

Correction : Analyse de la lettre d'opinion

Document : Zones vol. 1 pages 161-162

1. Composantes de la situation de communication argumentative

- **L'énonciateur** : La Fondation Rivières (représentée par Roy Dupuis, Paul Piché et Yann Perreau).
- **Le destinataire** : Le grand public / Les lecteurs du site Internet du groupe de presse (les citoyens québécois, les consommateurs d'énergie).
- **Le but du message** : Critiquer la campagne publicitaire d'Hydro-Québec et dénoncer le gaspillage de fonds publics au détriment de la protection environnementale réelle.
- **La thèse** : Hydro-Québec investit de manière irresponsable l'argent public dans des campagnes publicitaires trompeuses (« parler vert ») au lieu d'agir concrètement pour la protection des rivières et l'efficacité énergétique.

2. Quel événement est à l'origine de cette lettre ?

Lancement récent par Hydro-Québec d'une vaste campagne publicitaire ayant pour slogan : « *Notre choix est clair. Notre choix est vert.* »

3. Sur quel jugement de valeurs est basé chacun des arguments suivants ?

(Vérité, esthétique, éthique, hédonisme, pragmatisme, épanouissement)

- **a.** « Où donc est le barrage ? Ce n'est pourtant pas avec une chute qu'on produit de l'électricité, mais bien avec le barrage – un mur de ciment – qui aura été construit à même la chute, en la faisant disparaître »
Réponse : Vérité (ou Pragmatisme) (Il met en évidence la réalité physique trompée par la publicité).
- **b.** « Il est irresponsable qu'une société d'État dépense les deniers publics pour une campagne publicitaire "nous sommes beaux nous sommes gentils" alors que l'heure est à l'examen des impacts de nos méthodes de production d'énergie... »
Réponse : Éthique (Repose sur la responsabilité morale d'une société d'État quant à l'utilisation des deniers publics).

L'énonciation et la reprise de l'information

4. À quel endroit du texte et de quelle manière les énonciateurs s'adressent-ils très directement aux destinataires ?

À la toute fin du texte (dernier paragraphe/phrases finales) : « *Mensonges ou demi-vérités que ces publicités ? À vous de juger.* »

Les auteurs s'adressent directement aux lecteurs en utilisant le pronom personnel « **VOUS** ».

5. Pourquoi des groupes comme la Fondation Rivières demandent-ils à des artistes comme Yann Perreau, Roy Dupuis et Paul Piché d'être porte-paroles de leur message ?

La Fondation Rivières demande à des artistes parce que les personnalités connues et aimées du public attirent davantage l'attention des lecteurs et des médias, donnant plus de poids, de visibilité et de crédibilité à leur cause auprès du grand public.

6. À quels mots exacts se réfèrent les éléments de reprise suivants ?

- **notre société d'État (paragraphe 1)** : Hydro-Québec.
- **celle-ci (paragraphe 1)** : cette campagne (ou campagne publicitaire).
- **un mur de ciment (paragraphe 4)** : le barrage.
- **Le jeune adolescent (paragraphe 5)** : le jeune musicien (adolescent) représenté dans la publicité.

Des procédés au service de la situation argumentative

7. Procédés linguistiques / Marques de modalité (Vocabulaire et figures)

- **Vocabulaire appréciatif (2 mots ou expressions) :**
 - « *belles et utiles naturelles* »
 - « *bucolique* »
 - (ou « *s'enrichir* », « *efficacité énergétique* »)
- **Vocabulaire dépréciatif (2 mots ou expressions) :**
 - « *irresponsable* »
 - « *à la va-comme-je-te-pousse* »
 - (ou « *harnaché* », « *camouflés* », « *syndrome du castor* »)
- **Figures de style :**
 - **Répétition stylistique :**
 - « *Combien de... ? Combien de... ?* »
 - « *Notre choix est clair. Notre choix est vert.* »
 - « *agir vert plutôt que de parler vert* ».

- **Ironie :** « *la générosité d'Hydro-Québec d'offrir gratuitement de la promotion aux producteurs d'éoliennes apparaît déplacée...* » ou « *campagne publicitaire "nous sommes beaux nous sommes gentils" »* .
- **Verbe au conditionnel (1) :**
 - « *Combien de rivières **aurait-on** pu protéger...* » (ou « ***pourrait** être réalisé », « **serait-il** mieux »*).
- **Phrase non verbale (1) :**
 - « *Parler vert... pour parler ?* » (ou « *Mensonges ou demi-vérités que ces publicités ?* »)
- **Ponctuation expressive (2 exemples) :**
 - Les points d'interrogation dans les questions rhétoriques : « *Où est donc le barrage ?* »
 - Le point d'exclamation : « *...sont pris d'un urgent besoin de faire couler le béton !* »

10. Quel est le slogan de la Fondation Rivières ?

« Parce que les rivières sont belles et utiles naturelles »

11. Quel est le synonyme du mot « vert » employé plusieurs fois dans le texte ?

Écologique (ou *écoresponsable / environnemental*).