

SOMMAIRE

Introduction	
La publicité – un peu d’histoire	7
La publicité, phénomène social	9
LE DISCOURS PUBLICITAIRE	
1. Qu’est-ce que le discours publicitaire ?	13
1.1. Une communication différée	14
1.2. L’émetteur publicitaire	15
1.2.1. Un émetteur multiple et anonyme	15
1.2.2. L’avantage de l’anonymat	16
1.2.3. L’ethos	17
1.2.4. La fonction expressive	18
1.3. Le récepteur anonyme	24
1.3.1. Le pathos ou l’adaptation au public	25
1.3.2. L’adaptation aux « besoins »	26
1.3.3. Les catégories de consommateurs ou le public cible	28
1.3.4. La fonction conative ou la mobilisation du récepteur	30
1.4. L’actualisation des personnes	35
1.4.1. JE/MON ou les « cases » de l’identification	35
1.4.2. Le TU et ses ambiguïtés	37
1.4.3. VOUS/VOTRE ou oscillations lecteur/consommateur	37
1.5. Un discours à prédominance épictétique	39
1.6. L’expressivité figurale	41
1.6.1. Intégration discursive des figures	41
1.6.2. Figures et création de sens	42
1.6.3. Définition des figures	45
1.6.4. Classification des figures	45
1.7. Un discours répété	50

1.8. L'argumentation publicitaire	58
1.8.1. Stratégies argumentatives et persuasives du discours publicitaire	59
1.8.1.1. L'argumentation par le parcours de lecture	59
1.8.1.2. La marque	59
1.8.1.3. Le slogan	61
1.8.1.4. Le rédactionnel	62
1.8.1.5. Le logo	62
1.8.1.6. Le parcours de lecture ou l'ordre des arguments ...	62
1.8.2. L'argumentation persuasive	64
1.8.2.1. L'argumentation du texte	65
1.8.2.1.1. De l'auto-argumentation du slogan	65
1.8.2.1.2.a l'argumentation spéculative	67
1.8.3. L'argumentation par les lieux communs	69
1.9. Un discours inédit pour l'enseignement	74
1.10. L'association du texte a l'image	78
Conclusion	81
<i>Bibliographie</i>	83

© Editura Fundației *România de Mâine*, 2008
Editură acreditată de *Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului*
prin *Consiliul Național al Cercetării Științifice*
din *Învățământul Superior*

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
MARCOCI, SANDA

Le discours publicitaire, Sanda Marcoci – București:
Editura Fundației *România de Mâine*, 2008
Bibliogr.
ISBN 978-973-163-170-7

659.1

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă
și prin orice mijloace tehnice, este strict interzisă
și se pedepsește conform legii.

*Răspunderea pentru conținutul și originalitatea textului
revine exclusiv autorului/autorilor.*

Redactor: Andreea DINU
Tehnoredactare: Vasilichia IONESCU
Coperta: Cornelia PRODAN

Bun de tipar: 27.02.2008; Coli tipar: 5,5
Format: 16/61 × 86

Editura Fundației *România de Mâine*
Bulevardul Timișoara, nr.58, București, Sector 6
Tel./Fax:021/444 20 91; www.spiruharet.ro
e-mail: contact@edituraromaniademaine.ro