

DES SONS QUI EN DISENT LONG TIRÉ DE LA PLATEFORME E-MEDIA

Cette activité propose d'analyser la composition d'une bande-son et d'enregistrer des sons en lien avec des séquences vidéo définies. Le rôle des sons dans la publicité sera travaillé dans l'extension proposée.



Les problématiques à travailler

Comment les sons au cinéma et dans la publicité nous influencent-ils? Comment la musique d'une pub peut me donner envie d'acheter un produit?

Contribution à l'EDD

Cette activité permet de mettre en évidence l'influence des sons et de la musique sur nos émotions et nos actions. Elle peut découler sur une réflexion autour de la bande son de la publicité liée à notre attitude de consommateur.

Cycle 2 et 3

Arts / Musique

Objectifs d'apprentissage

Progression des apprentissages

A 22 Mu – Développer et enrichir ses perceptions sensorielles...
Développement de l'attention, de la curiosité au contact de divers environnements sonores et musicaux.

A 32 Mu – Analyser ses perceptions sensorielles...
Découverte, description, comparaison et analyse des sensations et des émotions perçues au contact de divers environnements sonores et musicaux.

A 33 Mu – Exercer diverses techniques musicales...
Découverte et utilisation de quelques moyens audio numériques (synthétiseurs, micros, lecteurs mp3, logiciels d'enregistrement, de mixage, table de mixage,...)
Approche de notions d'informatique musicale (norme midi, format de compression du son,...)

FG 31 – Exercer des lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations...
Recours aux moyens audiovisuels et informatiques adaptés à la tâche, jusqu'à la production finale (impression de documents illustrés, de séquences filmées, de documents sonores,...)

FG 26-27 – Analyser des formes d'interdépendance entre le milieu et l'activité humaine
Réflexion sur les produits de consommation proposés (prix, publicité, mode,...) et sur leurs conséquences (énergie grise, travail des enfants, contrefaçon,...)

Tâche(s) orientée(s) EDD	Capacités transversales du PER mobilisées par la tâche EDD
Analyser les sons/la musique utilisés dans la publicité et leur influence sur notre comportement.	Démarche réflexive