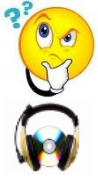


Vous retrouverez ce cours ainsi que toutes les écoutes, projet musical etc.... Vus et travaillés en classe sur une plateforme NETBOARD créée par le professeur à l'adresse suivante :

<https://madamemusique.netboard.me/p3nwsqmq66/?link=f6nAqBle-4SPBtR9E-0BeWpFXL>

Séquence n°... : « Un peu de pub ! »

Question problématique de cette séquence : Quels procédés puis-je utiliser pour sonoriser une publicité ?



Introduction : Pour aborder cette séquence sur les musiques de publicité :



Extrait audio :

A) **Commentaire d'écoute** : Note tout ce que tu entends :

.....
.....
.....

• **Comment tout ces bruitages ont-ils été créés ? :**

.....

• **Par quels moyens techniques ? :**

.....



Extrait vidéo :

B) **Fiche d'écoute** :

Quelle musique pour quelle publicité ? Fais correspondre la musique que tu entends à l'image de la publicité !



• **Question n°1** : Dans toutes les publicités que tu as entendues, est-ce qu'il y en a sans musique ? Si oui, lesquelles ?:

.....

• **Question n°2** : Est-ce qu'il y a des musiques sans paroles ? Si oui, lesquelles ? :

.....

• **Question n°3** : A ton avis, le rôle de la musique dans une publicité est : (Plusieurs réponses sont possibles)

Pas important du tout

Ca dépend des publicités

Important

Je ne sais pas

Très important

- **Question n°4** : A ton avis, à quoi sert le son (musique ou bruitage) dans la publicité ? :

.....
.....
.....

- **Question n°5** : Complète et remplis ce tableau :

	Quel est le nom du produit ?	Quel style de musique est utilisée ? : (Pop / Rock / Funk / Rap / Disco etc...)	Quel est le caractère de la musique associée au produit ?
Publicité 1 :			
Publicité 2 :			
Publicité 3 :			
Publicité 4 :			

- **Question n°6** :

a) **Dans la publicité 1, les images sont :**

En gros plans

Lentes

Images pâles

Rapides

Colorées

b) **A qui s'adresse ce spot publicitaire ? :**

Tout le monde

Les jeunes

Les adultes

c) **Quel est le style de musique choisi ? :**

Classique

Moderne

Pop / Rock / Funk / Rap / Disco...

d) **Décris ce que tu vois et ce que tu entends ? :**

- Les bruits de la boîte :

.....
.....

- Les sons humains :

.....
.....



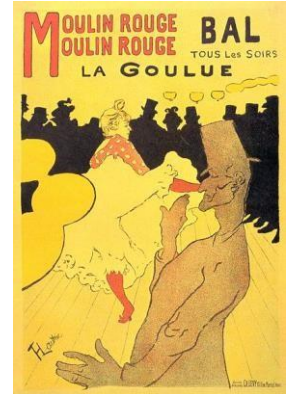
C) Quelques repères dans l'histoire de la pub....

Le 16 juin 1836 marque le début de l'histoire de la publicité dans les médias.

Alors que la Révolution industrielle bouleversait le monde du commerce, **Emile de Girardin** eut l'idée d'insérer dans son journal « *la Presse* », les premières annonces commerciales. Ces publicités lui permirent d'optimiser la rentabilité de son journal en baissant le prix et en gagnant de nouveaux lecteurs. Cette idée révolutionnaire fut immédiatement copiée par ses concurrents. Ainsi, dès 1896, Le Figaro devait plus de 37% de ses recettes à la publicité.



Le début du XXe siècle correspond à un autre tournant dans l'histoire de la publicité. Les affiches publicitaires, de plus en plus collectionnées, s'élèvent au rang d'œuvre d'art grâce notamment à Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec et Leonetto Cappiello.



Parallèlement, les **logos de marques** font leur apparition sur les emballages, avant de s'étendre vers 1920 aux produits dérivés (boîtes d'allumettes, cendriers...)

L'introduction de la publicité dans les salles de cinéma se produit au début des années 1920 par l'emploi de rideaux peints et de petits films muets.



En 1949, la régie publicitaire française "*Jean Mineur publicité*" obtient le numéro de téléphone mythique « *Balzac 00 01* » : Son petit héros à la célèbre pioche, dessiné par Albert Champeaux, incarne dans les salles obscures d'abord le générique des « *réclames* », puis celui des « *spots publicitaires* ».



