

Mise au point

nébuleuse : nuage dans les étoiles composé de gaz et de poussières

imberbe : qui n'a pas de barbe

partances : départs

galvanisés : surexcités, électrisés

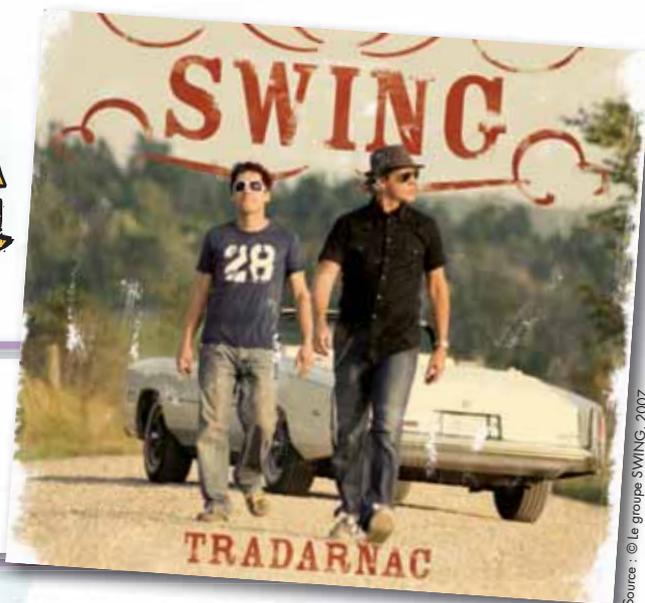
transe : surexcitation

barricade : barrière ou obstacle composé d'objets divers

MUSIQUE À VENDRE

Psitt! Le savais-tu?

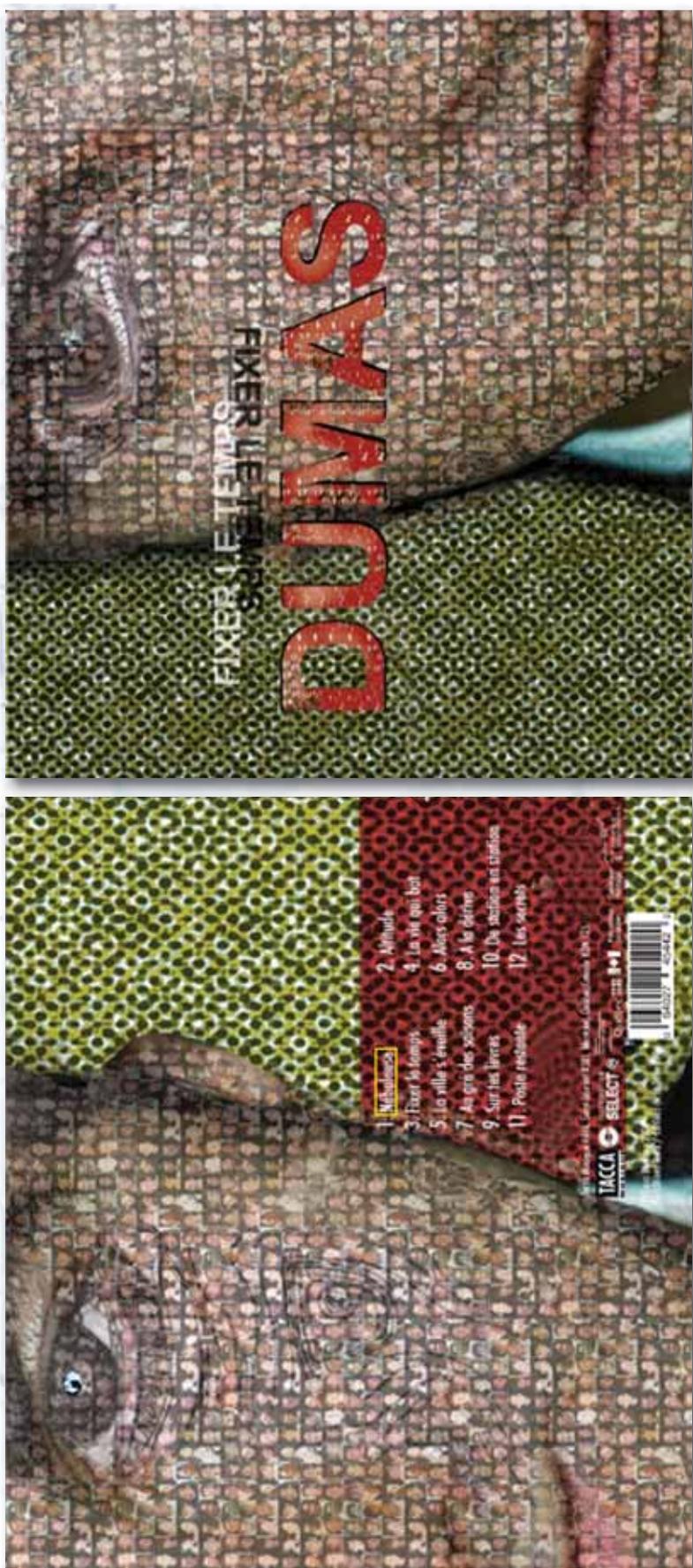
Les artistes franco-ontariennes et franco-ontariens font aussi des choix quant aux éléments que l'on trouve sur leur pochette de disque; par exemple, le groupe Swing a choisi de montrer une vieille Cadillac à l'arrière-plan de sa pochette. Que penses-tu de ce choix?



