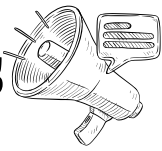


Figures de style & PUBLICITÉS



1. Observer les mots

Entendez-vous des répétitions de sons ou de mots ? (→ allitération, assonance, anaphore)

Y a-t-il deux mots ou deux idées contraires associés ? (→ oxymore, antithèse)

Certains mots se ressemblent-ils beaucoup par le son ? (→ paronomase, rimes, allitérations, assonances)

2. Observer le sens

Y a-t-il deux mots ou idées contraires associés ou mis en parallèle ? (→ oxymore, antithèse)

Le slogan exagère-t-il une idée ou une qualité ? (→ hyperbole)

L'objet ou la marque reçoit-elle des qualités humaines ou imagées ? (→ personnification, métaphore, comparaison)

Dit-on moins pour suggérer plus ? (→ litote, ex. : « Ce n'est pas mauvais » pour « c'est bon »)

Utilise-t-on une expression détournée ou descriptive, en miroir, à la place du nom habituel ? (→ périphrase, ex. : « le roi des fromages » pour désigner un produit précis)

Adoucit-on une réalité dure ? → euphémisme (ex. « il nous a quittés » pour « il est mort »)

Une idée abstraite est-elle représentée par une image concrète (souvent un personnage ou une scène) ? → allégorie (ex. Marianne pour représenter la République, une colombe pour la paix)

Compare-t-on une chose à une autre pour mieux la faire comprendre ou la valoriser ? → analogie

Un mot joue-t-il sur plusieurs sens en même temps ? → polysémie (ex. « clé » = objet pour ouvrir, ou solution d'un problème)

3. Observer la construction

Un mot ou une expression est-il répété plusieurs fois de la même façon ? (→ anaphore, parallélisme)

Les mots sont-ils mis dans un ordre particulier pour créer un rythme ? (→ chiasme, gradation)



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

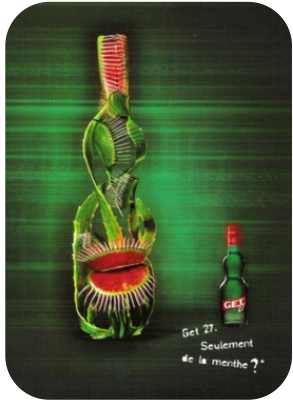
.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

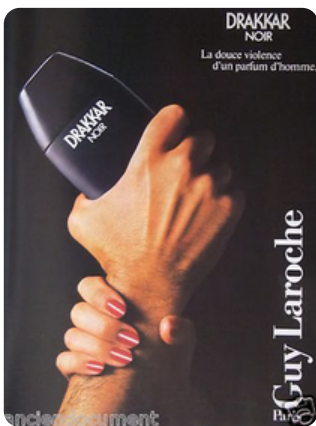
.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....

Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

.....

Justifie ta réponse.

.....

Explique l'effet de cet emploi.

.....



Qu'as-tu remarqué en observant ces slogans ?

.....

Qu'ont en commun les publicités étudiées ?

.....

Pourquoi les publicitaires n'utilisent-ils pas des phrases ordinaires ?

.....

Comment les figures de style transforment-elles un slogan banal en slogan marquant ?

.....

Qu'est-ce que cela change pour le lecteur / spectateur ?

.....

Quelles émotions ou images ces slogans essaient-ils de provoquer chez toi ?

.....

Penses-tu que tu retiens plus facilement ces slogans ? Pourquoi ?

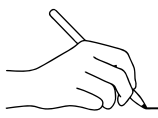
.....

.....

Formule en une phrase ce que tu as retenu sur l'usage des figures de style en publicité .

.....

.....