Au cours du XXe siècle, l'histoire de la publicité a été marquée par l'**apparition de nouveaux médias comme la radio en 1922**. Les premiers spots publicitaires y ont été diffusés dès **1928**.

Avec la radio, la publicité a pris une dimension musicale et a associé pour la première fois un **slogan** oral et un visuel (comme le célèbre slogan de *Cassandra "Dubo, Dubon, Dubonnet"*).



Quant aux premiers spots télévisés, ils sont apparus en France en 1968. Depuis les années 1970, la publicité constitue un **véritable phénomène culturel**, allant jusqu'à inspirer des émissions télévisées comme *Culture Pub* et des musées.

I) Quel genre de musique est utilisée dans la publicité ? :

1) Commentaire d'écoute :

- A ton avis, quel genre de musique est utilisée dans la publicité ? :

.....



Extrait vidéo 1 : « Sarabande » d'Haendel utilisée pour le jean Levis



Extrait vidéo 2 : « Glorious » d'Andreas Johnson utilisé pour le produit Nutella



Extrait vidéo 3 : Publicité pour le produit Coca-Cola

- Note tout ce que tu entends au niveau musical :

- Extrait vidéo 1 :

.....

- Extrait vidéo 2 :

.....

- Extrait vidéo 3 :

.....

Trace écrite en conclusion :



..... :

-

-

-

.....

II) Le rôle de la musique dans la publicité ? :

Tu vas entendre 3 extraits audios : A ton avis, pour quelle produit chaque musique de publicité correspond-il ? :



Extrait audio 1 : « Comment te dire Adieu » de Françoise Hardy (1968) : Publicité pour



Extrait audio 2 : « C'est la ouate » de Caroline Loeb (1986) : Publicité pour



Extrait audio 3 : « Générique de l'émission de Véronique et Davina » (1982) : Publicité pour



Extrait vidéo de la publicité 1 :

Extrait vidéo de la publicité 2 :

Extrait vidéo de la publicité 3 :



Extrait vidéo : « Trop de Bla Bla » de Princess Erika (1987) : Publicité pour

Trace écrite en conclusion :



.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

III) Vocabulaire à retenir :



On peut donc distinguer :

- Le jingle : Motif court et percutant que l'on mémorise facilement, on le reconnaît même sans voir l'image
- La musique originale : musique associée à une publicité ou à une marque
- La musique d'emprunt : un morceau classique, une chanson de jazz, de variété, un tube de rock, de funk etc....
- Le slogan : c'est une musique dont le choix de la voix parlée et de l'intonation est primordial



IV) Culture artistique : Duane Hanson « Supermarket Lady » 1969, sculpture résine de polyester



Le contexte historique :

Dans les années 60, au Etats-Unis, les artistes (**hyperréalistes** et du **Pop Art**) mettent en question les fausses promesses du *rêve américain*. Supermarket Lady illustre parfaitement son temps et la société américaine des années 1960. Les Etats-Unis, comme les pays développés d'Europe, ont connu dans les années 1960 la révolution de la consommation de masse. Avec l'apparition du supermarché, la ménagère achète tout ou presque au même endroit. Son panier a été remplacé par un caddie, le panier à roulettes. Il déborde de provisions en tous genres qui symbolisent l'Amérique. Cette nouvelle façon d'acheter va bouleverser les habitudes (produits fabriqués par l'industrie agro-alimentaire) mais aussi les villes avec l'apparition des centres commerciaux.

Il est facile aussi d'envisager le rôle de l'automobile, de plus en plus présente dans la vie quotidienne. Elle permet de transporter toutes ces provisions. Supermarket Lady porte des bigoudis, des chaussons, une attitude assez improbable en Europe occidentale à cette époque-là. Mais aux États-Unis, un tel personnage peut faire partie du quotidien. Son caractère réaliste illustre le contexte culturel et social de la femme (classe moyenne). L'artiste a poussé le réalisme avec la cigarette. L'embonpoint de son modèle représente l'opulence de cette société de consommation.

Conclusion de la séquence : réponse à notre problématique : **Quels procédés puis-je utiliser pour sonoriser une publicité ? :**

A VOUS DE REpondre...!

