Classe de 3e

Séquence 2 : Musique et publicité

Dans quelle mesure la musique aide-t-elle à la vente d'un produit de consommation ?

Titre : _____ *extrait 0' à 1'50*

Compositeur : _____

400 Moyen Age 1500	Renaissance 1600	Baroque 1750	Classique 1800	Romantisme 1900	Xxe XXIe s

Conte italien popularisé grâce à la tragédie écrite en 1597 par _____ poète et dramaturge anglais (1564/1616), l'histoire de Roméo et Juliette, va inspirer de nombreux artistes et donner naissance à des tableaux, des ballets, des poèmes, des opéras, des comédies musicales, des chansons et même des _____ !

I) ANALYSE MUSICALE

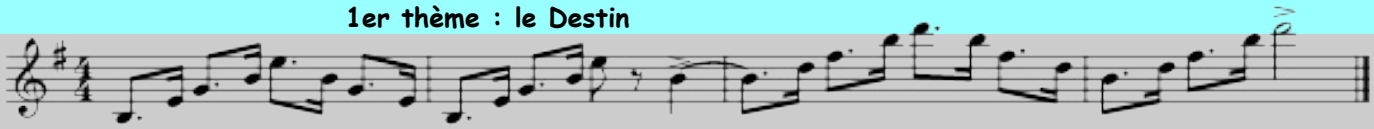
En écoutant cet extrait, je donne mes impressions,

1. Je définis le caractère de cette musique : cette musique est _____, _____, _____et _____.

2. La formation instrumentale est un _____ car le son est _____ et _____. Les deux familles d'instruments mises en valeur sont les _____ et les _____.

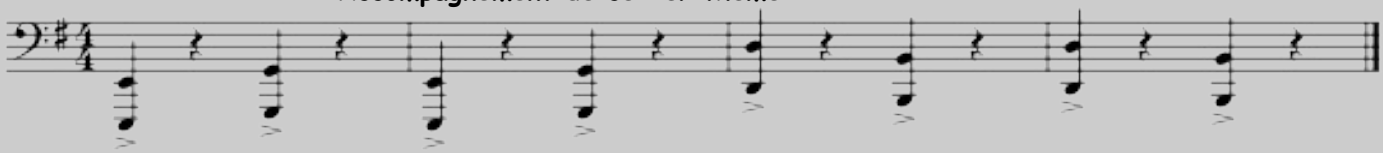
3. Dans cet extrait, nous entendons deux thèmes caractéristiques :

1er thème : le Destin



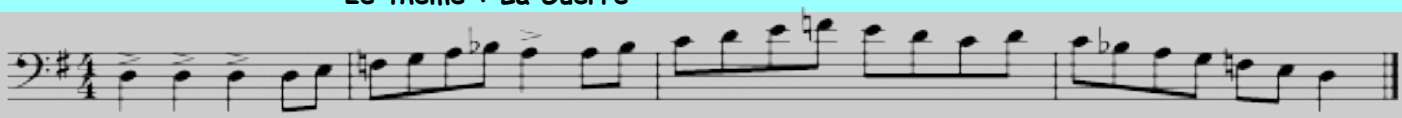
Ce thème est joué par les _____. Il est composé à partir d'un arpège qui monte progressivement au niveau de l'intensité (de plus en plus fort : _____) et de la hauteur (de plus en plus _____). L'ensemble est joué en détaché avec une certaine agressivité.

Accompagnement de ce 1er thème :



L'accompagnement du thème des cordes frottés est fortement marqué par les _____ qui jouent dans un registre _____et de manière _____et_____ ce qui renforce le coté tragique de cette musique. Ce premier thème, sinistre et omniprésent laisse planer le danger au dessus de Roméo et Juliette, il s'agit du thème du Destin (la Mort) de Roméo et Juliette

2e thème : La Guerre



Ce deuxième thème très lourd et martelé est joué aux _____. Il représente la guerre entre les deux familles de Roméo et Juliette : les Montaigu et les Capulet.

