra défendre son projet et tous devront s'accorder à une définition commune de la couverture. Un conseil : plusieurs sites Internet proposent de créer son « faux magazine » et d'inventer sa



propre couverture en s'appuyant sur des maquettes de différentes sortes de magazines (les « féminins, les « people », les « news...») et en y intégrant son propre portrait ; l'exercice, ludique, a néanmoins pour intérêt d'attirer l'attention sur les spécificités graphiques de chaque famille de magazines.

- Comparer une couverture de magazine avec son affiche murale (ou sa version « kiosque ») pour voir comment la composition s'adapte, ou non, à un nouveau contexte de communication.

Pour en savoir plus

CHARON Jean-Marie, La Presse magazine, La Découverte, coll. « Repères », 2008.

Le site du Syndicat de la presse magazine : études, chiffres, etc.

<http://www.pressemagazine.com/etudes/>

BARBIER-BOUVET Jean-François, « La lecture de la presse magazine par les jeunes adultes », Service Études et recherche, Bibliothèque publique d'information, juin 2009.
http://www.bpi.fr/modules/resources/download/default/Professionnels/Documents/Etudes%20et%20recherche/Lecture_presse_magazine_2009.pdf

En une vidéo accélérée, toute la réalisation d'une couverture d'un magazine d'informatique.

<http://www.finalclap.com/news/61-creation-couverture-magazine-macworld.html>

« Le Design, trace sémio-communicationnelle d'une épreuve médiatique et culturelle » (Nouveaux actes sémiotiques, mars 2010). Un décryptage de la manière dont certaines couvertures (L'Express Styles, Télérama) médiatisent le design.

<http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=3358>

Quelques analyses de couvertures de magazines : Arts magazine.

<http://articlesarago.blogspot.com/2010/02/la-couverture-darts-magazine-un.html>

M Magazine.

<http://www.womenology.fr/fr/reflexions/retour-sur-m-magazine-pionnier-de-la-presse-masculine/>