Source : © Le groupe SWING, 2007.

Psitt! Le savais-tu?

La pochette du disque de Dumas présente une mosaïque de photos qui forment son visage. C'est une technique de plus en plus populaire grâce à la photographie numérique. Une œuvre de ce genre s'est particulièrement fait remarquer à l'occasion du centenaire de l'Hôpital pour enfants Sainte-Justine de Montréal en 2007. En effet, cette immense mosaïque, dont le titre est *Hommage en visages*, contient 2 007 photographies d'enfants qui forment l'image de la chanteuse Céline Dion avec son fils. Les enfants photographiés sont âgés de 1 journée à 17 ans, et plusieurs d'entre eux ont été hospitalisés à Sainte-Justine.



ENTRE MATARE ET BATON ROUGE
UN MONDE À REPARER
ADRIENNE
SIMPLEMENT TOUT
DE RETOUR À LA SOURCE
LUI

ALLER SIMPLE
COMME UN JOUR SANS AMOUR
TANT QUE L'AMOUR EXISTERA
ONLY A WOMAN'S HEART
SI J'ÉTAIS PERDUE
MON VILLAGE DU BOUT DU MONDE





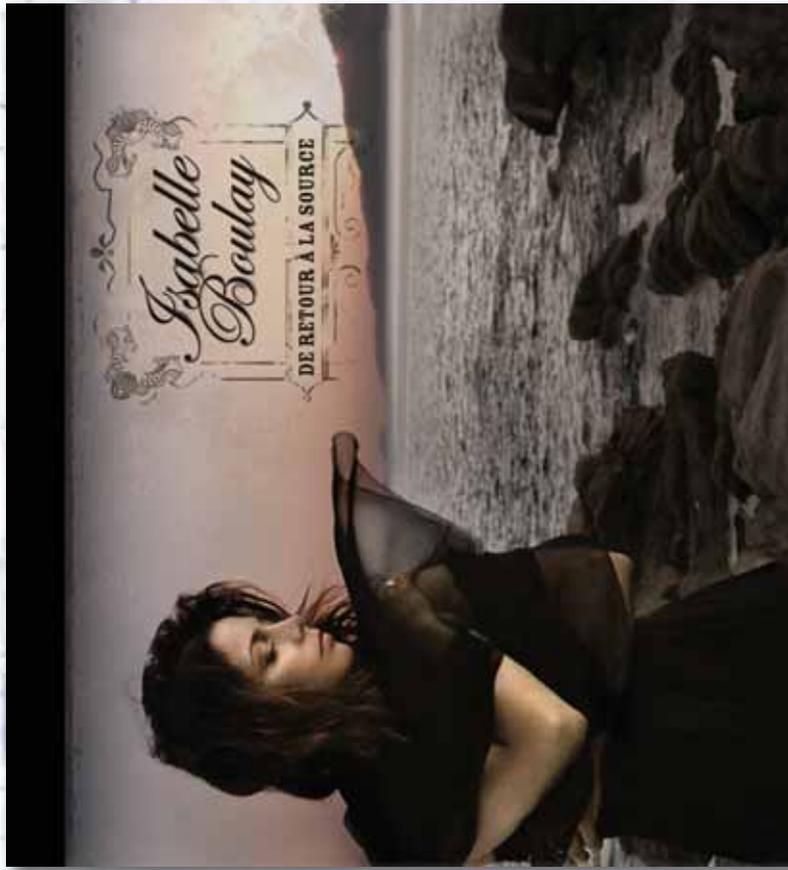


Leur direct opéré par Audiogram et diffusion mondiale par sélect, I+I et Canada.
 © et © 2007 Disques Chic Musique Inc.