4. Le Tempo de ce mouvement est _____, la nuance générale est _____.

II) ANALYSE VIDEO

https://www.youtube.com/watch?v=-n6tW9PZbDw à 31'31

version 1 : choregraphe Leonid Lavrovsky (2013)

https://www.youtube.com/watch?v=gY_qkn3wZWA à 1'06

version 2 : chorégraphe Angelin Preljocaj (2015)

II) <u>ANALYSE VIDEO</u> (suite)

A l'aide de l'extrait vidéo, je constate que « Roméo et Juliette » de Sergueï Prokofiev est une œuvre appelée : _____.
C'est un ballet en 3 Actes.
L'orchestre symphonique n'est pas au premier plan, il accompagne la _____. De ce fait, il est placé dans la fosse pour laisser la 1ère place à la _____.
L'argument de ce Ballet se déroule au château des Capulet : un bal est donné en l'honneur de Juliette qui doit rencontrer son possible futur époux. Roméo Montaigu et ses amis sont invités à cette fête... La scène débute avec l'entrée des parents de Juliette rejoints par de nombreux chevaliers Capulet qui ouvrent le bal d'une manière assez inquiétante. L'atmosphère se radoucit lorsque Juliette fait son apparition. Son père lui présente son futur époux : le Comte Paris. Les deux danseurs entament alors un duo sur une musique beaucoup plus calme. Cependant Juliette va croiser le regard de Roméo et son destin va changer irrémédiablement. ..
La danse des chevaliers apparaît dans la scène 4 de l'Acte 1 au moment du bal des Capulets.

En visionnant la version 2 de ce Ballet je constate qu'il y a plusieurs chorégraphies possibles pour un même Ballet. Chaque chorégraphe peut laisser libre cours à son _____ et à sa _____ à partir de _____ d'un Ballet et proposer ainsi sa propre version.

III) <u>ANALYSE PUBLICITE « EGOISTE »</u> Chanel Parfum pour homme (réalisateur JP Goude en 1990)

1. L'image : qu'est ce qui est le plus remarquable au niveau visuel ? ***(à visualiser sans le son)***
- La répétition : images de _____ répétées, mêmes mouvements répétés puis synchronisés.
- Le passage du _____et_____ à la _____.
- L'expression de _____et de _____ (cris, larmes, geste fort de fermeture des volets)
- L'opposition _____. L'Homme n'apparait pas

2. Quel message cela renvoie-t-il aux consommateurs ?
L'image de l'homme _____et_____ dont le départ ravage le cœur des femmes depuis toujours (passage du noir et blanc à la couleur symbolise le temps qui a passé, l'évolution du cinéma).
3. Dans quel décor le film publicitaire évolue-t-il ?
Toutes les fenêtres laissent apercevoir le même lustre, il s'agit _____. Les femmes sont en robe du soir. Les palmiers évoquent _____, pourquoi pas la ville de Cannes et son festival du cinéma.
4. Le texte parlé : de quoi est-il constitué ?
Les paroles sont déclamées de façon _____, référence au_____de_____ « Ô rage, Ô desespoir ! ». _____ : « Egoiste ! » de plus en plus crié. La voix d'homme qui énonce le slogan.
5. Quel genre de musique a-t-on choisi pour illustrer cette publicité ? Correspond-elle au visuel ?
Une musique_____et_____ : correspond à ce type de produit de luxe.
Une musique également_____ : le thème 1 « Le Destin » est entendu en boucle.
Une musique au caractère _____ correspond aux déclamations et à la colère des femmes.
Une musique _____,_____et_____correspond aux gestes répétés et violents des femmes. _____ entre image et musique au moment du jeu avec les volets.
Une musique jouée en _____qui accompagne le passage du noir et blanc à la couleur.
6. Quelle clientèle est visée par cette publicité ?_____
7. Message délivré par cette publicité ?
En portant ce parfum, l'homme aura un fort pouvoir de _____.
Expression de la colère et du désespoir des femmes abandonnées.
Il s'agit d'un parfum de luxe, produit de marque.

IV) QUELQUES INFOS SUR 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.

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'oeuvre d'art** brâce notamment à Jules Chéret, **Henri de Toulouse Lautrec** et Leonetto Cappiello.
Parallèlement les logos de marques font leur apparition sur les emballages et ensuite sur les produits dérivés.

Début 1920, la publicité entre dans les cinémas par l'emploi de rideaux peints et de petits films muets. En 1949, la régie publicitaire « Jean Mineur » et son petit héros à la célèbre pioche incarne dans les salles obscures le générique 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. La publicité commence alors à prendre une dimension musicale.
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 »,des musées et même des jeux de société.

V) MUSIQUE ET PUBLICITE :

Les effets de la musique sur le comportement du consommateur ont été vérifiés plusieurs fois et sont utilisés depuis longtemps dans les techniques du marketing. Dans les années 1960, par exemple, les jingles sont devenus très populaires dans les spots publicitaires à la télévision et à la radio. Depuis, la musique s'est trouvée une place privilégiée dans l'offre commerciale, ce qui a donné naissance à ce qu'on appelle « le marketing sonore ou musical ».

