

Le discours descriptif, explicatif et argumentatif
Commenter un document publicitaire

Objectif : savoir « décoder » le langage publicitaire en commentant un document image/texte.
Organiser un paragraphe argumenté

1. La communication publicitaire :

- a) Qui est l'**annonceur** (=la marque du produit vendu) ?
- b) Quel est **le produit vendu** ? De quoi s'agit-il précisément ?
- c) Quelle est le nom de **l'agence de publicité** ? (si ce nom est indiqué).
- d) Qui sont les **destinataires clairement visés** (la « cible ») par la publicité ? : âge, catégorie sociale, sexe, citadin ou rural, profession...
- e) Précisez ce que **sous-entend** la publicité en ce qui concerne **les destinataires visés** (leurs usages, leur caractère, leur apparence, leurs opinions...). Dites aussi qui n'est pas concerné par le produit ? À cause de quels éléments du document ?

2. Le support image utilisé : descriptif et sous-entendus

- a) **La nature de l'image** : dites quelle est **la nature de l'image** (dessin, photo récente ou ancienne, schéma, croquis...). Est-elle **en couleur ou noir et blanc** ? Quelle est la **couleur dominante** ?
- b) Décrivez **précisément ce qu'on voit en un paragraphe organisé** (servez-vous du vocabulaire de la description d'une image, cadrage, plans, lignes de forces...).
- c) Les éléments de l'image font-ils **référence à des choses que vous connaissez**. Si c'est le cas, dites lesquelles et expliquez ces références.
- d) Dites quelles **idées ou représentation sous-entendues** (= **implicites**) vous pouvez associer aux principaux motifs du document. Quelles **connotations** dominantes se dégagent ? (idées positives ou négatives ?)
- e) **Le produit est-il clairement présenté** ? Sait-on précisément et immédiatement ce qui est vendu ? Pour quelle(s) raison(s) est-il présenté clairement ? Si ce n'est pas le cas, pour quelle(s) raison(s) d'après vous n'est-il pas immédiatement identifiable ? Quel effet cherche-t-on à créer ?

3. Le texte et l'image

- a) **La nature du texte** : Commentez d'abord la forme : dites quelles sont les particularités de la mise en page du texte (police de caractère, disposition, couleur des caractères, dimension des caractères).
- b) Recopiez **le slogan publicitaire** (s'il y en a un). Faites des remarques **sur la façon dont il est écrit** : y a-t-il emploi **d'une image comme la comparaison ou la métaphore** ? **Par quel type et forme de phrase** est-il formulé ? **Est-ce une composition «poétique** » avec un jeu de mots, l'usage d'une langue étrangère, des résonances dans la phrase, des oppositions ou parallélismes ?
- c) **Le texte d'accroche publicitaire** : **Que dit-il en résumé** ? dites à quelle **forme de discours dominante** se rattache ce texte. Précisez s'il s'adresse **explicitement à un destinataire** (emploi de pronoms comme « tu », « vous » ou du mode impératif). Faites des remarques sur sa composition (paragraphe, répétitions, oppositions, parallélismes).

4. La composition et l'intention publicitaire

- a) Dites **de quoi est composée la publicité** : texte sur image ou image et texte séparés... Dites où se trouve dans le cadre de la page le texte par rapport à l'image. Précisez quel est le rapport image/texte (**en proportion approximative, 1/5, 2/5, 3/5...**).
- b) Dites quels sont **les points communs entre l'image et le texte** (mots, couleurs, thème...). L'image et le texte sont-ils en contradiction ou en accord ? Pourquoi ?
- c) Dites enfin quelle est **l'intention** de la publicité : amuser, surprendre, questionner... Justifiez votre réponse.

- 5. Rédigez un commentaire bilan** : 1) En quelques phrases **de résumé**, présentez le document en vous appuyant sur les réponses aux questions ci-dessus.
- 2) **Votre avis** : que pensez-vous de cette publicité ? Vous paraît-elle efficace pour faire consommer le produit annoncé ? Quels sont ses principaux avantages et défauts ? Peut-elle choquer, déranger ? Pourquoi ? Qu'auriez-vous ajouté, modifié, retiré dans le document ? Comment auriez-vous présenté le même produit ?