Figures de style & PUBLICITÉS



1. Observer les mots

Entendez-vous des répétitions de sons ou de mots ? (→ allitération, assonance, anaphore)

Y a-t-il deux mots ou deux idées contraires associés ? (→ oxymore, antithèse)

Certains mots se ressemblent-ils beaucoup par le son ? (→ paronomase, rimes, allitérations, assonances)

2. Observer le sens

Y a-t-il deux mots ou idées contraires associés ou mis en parallèle ? (→ oxymore, antithèse)

Le slogan exagère-t-il une idée ou une qualité ? (→ hyperbole)

L'objet ou la marque reçoit-elle des qualités humaines ou imagées ? (→ personnification, métaphore, comparaison)

Dit-on moins pour suggérer plus ? (→ litote, ex. : « Ce n'est pas mauvais » pour « c'est bon »)

Utilise-t-on une expression détournée ou descriptive, en miroir, à la place du nom habituel ? (→ périphrase, ex. : « le roi des fromages » pour désigner un produit précis)

Adoucit-on une réalité dure ? → euphémisme (ex. « il nous a quittés » pour « il est mort »)

Une idée abstraite est-elle représentée par une image concrète (souvent un personnage ou une scène) ? → allégorie (ex. Marianne pour représenter la République, une colombe pour la paix)

Compare-t-on une chose à une autre pour mieux la faire comprendre ou la valoriser ? → analogie

Un mot joue-t-il sur plusieurs sens en même temps ? → polysémie (ex. « clé » = objet pour ouvrir, ou solution d'un problème)

3. Observer la construction

Un mot ou une expression est-il répété plusieurs fois de la même façon ? (→ anaphore, parallélisme)

Les mots sont-ils mis dans un ordre particulier pour créer un rythme ? (→ chiasme, gradation)



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est la périphrase.

Justifie ta réponse.

On retrouve ici une ballerine présentant une autre ballerine (effet de miroir)

Explique l'effet de cet emploi.

La chaussure rouge est assimilée à la délicatesse et l'élégance d'un chausson de danse ; Repetto est une marque d'habits et de chaussures de danse à l'origine, qui fait aussi du prêt-à-porter haut de gamme.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est l'hyperbole.

Justifie ta réponse.

Un porc-épic se frotte aux jambes d'une femme sans que cela semble poser problème.

Explique l'effet de cet emploi.

La paire de collants de la marque Well est si résistante que même les piques du porc-épic ne peuvent pas l'abîmer.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est la métaphore.

Justifie ta réponse.

Une femme et une plume se superposent pour s'assembler.

Explique l'effet de cet emploi.

La femme en utilisant ces disques démaquillants aura la peau aussi douce qu'une plume.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est la comparaison.

Justifie ta réponse.

Deux images d'une même maison sont proposées, pour être comparées, avec ou sans forfait Orange.

Explique l'effet de cet emploi.

Une maison calme aux premiers abords peut devenir soudainement un cinéma de quartier grâce au forfait proposé par Orange. Nous avons ici une comparaison qui célèbre la qualité d'un service collectif, ici le cinéma, pour les besoins d'un service individuel, internet à la maison.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est la polysémie.

Justifie ta réponse.

Lorsqu'il est lu, ce mot a plusieurs sens ou des significations différentes ; il désigne aussi bien un patelin imaginaire que la célèbre ville de New York.

Explique l'effet de cet emploi.

Nouillorc fait moins rêver que New York, l'annonceur joue sur les erreurs possibles d'un GPS qui ne comprendrait pas pour mettre en valeur les voyages de la SNCF qui, eux, permettent d'arriver à la bonne destination.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est la litote.

Justifie ta réponse.

Il s'agit bien d'un sous entendu à la tournure négative ; l'absence est soulignée pour choquer.

Explique l'effet de cet emploi.

La litote consiste à diminuer la taille d'un élément, voire l'éliminer, pour paradoxalement, lui donner plus d'importance ; c'est la balançoire vide de l'enfant absent qui prend ici toute la place.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

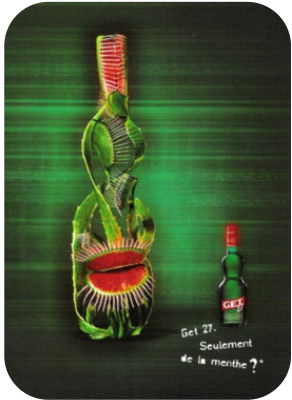
La figure de style utilisée est le chiasme.