 Insérez ce CD dans votre lecteur de CD-ROM
 et accédez à des bonus exclusifs!

opendisc 

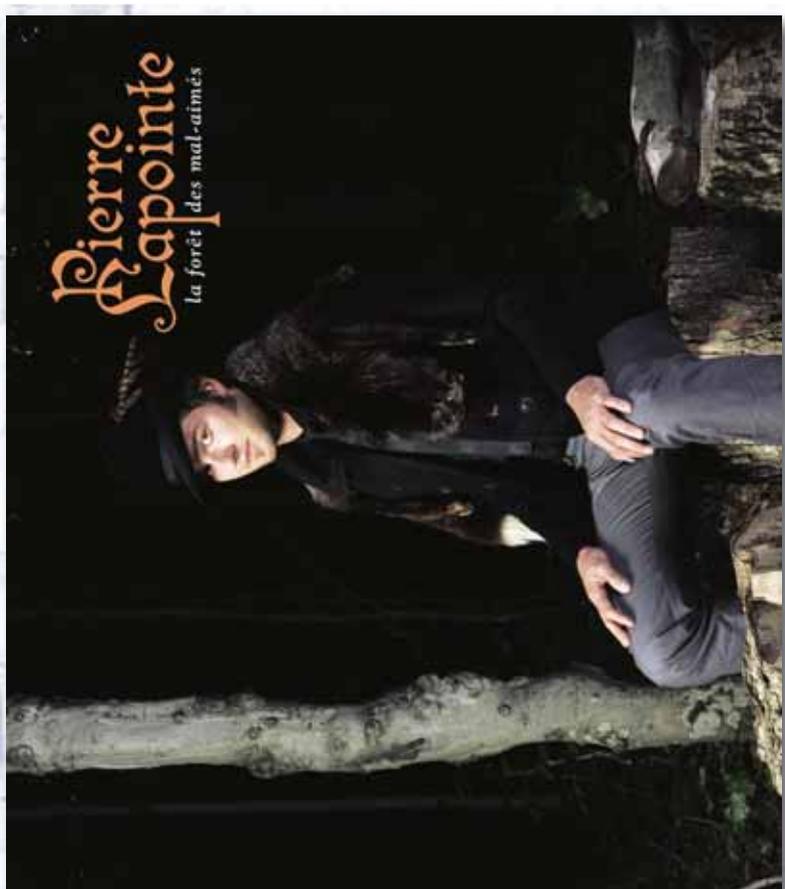
0 64027 12082 0



Isabelle Boulay

DE RETOUR À LA SOURCE

Sources : De retour à la source - Isabelle Boulay © 2007 Disques chic Musique Inc.



Source : Pierre Lapointe, La forêt des mal-aimés, Audiotogram, 2006.



Source : © Ariane Moffatt, Autogram, 2002.



Bloc 1

Que trouve-t-on sur une pochette de disque compact? Communique tes idées pendant le remue-méninges en groupe-classe.

Savais-tu que tout ce que l'on voit sur la pochette d'un disque compact n'est pas le fruit du hasard? Tout a été pensé par une équipe de marketing; par exemple, les photos des artistes ont été choisies en fonction du message que l'on voulait communiquer.

Bloc 2

- Le disque compact d'Ariane Moffatt s'intitule *Aquanaute*. Construis le sens de ce mot à l'aide de ta connaissance des préfixes.
- Lis les définitions de la rubrique **Mise au point**, puis lis les titres des chansons présentées en vue de retrouver ces mots. Dédus le sens de ces titres.

Bloc 3

- Réponds individuellement aux questions ci-dessous dans ton journal de bord. Tu peux lire tes réponses au groupe-classe.
 1. Laquelle des pochettes présentées préfères-tu? Pourquoi?
 2. Si tu devais offrir chacun des disques compacts en cadeau, à qui les offrirais-tu? Pourquoi?
 3. Quel titre d'album trouves-tu le plus intéressant? Pourquoi?
 4. Quel titre de chanson trouves-tu le plus intéressant? Pourquoi?
- Analyse et compare les messages des quatre pochettes de disques compacts à l'aide du tableau préparé à cet effet sur la fiche **Les pochettes de disques compacts**. Prends part, en groupe-classe, à l'analyse des éléments d'une des pochettes et transcris-la sur cette fiche. Analyse les trois autres pochettes de façon autonome. Compare et ajoute des éléments de réponses à la suite de la discussion en équipe, puis en groupe-classe.
- Écoute des extraits de chansons des différents disques compacts pour vérifier si la pochette transmet bien le message des chansons.
- Les pochettes constituent une forme de publicité, car elles ont pour objectif d'amener les consommateurs et les consommatrices à acheter le disque compact. Quels sont les moyens utilisés sur une pochette de disque compact pour inciter les consommateurs et les consommatrices à en faire l'acquisition? En général, quels sont les moyens utilisés dans la publicité pour vendre des produits?

POINT DE VUE



En équipe, choisis un message publicitaire à la télévision ou dans Internet pour en faire l'analyse. Présente ton message au groupe-classe et explique les moyens utilisés dans ce message publicitaire pour inciter les consommateurs et les consommatrices à acheter le produit. Voici des pistes qui te guideront dans cette analyse. Tu n'as pas à exploiter toutes ces pistes, seulement celles qui se prêtent bien à ton message.