

Le message publicitaire

Consignes: Rends-toi sur le site <https://www.alloprof.qc.ca/fr/eleves/bv/francais/le-message-publicitaire-f1119> , lis attentivement les articles et complète les énoncés suivants.

Le message publicitaire est une _____
dont le but est de retenir l'attention d'un _____
(consommateurs, utilisateurs, usagers, électeurs, etc.) afin de
_____ un comportement souhaité : achat d'un
produit, élection d'une personnalité politique, incitation à la prudence sur les routes, etc.

Tout message publicitaire vise un destinataire précis à agir de quelque façon que ce soit : pour annoncer une manifestation, promouvoir un produit, persuader une personne d'adopter une certaine attitude, etc.

Attention !

Comme les professionnels nous offrent régulièrement des merveilles de créativité, nous risquons de croire qu'il s'agit d'un genre facile. Pourtant, la _____ (c'est-à-dire être bref, mais convaincant) qui s'impose ici est un art exigeant dont le succès dépend de la capacité à faire des _____ judicieux en fonction de plusieurs éléments contextuels.

Les éléments qui rendent un message publicitaire efficace

Plusieurs _____ font qu'un message publicitaire réalise sa grande mission qui est de convaincre le public cible afin qu'il adopte un produit ou un comportement précis.

exemple

- 1 Un titre accrocheur qui attire l'attention.
- 2 Des **mots à connotation positive** → .
- 3 Une représentation, bien que fictive, juste de la réalité.
- 4 Une argumentation convaincante (tel produit vous rend attirant, belle, libre, confiant, etc.), cela se traduit principalement dans la présentation des bénéfices personnels obtenus grâce à l'achat du produit.
- 5 Un discours bref qui dit l'essentiel (usage fréquent de **phrases à construction particulière** →).
- 6 Un discours qui s'adresse directement au destinataire (emploi du tu et du vous)
- 7 Des caractéristiques précises associées au produit.
- 8 Ajout d'éléments qui donnent une valeur crédible au produit (étude, expert, statistique, témoignage de clients satisfaits, célébrité, etc.).
- 9 Un **slogan efficace** ↓ .

- 1 Le **vocabulaire connoté** est donc un **marqueur de modalité** → alors que le **vocabulaire dénotatif** → ne l'est pas.
- 2 Les **adjectifs** → , les **noms** → et les **verbes** → sont les classes de mots qui peuvent être connotées.
- 3 Le vocabulaire connoté est souvent employé dans les textes **argumentatifs** → et **narratifs** → puisqu'il démontre une opinion ou une expressivité.
- 4 Le mot issu du **vocabulaire connoté** est porteur de différentes valeurs :

2. Le **vocabulaire connoté** fait référence à tous les mots qui ont une _____ (relatif au sens) _____ que celle accordée par leur définition propre. L'emploi d'un vocabulaire connoté est associé à la subjectivité.

La valeur péjorative : la connotation est péjorative quand le sens ajouté par le mot est _____.

Exemples

- 1 Cet élève est **paresseux**. (**adjectif**)
- 2 Cet employé **transgresse** les règles. (**verbe**)
- 3 Ce **chaos** me semble irréparable. (**nom**)

La valeur méliorative : la connotation est méliorative quand le sens ajouté par le mot est

Exemples

① _____

② _____

③ _____

La valeur culturelle : La connotation est un sens second dont le mot n'est pas systématiquement porteur et qui est conféré par les personnes qui font usage de la langue au quotidien. Souvent, c'est **la culture**, les conventions sociales, dont plusieurs existent depuis longtemps, qui ont donné une valeur supplémentaire que celle déjà attribuée par la définition des mots. Effectivement, **la connotation péjorative** ou **méliorative** peut s'expliquer par cette **valeur culturelle** qu'ont les mots (exemple 1). D'autres mots, dont l'emploi est neutre, ont une dimension symbolique culturelle (exemples 2 et 3).

exemple

1. Les mots *flic* et *policier* partagent la même définition et représentent la même réalité. Toutefois, culturellement, on associe une valeur péjorative au mot *flic*, en ce sens qu'on l'associe au vocabulaire connoté péjoratif. Pour sa part, le mot *policier* est un emploi neutre, il fait donc partie du vocabulaire dénotatif, celui qui décrit la réalité sans jugement.
2. **Le blanc** est associé à la mort pour un lecteur de culture africaine tandis que c'est le noir pour les lecteurs francophones québécois.
3. **Le lys** est associé à la pureté dans la culture occidentale, à la royauté pour les Français, au Québec pour les Québécois.

