

Lycée Avenue de La République Gabès
*Devoir d'étude de texte n°2 *_* discipline Français*

Prof : Mme Salwa Kanzali

Classe : 1^{ère} Année.....

date 17/03/2018

Durée : 1 heure

Texte

La publicité : bras armé de la société de consommation

La pub, c'est l'oxygène des mass media. Impossible de l'éviter. Elle est partout. TV, radio, à chaque instant elle nous assaille de ses spots diffusés en boucle. Elle s'invite même dans les salles de cinéma. Une séance à 19h50 ? En fait non, le début est pour 20h10 : auparavant, il vous faudra digérer vingt minutes de pub apéritive. Dans la rue, le métro, encore elle. Sur internet, même pour le visionnage d'une simple vidéo sur youtube, il vous faudra encore subir le martellement des réclames. Entrent en scène les professionnels du marketing. Des grossistes de "hauts vols". Ou plutôt une bande de charognards sans scrupules.

Prêts à nous faire acheter n'importe quoi, trop souvent inutilement. Ainsi ces océans de boissons sucrées, ou ces parfums formatés pour ne "citer que". Leur méthode pour nous vendre du Schweppes : nous faire saliver sur la plantureuse Uma Thurman. La stratégie pour nous faire payer quelques 80 euros les 50ml d'eau de parfum de Chanel Numéro 5 : Brad Pitt en noir et blanc, gueule hébétée devant un pauvre flacon. Plutôt hilarant, notamment lorsque l'on se remémore son rôle dans Fight Club (un anticonformiste dénommé Tyler Durden pourfendeur ironique de la société de consommation).

Aussi envahissante qu'abrutissante, la pub nous prend à la gorge. On frôle presque l'overdose. Elle est indissociable des mass media, car c'est elle qui la finance en grande partie, parfois en totalité. En début de soirée, un spot publicitaire de 20 secondes sur une chaîne de télévision se négocie de 2000 à 20 000 euros ! Un jackpot qui aiguise les appétits, et atrophie les grands principes. Des sommes colossales, mais qui entraînent parfois pour le publicitaire un retour sur investissement exponentiel... Car les retombées commerciales les jours suivant la diffusion du spot peuvent être immenses.

Voici donc le serpent qui se mord la queue.

Jérôme Dardy

<http://www.milkipress.fr/2013-08-19-les-ravages-des-mass-media.html>



Lycée Avenue de La République Gabès
*Devoir d'étude de texte n°2 *_* discipline Français*

I. Prof : Mme Salwa Kanzali

II. Classe : 1^{ère} Année.....

date 17/03/2018

Durée: 1 heure

I. compréhension : 10PTS

1. La pub est apparue comme un phénomène envahissant la mass média ? justifiez. (2 pts)
.....
.....
.....
2. Comment les spots publicitaires incitent-ils la société à une consommation incontrôlée ? (2 pts)
.....
.....
.....
3. Dans cet article, Jérôme évoque une réciprocité entre la publicité et le mass média. Comment explique-t-il le fait qu'elle participe à l'amélioration du taux de la consommation ? (3 pts)
.....
.....
.....
4. Le taux de consommation augmente avec la diffusion de la publicité. A ton avis est-ce que le fait de donner fin à ces habitudes de la publicité diminuera ce fléau ? (3 pts)
.....
.....
.....

2. Langue (10 pts):

A/ Vocabulaire (3pt)

1. Trouve le sens du mot « chaîne » dans le texte : (1 pt)
2. Emploie- le dans deux phrases dans lesquelles on n'aura pas le même sens (2pts)
.....

B/ Grammaire :

A. Dans les phrases suivantes , indiquez le mode et le temps des verbes écrits en gras (2pts)

- 1) Il vous faudra digérer vingt minutes de pub apéritive.

B. Mettez les verbes aux modes et aux temps qui conviennent (3pts)

Il est évident que chacun d'entre nous (être)résistant face à l'invasion de la publicité qui (risquer) d'(endommager) les consommations des individus

C. Réécrivez le paragraphe en conjuguant le verbe à la forme composée. (attention à l'accord du participe passé) (2pts)

Ce torrent **s'intervient** par la ruse d'un renard, puis **s'impose** avec la force d'un ours. Le choc **est** brutal. On **subit**. Puis on **s'y habitue**. On y **prend** goût. Enfin on **devient** addict ! Toute la magie de l'infotainment, **consistait** à sucrer, délayer, pour mieux faire ingurgiter

.....

.....

.....

Bon travail