A RETENIR :

Dans une publicité, la bande son joue un rôle de liaison et de ponctuation des images ce qui accentue le message délivré. Elle apporte un supplément d'information, valorise le produit, crée une ambiance et génère des émotions.

Dans une bande-son publicitaire, on peut distinguer :

Le **JINGLE** : motif court et percutant que l'on mémorise facilement.

La **musique ORIGINALE** : a été composée spécialement pour la publicité.

La **musique d'EMPRUNT** : on utilise une musique déjà existante dans le registre classique, variété, populaire, rock...

et on peut y trouver :

Des **bruitages** : reproduction des bruits présents dans la pub.

Un **slogan ou un court texte narratif** : parlé et mis en valeur par un ou plusieurs comédiens :

Le mixage : consiste à mélanger, à doser tous ces sons en fonction de leur importance à un moment donné. Il est réalisé en studio.

*La publicité « Egoiste » que nous avons étudiée utilise donc un **slogan**, des **déclamations théatralisées** et sa musique qui est omniprésente est **une musique d'emprunt**. Le réalisateur Jean Paul goude utilise la musique du Ballet « Roméo et Juliette » de Sergueï Prokofiev.*

Un Ballet : histoire chorégraphiée (dansée et mimée) où les mouvements du corps, les expressions des danseurs mais aussi la musique transmettent les émotions au spectateur ainsi que la compréhension de **l'argument**. La musique des ballets est le plus souvent composée pour **orchestre symphonique**.

Un orchestre symphonique: est un orchestre où toutes les familles d'instruments sont représentées : Vents, C. frottées, et percussions.

L'argument : c'est l'intrigue, l'histoire racontée par le ballet. Il peut être écrit spécialement ou adapté d'un conte, d'un poème, d'une pièce de théatre...

EXTRAITS VIDEOS :

le métier de **mixeur** :https://www.youtube.com/watch?v=_4IgCcImyE

le métier de **bruiteur** : https://www.youtube.com/watch?v=u892ah_NCyg

Chupee, Cocoon *(2008)*

(_____)

We have gone to the country
In your old car
We have lost our way
So many times

Hello, hello
I take you on a trip
Hello, hello
I take you on a trip

(_____)

Eating your Chupa Chup
A plane is making a loop
The beavers are so cute
A tree gave me a fruit

Hello, hello
I take you on a trip
Hello, hello
I take you on a trip

(_____)

Hello, hello
I take you on a trip
Hello, hello
I take you on a trip

hello...

En choisissant Chupee comme second single de l'album *My Friends All Died in a Plane Crash*, le groupe Cocoon a connu un franc succès et s'est offert une place de choix dans le paysage musical français. Le duo clermontois a enregistré ce road-song en 2007 avec des moyens simples, un ukulele (petite guitare hawaïenne) et une belle harmonie de voix, une empreinte que l'on retrouve dans toutes leurs créations musicales. Chupee a également été utilisé comme musique de publicité, pour les marques Danone et Peugeot, ainsi que dans le film L'Arnacoeur.

L'utilisation de la chanson dans deux publicités différentes

1. Analyse musicale de la chanson :

- Quel est la formation instrumentale ?

_____

- Quel est la formation vocale ?

_____

- Quel est le caractère de la chanson ?

_____

- Quelle est sa structure ? _____

2. Analyse de la pub n°1 :

Produit :	_____
Public visé :	_____
Images :	_____
Sons :	_____
Importance de la musique et pourquoi cette chanson ?	_____

3. Analyse de la pub n°2 :

Produit :	_____
Public visé :	_____
Images :	_____
Sons :	_____
Importance de la musique et pourquoi cette chanson ?	_____

L'hyperréalisme : est un mouvement artistique américain des années 1960. C'est un réalisme quasiment photographique. C'est la suite logique du Pop Art, parce qu'il utilise comme lui des symboles populaires.

Duane Hanson :

_____

crée « Supermarket Lady » pour représenter et dénoncer la société de consommation.

Dans les années 60, aux États-Unis, les contextes politiques et sociaux sont très agités. Les artistes du **Pop Art** ont remis en question les fausses promesses du rêve américain. Duane Hanson décide de travailler de façon réaliste et d'exprimer ses préoccupations sociales. Hanson retrouve dans ses œuvres un traitement réaliste et une approche critique des évènements sociaux. Duane Hanson a le désir de rendre plus attentif le public aux défauts de la société.