

FICHE APPRENANT

LA MUSIQUE ET LA PUB

ACTIVITE 1 DECOUVERTE DU THEME

Lisez et répondez aux questions suivantes.

- a) Que représente la musique pour vous ?
- b) Pourriez-vous vivre sans musique ?
- c) Quel est votre chanteur/chanteuse préféré(e) ? Comment a-t-il ou a-t-elle commencé sa carrière ? L'avez-vous vu(e) en concert ?
- d) Est-ce que la musique peut changer votre humeur ?
- e) Quels chanteurs sont les plus populaires dans votre pays ?
- f) Connaissez-vous des chanteurs / musiciens francophones ?
- g) Quelle type de musique aimez-vous ? Détestez-vous ?
- h) Est-ce que vos goûts musicaux ont changé depuis votre enfance ?
- i) Que pensez-vous de la musique dans les magasins, les supermarchés, les ascenseurs ?

ACTIVITE 2 COMPREHENSION GLOBALE

2.1. Regardez ces publicités sans le son et décrivez la scène.

Marque	Où ?	Qui ?	Quand ?	Action ?
Levi's				
Aigle				
San Pellegrino				
Carrefour				
Bouygues Telecom				

2.2. Que pensez-vous des publicités sans la musique ?

- a) Levi's
-

- b) Aigle

c) San Pellegrino

d) Carrefour

e) Bouygues Telecom

ACTIVITE 3 COMPREHENSION DETAILLEE

3.1. Écoutez maintenant ces publicités sans l'image et complétez le tableau suivant.

Marque	Instruments	Type de musique	Émotion
Levi's			
Aigle			
San Pellegrino			
Carrefour			
Bouygues Telecom			

3.2. Regardez maintenant ces publicités avec l'image et le son.

a) Quel est le rapport entre image et publicité ?

- Levi's
- Aigle
- San Pellegrino
- Carrefour
- Bouygues Telecom

b) Avez-vous envie d'acheter ces produits ?

- Levi's
- Aigle
- San Pellegrino
- Carrefour
- Bouygues Telecom

ACTIVITE 4 CONCEPTUALISATION ET SYSTEMATISATION D'UN POINT LANGUE

4.1. Lisez le tableau.

RAPPEL

La musique détermine une multiplicité de fonctionnement différents par rapport aux produits qui la font naître, aux arguments qui la confortent et aux consommateurs qu'elle cherche à persuader.

- la fonction injonctive (l'interpellation) : Grâce à la musique et le plus souvent un court jingle musical en début de spot, la marque dit à l'auditeur en quelque sorte « me voici ! ».

- la fonction mnémonique (la reconnaissance) : en reprenant un air connu, on s'assure que le téléspectateur va facilement mémoriser cette musique.

- la fonction ludique : La musique peut également renforcer certaines de ces situations pour marquer l'ironie ou faire rire l'auditoire.

- La fonction décorative : une musique choisie parce qu'elle évoque dans l'esprit de l'auditeur un univers particulier (pays, époque, genre cinématographique...).

- La fonction affective : L'idée est d'associer une personnalité musicale en phase avec la cible visée, afin de conquérir plus facilement les consommateurs appréciant le chanteur voire le groupe.

- La fonction cinétique : C'est lorsque la musique entre en parfaite coordination avec le rythme des plans, le mouvement des images... la musique imposant même à ces images son propre rythme.

- La fonction emblématique : C'est lorsqu'une marque utilise un thème musical qui est réorchestré, réinstrumenté à chaque campagne.

4.2. Regardez à nouveau les publicités et déterminez leur fonction.

- Levi's
- Aigle
- San Pellegrino
- Carrefour
- Bouygues Telecom

ACTIVITE 5 REEMPLOI

Faites des recherches sur les publicités de votre pays.

Choisissez 3 publicités différentes et présentez-les à la classe. Vous pouvez vous aider des activités précédentes.