Justifie ta réponse.

Le truite qui donne la pêche/la pêche qui donne la truite ; cet ordre inverse de deux phrases syntaxiquement identiques forme une antithèse inversement parallèle.

Explique l'effet de cet emploi.

Le chiasme apporte un effet inattendu, en jouant aussi sur la polysémie du mot pêche (avoir la pêche/pêcher)



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est l'analogie.

Justifie ta réponse.

La plante carnivore fait penser à la bouteille parce que son aspect présente des similitudes.

Explique l'effet de cet emploi.

L'analogie avec la plante carnivore permet de suggérer que la bouteille apparemment innocente contient en réalité de l'alcool à l'effet intense.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est l'allégorie.

Justifie ta réponse.

Cette publicité est un clin d'oeil à La liberté guidant le peuple de Delacroix.

Explique l'effet de cet emploi.

L'écureuil symbolise l'épargne car il met de côté des noisettes dans des cachettes pour les manger l'hiver. Il guide le peuple comme Marianne.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est l'oxymore ; "douce violence".

Justifie ta réponse.

L'oxymore « la douce violence » associe deux termes opposés.

Explique l'effet de cet emploi.

Cet oxymore permet de traduire à la fois la sensualité agréable et l'intensité brute que dégage le parfum masculin Drakkar Noir.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est l'allitération..

Justifie ta réponse.

L'expression « fauchées mais fashion » joue sur une allitération en [f] qui la rend accrocheuse.

Explique l'effet de cet emploi.

L'antithèse entre le manque d'argent et l'élégance est remise en question par ce rapprochement phonétique : les deux ne sont plus incompatibles.



Selon toi, quelle est la figure de style employée ?

La figure de style utilisée est la personnification.

Justifie ta réponse.

Une tranche de viande est assise sur une place de métro et visiblement aimée par une personne, comme si elle incarnait un être humain.

Explique l'effet de cet emploi.



L'effet de la personnification dans cette publicité est double :

D'abord, elle attire l'attention par l'absurde et l'humour : voir une tranche de viande assise dans le métro surprend et amuse le spectateur.

Ensuite, elle crée un lien affectif : en humanisant la viande, la publicité suggère qu'on peut l'aimer comme une personne, ce qui renforce le slogan « J'aime la viande » et déculpabilise le consommateur.

Qu'as-tu remarqué en observant ces slogans ?

Ils sont courts, rythmés, souvent construits sur des jeux de mots ou des oppositions.

Qu'ont en commun les publicités étudiées ?

Elles utilisent toutes une figure de style pour être plus originales et attirer l'attention.

Pourquoi les publicitaires n'utilisent-ils pas des phrases ordinaires ?

Une phrase ordinaire serait trop banale et vite oubliée ; une figure de style rend le slogan plus percutant.

Comment les figures de style transforment-elles un slogan banal en slogan marquant ?

Elles créent un effet de surprise, de contraste ou de rythme qui le rend plus mémorisable et séduisant

Qu'est-ce que cela change pour le lecteur / spectateur ?

Le spectateur retient mieux la marque, ressent une émotion et associe le produit à une idée positive ou originale.

Quelles émotions ou images ces slogans essaient-ils de provoquer chez toi ?

Je ressens de la surprise face à l'utilisation de l'humour, de la curiosité, du plaisir, parfois de l'admiration.

Penses-tu que tu retiens plus facilement ces slogans ? Pourquoi ?

Oui, car ils sont courts, originaux et utilisent des sonorités ou des images qui marquent la mémoire.

Formule en une phrase ce que tu as retenu sur l'usage des figures de style en publicité .

Les figures de style rendent les slogans plus percutants, plus faciles à retenir et plus séduisants pour le public.