

ANALYSER UNE PUBLICITÉ (affiche publicitaire, spot)

Il existe différents types de publicités :

- **La pub informative**, qui a pour fonction de livrer au récepteur une information.
- **La pub argumentative** qui défend une idée, qui tente de modifier l'opinion des récepteurs.
- **La pub incitative** qui pousse les gens à agir, à acheter un produit

Remarque : certaines publicités combinent les différents types

La publicité met toujours en évidence un thème (le sujet dont elle parle, le produit qu'elle tente de vendre...).

- Pour convaincre le récepteur, le pousser à acheter..., elle prend position **en revendiquant une idée, une opinion. C'est la thèse**. Elle est parfois implicite (il faut la deviner).
- Pour défendre sa thèse, **elle utilise des arguments** qui tentent de prouver son bien-fondé. Ce sont généralement des faits, des statistiques, des informations exactes... Sa fonctionnalité:

Informer le récepteur de l'existence d'un produit, d'un événement, de la sortie d'un film ou d'un spectacle...

Convaincre le récepteur de s'intéresser au produit, à la cause défendue, à l'événement présenté...

Pousser le lecteur à agir (acheter, aller au spectacle, modifier son comportement, signer une pétition...)

Lorsque plusieurs affiches sont diffusées en même temps et autour d'un même thème, on parle de **campagne publicitaire**.

Les affiches publicitaires respectent généralement une certaine composition :

- Une illustration (dessin, photo...) qui entretient un lien plus ou moins étroit avec le texte et le produit (thème).
- Un logo qui symbolise le produit ou son appartenance à un certain groupe, à une marque (sportive, idéologique...)...
- Un texte structuré présentant :
 - **Une accroche** : phrase courte destinée à attirer l'attention du lecteur, à l'interpeller. Elle est généralement construite à l'aide de figures de style.
 - **Un slogan** : texte qui vise à marquer les esprits pour qu'on retienne le nom d'un produit. Il est généralement identique pour toutes les pubs qui concernent un même produit.
 - **Des informations** : renseignements neutres concernant un produit (prix, composition...).
 - **Des arguments** : informations appuyant une idée (généralement, on défend une opinion par des faits qui sont des infos scientifiquement exactes et pertinentes).

ANALYSER UNE PUBLICITÉ EN RÉPONDANT À CES QUESTIONS

I. Que voyons-nous ? Décrivez objectivement le contenu de la publicité :

- Qu'est-ce qui saute aux yeux en premier ?
- Qu'y a-t-il au premier plan ? au second plan ?
- Qu'y a-t-il à l'arrière-plan ?
- Le ou les personnage(s) (Combien sont-ils ? Que font-ils ? Que regardent-ils ? Qui sont-ils ? comment sont-ils habillés ? Quels sentiments semblent-ils éprouver ou exprimer ? etc.)

2. Distinguez les différents types d'images et les différents types de textes (Où se trouvent-ils dans la publicité ? Quelle taille ont-ils ?

Images	Textes
Image principale	Nom de la marque
Logo	Slogan
Autre(s) image(s)	Texte explicatif
	Formule(s) obligatoire(s)
	Textes hors publicité (nom du photographe ou autre)

3.- Qu'imaginons-nous ? « Que s'est-il passé ? ». Ecrivez un récit de 5 à 10 lignes dans lequel vous imaginerez ce qui s'est passé pour aboutir à ce que l'on voit sur l'image de la publicité.

4.-A quoi veut nous faire penser le publicitaire ? A quoi fait-elle référence?

5. Reconstituez l'argumentation sous-entendue qui part de l'image pour arriver à la thèse principale : « Il faut acheter (utiliser, consommer, etc.) (notre produit) ».

ANALYSE D'UN SPOT PUBLICITAIRE, " L'IMAGE EN MOUVEMENT"

- Synopsis (personnages, trame)
- Texte parlé
- Texte écrit
- Fond sonore
- Images : les plans
- Quels destinataires?
- Quels désirs mobilisés?
- Quels mythes évoqués?
- Quelles valeurs ?