

3èmes : Arts du visuel

Problématique

Quelle est la fonction de la musique dans la publicité ?

Objectifs généraux de formation : L'élève apprend :

- à formuler l'état de sa perception subjective ou objective avec un vocabulaire approprié et pour partie spécifique.	- que la maîtrise individuelle dans un cadre collectif n'a de sens que si elle partagée solidairement.	- que toute culture se construit dans un faisceau de traditions et de contraintes et que sa sensibilité dépend pour une large part de la connaissance des codes, conventions et techniques qui la fondent.
---	--	--

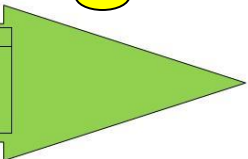
Domaines de compétences : L'élève apprend :

VOIX ET GESTE - à maîtriser sa voix chantée en tenant sa partie dans un contexte. - à inventer, créer dans un cadre strict.	RYTHME - Rythme pointé - temps, contretemps, accentuation	FORME - Répétition - Forme ABA' - Plans au cinéma, succession de séquences sonores - Synchronisation/post-synchronisation. - Montage / mixage
STYLE : à distinguer, identifier et situer une musique selon sa fonction, sa place dans la société : musique accompagnant l'image (publicité)		

PROJET MUSICAL <i>Sympathique (Pink Martini)</i> Réaliser un détournement, une parodie de publicité.	ŒUVRE DE REFERENCE <i>Romeo et Juliette (Prokofiev) /</i> Publicité <i>Egoïste</i> (Chanel)	ŒUVRE COMPLEMENTAIRE Publicité <i>Citroën Xsara Picasso</i> (musique de <i>Pink Martini</i>) Comparaisons avec diverses autres pubs Travail en autonomie, présentation orale
--	--	--

Repères Histoire de la musique : ● musique européenne ou ● extra-européenne

MOYEN-AGE	RENAISSANCE	BAROQUE	CLASSIQUE	ROMANTIQUE	MODERNE	CONTEMPORAINE
V°-XV° siècle	XVI° siècle	XVII° siècle	XVIII° siècle	XIX° siècle	Début XX°	Fin XX° et XXI° siècle
400	1500	1600	1750	1800	1900	1950 2000



Histoire des Arts

Arts du visuel
Arts, techniques et expressions.

Socle commun/B2I

Compétence I :
S'exprimer à l'oral.

Compétence V :
Faire des recherches et analyses en autonomie.

<u>Vocabulaire de référence</u> Temps non pulsé/pulsé. Rythme pointé temps, contretemps, accentuation	Plans au cinéma, succession de séquences sonores Synchronisation/ post-synchronisation. Montage, mixage. Thème, répétition	<u>Pistes didactiques</u> De nombreuses autres publicités à utiliser (rapport avec cinéma, cirque, autres arts). Techniques 3D etc.
---	---	--