

En classe de troisième

Sequence III. Musiques et publicité

L'élève apprend à analyser le rapport entre l'image et le son dans une publicité. Il découvrira le vocabulaire des plans et sera capable de résumer le matériau et l'organisation d'une musique avec un lexique spécifique.

Problématique : Quelle est la fonction de la musique dans la publicité ?

1. Analyse son et image d'une publicité : Picasso/Pink Martini, *Sympathique*

1. Produit/Marque : Citroën Xsara Picasso
2. Clientèle visée : Jeunes parents
3. Scénario : usine, chaîne de montage où un robot tel un enfant espiègle taggue une voiture à la manière Picasso jusqu'au passage du contre-maître, où il s'empresse de tout recouvrir de la couleur attendue
4. Style musical : chanson jazzy
5. Caractéristiques (genre, formation, rythme, mélodie, nuances, etc.) : chanson au caractère léger, à la rythmique entraînante, (batterie, piano, guitare, voix féminine à l'accent anglais), très mélodique, aux nuances piano
6. Bande-son (bruitages, paroles) : machines, pas, alarme, slogan en voix off.
7. Place de la musique (anecdotique, omniprésente) : très présente, essentielle même pour la compréhension de la publicité.
8. Nombre de plans : 25
9. Types de plans : toutes les grosseurs de plan depuis le TGP, gros plan, au plan d'ensemble.
10. Couleurs dominantes : gris
11. Caractéristiques du montage : plans très courts, caméra en mouvement (traveling) comme montée sur un bras d'un robot.
12. Correspondances image/sons : très forts liens entre les deux, une image étant toujours soutenu pas le bruit adéquat.

2. Analyse son et image d'une publicité : Chanel Egoïste/Prokofiev, *Roméo et Juliette*

1. Produit/Marque : Chanel Egoïste
2. Clientèle visée : Jeunes hommes, désirant séduire
3. Scénario : aux balcons d'un hôtel de luxe, des femmes clament leur déception amoureuse.
4. Style musical : musique orchestrale d'un ballet de Serge Prokofiev.
5. Caractéristiques (genre, formation, rythme, mélodie, nuances, etc.) : musique romantique pour grand orchestre symphonique, au caractère puissant, lourd et solennel.
6. Bande-son (bruitages, paroles) : parodie d'une tirade du Cid de Corneille
7. Place de la musique (anecdotique, omniprésente) : omniprésente
8. Nombre de plans : 20
9. Types de plans : dézooome du très gros plan au plan d'ensemble
10. Couleurs dominantes : noir et blanc/couleurs
11. Caractéristiques du montage : caméra penchée pour souligner le monde qui s'écroule.
12. Correspondances image/sons : les volets s'ouvrent et se ferment au rythme de la musique.

Pink Martini, *Sympathique*

1. Ma chambre a la forme d'une cage
Le soleil passe son bras par la fenêtre
Les chasseurs à ma porte comme des p'tits soldats
Qui veulent me prendre

Ref. Je ne veux pas travailler
Je ne veux pas déjeuner
Je veux seulement oublier et puis je fume

2. Déjà j'ai connu le parfum de l'amour
Un million de roses n'embaumeraient pas autant
Maintenant une seule fleur dans mes entourages
Me rend malade

Ref. Je ne veux pas travailler
Je ne veux pas déjeuner
Je veux seulement oublier et puis je fume

Pont Je n' suis pas fière de sa vie qui veut me tuer
C'est magnifique être sympathique
Mais je n' le connais jamais



Cocoon, *Chupee* (2008)

1. We have gone to the country	Nous sommes allés à la campagne
In your old car	Dans ta vieille voiture
We have lost our way	Nous avons tant de fois
So many times	Perdu notre chemin.

Ref. Hello, hello	Salut, salut
I take you on a trip	Je t'emmène en voyage
Hello, hello	Salut, salut
I take you on a trip	Je t'emmène en voyage

2. Eating your Chupa Chup	Pendant que tu manges ta Chupa Chup
A plane is making a loop	Un avion fait un looping
The beavers are so cute	Les castors sont si mignons
A tree gave me a fruit	Un arbre m'a donné un fruit

Ref. Hello, hello	Salut, salut
I take you on a trip	Je t'emmène en voyage
Hello, hello	Salut, salut
I take you on a trip	Je t'emmène en voyage

Contrôle de fin de séquence en 3^e– Février 2016

1. Produit : Yaourt Taillefine
2. Clientèle visée : Femmes surveillant leur ligne
3. Scénario : Interview de femmes refusant de manger un yaourt allégé mais qui revoient leur position après l'avoir goûté.
4. Lieux : différentes pièces d'une maison (cuisine, salon, bureau, chambre à coucher)
5. Style musical : chanson d'un groupe français en langue anglaise
6. Formation (voix et instruments) : ukulélé, mains, guitare, deux voix
7. Bande-son (bruitages, paroles) : dialogues des protagonistes et voix off
8. Place de la musique : très présente
9. Nombre de plans : 14
10. Types de plans fréquents : gros plans et plan poitrine
11. Type de plan exceptionnel : plan italien (le premier au début)
12. Que souligne cette musique dans cette pub ? Elle accentue le côté léger du produit.

1. Produit : Peugeot Bipper Tepee
2. Clientèle visée : Famille
3. Scénario : Différentes utilisations de cette voiture utilitaire : déménagement, voyage.
4. Lieux : cour devant différentes maisons (propriété, maison de vacances)
5. Style musical : chanson d'un groupe français en langue anglaise
6. Formation (voix et instruments) : ukulélé, mains, guitare, deux voix
7. Bande-son (bruitages, paroles) : slogan à la fin
8. Place de la musique : omni-présente
9. Nombre de plans : 27
10. Types de plans fréquents : plan général
11. Type de plan exceptionnel : plan américain
12. Que souligne cette musique dans cette pub ? Le caractère léger, l'idée de vacances, où l'ukulélé aurait toute sa place.