La valeur culturelle de plusieurs mots peut déterminer, entre autres, si leur emploi est mélioratif ou péjoratif.

5. Les phrases à construction particulière

Une **phrase à construction particulière** est une phrase qui n'est pas conforme au modèle de _____, c'est-à-dire ceci : GNs+GV+(G. Compl. P). Il n'est donc pas possible de l'analyser en la comparant à ce modèle syntaxique.

Il existe 3 sortes de phrases à construction particulière :

a) La phrase _____

C'est une phrase à construction particulière formée à partir d'un verbe à l'infinitif et est donc dépourvue de sujet et de prédicat.

Elle est souvent utilisée pour formuler un dicton, un règlement, une étape à suivre dans une recette ou encore pour exprimer une _____.

Exemples :

① _____

② _____

③ _____

④ _____

⑤ _____



Voici différentes constructions de phrases infinitives :

- 1 Pourquoi ne pas lui dire? (sens interrogatif)
- 2 Ne pas déranger. (sens impératif)
- 3 Enfin, se détendre! (sens exclamatif)

Il n'y a pas de _____ dans la **phrase infinitive** puisque le verbe principal n'est pas conjugué (*vivre, laisser, parler, copier, déposer, nager, fumer*).

b) La phrase à _____

C'est une phrase à construction particulière formée à partir de l'un des présentatifs suivants : *voici, voilà, il y a* et *c'est*.

exemple

- 1 Il y avait **un arc-en-ciel**.
- 2 Il y aura **toi**.
- 3 Il y a **qu'elle ne m'a pas encore appelé**.

exemple

- 1 Voici **l'homme de la situation**.
- 2 **Le** voici.
- 3 Voilà **qu'elle recommence son bavardage inutile**.

c) La phrase _____

C'est une phrase à construction particulière qui est généralement réduite à un groupe de mots dont le noyau (le mot le plus important du groupe) est autre chose qu'un verbe.

Exemples :

① _____

② _____

③ _____

④ _____

⑤ _____

⑥ _____

9. Un slogan efficace

Créer un slogan accrocheur

Court, frappant, rythmé et destiné à faire agir, le slogan prend différentes formes qui favorisent sa _____ . Les publicitaires ont recours à des ressources variées pour que leurs slogans restent en tête.

Plusieurs éléments rendent un slogan accrocheur.

- 1 La rime →
- 2 L'allitération →
- 3 L'assonance →
- 4 L'opposition de mots ou d'idées (**antonymie** → , **antithèse** →)
- 5 L'expression figée → déformée
- 6 Le double sens, les jeux de mots (**polysémie** →)

La rime : il y a une rime quand on retrouve le même _____ à la fin de plus d'un _____ . Les rimes participent donc, comme les vers, à la création d'une musicalité et d'un rythme.



Certes, il ne faut avoir qu'un amour en ce m**onde**,
Un amour, rien qu'un seul, tout fantastique soit-**il**;
Et moi qui le recherche ainsi, noble et subt**il**,
Voici qu'il m'est à l'âme une entaille prof**onde**.
-Émile Nelligan

On distingue deux sortes de rimes : les rimes _____
et les rimes _____.

Une rime féminine se termine par un *e muet* alors qu'une rime masculine se termine par n'importe quel autre son.



Ma mère, que j'aime en ce portrait ancien,
Peint aux jours glorieux qu'elle était jeune fille,
Le front couleur de lys et le regard qui brille,
Comme un éblouissant miroir vénitien !
- Émile Nelligan

Avant l'invention de _____, la plupart des textes étaient composés en vers rimés : poèmes, histoires, pièces de théâtre, etc. Les textes étaient écrits sous cette forme parce qu'ils étaient plus faciles à mémoriser. [Les vers](#), [les rimes](#), [les césures](#), [les allitérations](#) donnaient une musicalité au texte, favorisant ainsi la mémorisation. Ce sont les troubadours qui apprenaient les histoires et qui les récitaient dans les places publiques et dans les maisons.

Au _____, c'était pratiquement le seul moyen d'avoir accès à ces histoires : les textes imprimés n'existaient pas encore, les ouvrages manuscrits coûtaient très cher, sans compter que la plupart des gens ne savaient pas lire.

