

Sujet 1



ça

dépend de nous

Le français^{Qc}

Votre  gouvernement

Québec 

Sujet 2



LA CONSIGNATION

C'EST LA SOLUTION

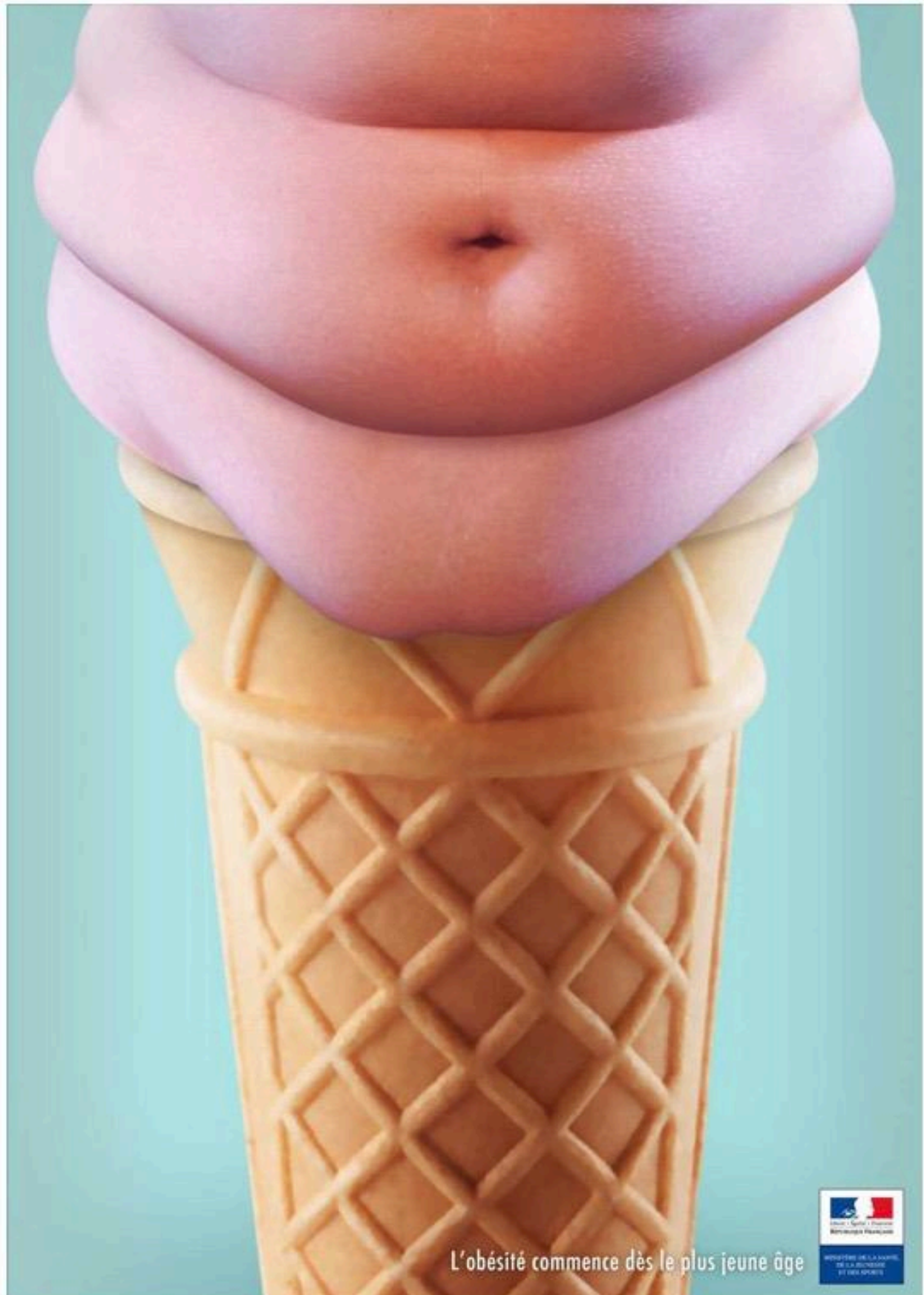
En 2020, 70 000 tonnes de verre ont été envoyées dans des dépotaires par nos centres de tri

 **consignaction**

Sujet 3



Sujet 4



L'obésité commence dès le plus jeune âge



Le commentaire argumentatif

Pour réussir un commentaire justificatif, il ne suffit pas de dire "j'aime" ou "c'est frappant". Il faut prouver, à l'aide d'un vocabulaire précis, **comment** et **pourquoi** la publicité parvient à influencer le citoyen. Voici la structure à suivre pour rédiger une analyse rigoureuse :

1. Introduction : Présenter le cadre

L'introduction doit aller du général au particulier. On y retrouve trois éléments clés :

- **Sujet amené / L'amorce** : on regarde le sujet de loin, on l'amène sans le nommer.
- **Sujet posé / La présentation de la publicité** : Nommez l'**énonciateur** (qui parle ?), le **destinataire** (à qui ?) et le sujet global.
- **La thèse** : Formulez clairement l'idée défendue par la campagne (la position de l'énonciateur).
- **Le sujet divisé / Le plan** : présentez les deux aspects que vous défendrez dans le développement.

2. Développement : Analyser les mécanismes

C'est ici que vous apportez vos preuves en deux paragraphes logiques :

A. Analyse des arguments et procédés linguistiques (le texte)

- Quel est l'argument principal ? Est-il rationnel ou émotionnel ?
- Relevez un procédé linguistique (ex: un slogan à l'impératif) et expliquez son effet : cherche-t-il à culpabiliser, à rassurer ou à mobiliser ?
- Apportez un jugement critique. Est-ce que le message est puissant ou efficace ? Le ton est-il bien choisi pour la cible ? Quel effet cela produit-il sur le public ?

B. Analyse des procédés non linguistiques (le visuel ou le son)

- Décrivez un élément visuel (couleur, cadrage, symbole).
- Faites le lien avec le **but du message** : "L'utilisation du gros plan sur le masque de l'enfant (procédé non linguistique) sert à créer une immense empathie chez le destinataire pour le pousser à rester méfiant."
- Apportez un jugement critique. L'image est-elle judicieuse, pourquoi ? La cible se retrouve-t-elle concernée par le visuel ? Quel effet cela produit-il sur le public ?

1. Ai-je identifié précisément qui parle et à qui ? (**Énonciateur/Destinataire**)
2. Ai-je nommé au moins un outil de la langue ? (**Procédés linguistiques**)
3. Ai-je expliqué une image, un effet graphique, ou une couleur ? (**Procédés non linguistiques**)
4. Ai-je expliqué l'effet que cela produit sur moi/le public ? (**Impact**)

3. Conclusion : Synthèse et Ouverture

La conclusion ferme la marche en restant objective.

Synthèse : Rappelez brièvement comment la combinaison du texte et de l'image sert l'objectif de l'énonciateur.

Ouverture : Élargissez le sujet (ex: "Bien que cette publicité soit percutante, suffit-elle à changer les lois sur l'environnement ?").