L'allitération

L'allitération est une figure de style qui consiste en la _____ d'une ou de plusieurs _____. Elle sert à créer différents effets comme reproduire ou évoquer un bruit associé à un élément, produire une musicalité, etc.

exemple

- 1 Vous qui voulez captiver vos convives avec un vocabulaire sans équivalent, converser convenablement, sans controverse, évoquer objectivement des convictions attractives et clairvoyantes, ce vocable sans équivoque devrait vous convaincre.
- 2 Des blancs sanglots glissant sur l'azur des corolles.
-Mallarmé
- 3 C'est le règne du rire amer et de la rage.
-Émile Nelligan

Cette figure de style jouant avec les sons cherche parfois à inspirer au lecteur une relation entre le _____ et l'effet d'insistance inscrit dans sa forme sonore. C'est ce qu'on appelle *une harmonie imitative*.

Dans l'exemple suivant, la répétition du son [s] imite ce qui est représenté, un serpent.

exemple

- 1 Pour qui sont ces serpents qui sifflent sur vos têtes ?
- Andromaque, Jean Racine

L'assonance

L'assonance est une figure de style qui consiste en la répétition d'un même _____ L'effet recherché est la mise en relief d'une sonorité qui peut être en lien avec le propos.

L'assonance produit un effet harmonique _____ en raison de la répétition d'un même son vocalique (son comportant une _____).

exemple

1 Oh ! qui verra deux fois ta grâce et ta **tendresse**,
Ange doux et plaintif qui parle en **soupirant** ?
Qui naîtra comme toi **portant** une caresse
Dans chaque éclair tombé de ton regard **mourant**,
Dans les **balancements** de ta tête **penchée**,
Dans ta taille **indolente** et mollement **couchée**,
Et **dans** ton pur sourire amoureux, et **souffrant** ?

- *La maison du berger*, Alfred de Vigny

2 L'**au**rore grelottante en **robe rose** et verte.

- *Baudelaire*

3 Ainsi, **toujours** **poussés** vers de **nouveaux** rivages.

- *Lamartine*

4 Je fais souvent ce rêve **étrange** et **pénétrant**.

- *Verlaine*

Les antonymes

Les **mots antonymes** sont des mots qui appartiennent à la même classe, mais dont la signification est _____.

Exemples :

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

Les **expressions figées** sont des suites de mots qu'on ne peut pas modifier. Le sens de ces expressions est généralement _____.

Exemple :

① _____

Dans cet exemple, *j'ai du pain sur la planche* prend un sens figuré pour signifier *j'ai beaucoup de travail à effectuer*.

1. **Les expressions figées** peuvent être formées à partir d'un groupe de mots ou d'une phrase complète.
2. Le sens de **l'expression figée** doit être différent du sens produit directement par la suite de mots. On ne peut donc pas interpréter une expression figée au pied de la lettre.

Il est impossible de modifier une **expression figée**, tant dans les mots choisis que dans la structure. Comme son nom l'indique, elle est figée et ne peut être changée.

La polysémie

On dit qu'un mot est **polysémique** lorsqu'il peut avoir plusieurs _____ différents.

Exemples :

① _____

② _____

③ _____

④ _____

⑤ _____

Le plan de création d'une publicité cherchant à vendre un produit

Décrire le produit

Une bonne publicité repose sur une profonde connaissance du produit et de ses _____. La publicité doit permettre au public cible d'associer rapidement la marque à ses _____. Pour ce faire, il faut principalement insister sur les points _____ du produit à l'intérieur du message publicitaire.

Dresser un portrait de son public cible

Une bonne publicité repose également sur une profonde connaissance du _____ (les habitudes des jeunes adolescents, les intérêts des adultes dans la trentaine, les besoins des jeunes garçons dans la vingtaine, etc.). Connaître son public cible signifie _____ à ses habitudes de consommation, à la façon dont il prend une décision, etc. Il s'agit de faire une analyse complète du client potentiel. Cette étape ne doit pas être prise à la légère.

Donner un rythme à la publicité et trouver un slogan

Une bonne publicité a du _____ et du _____. Les créateurs de la publicité doivent définir son ton (dramatique, humoristique, etc.), son ambiance et chercher par différents mécanismes à la rendre originale, à faire en sorte qu'elle se démarque du lot.

_____ doit être un élément fort de la pub; celui-ci doit ressortir suffisamment du message publicitaire pour s'imprégner dans la mémoire du consommateur. Le slogan est créé à partir de deux éléments clés : les _____ et les _____.