

Composition n°2 du deuxième trimestre**Texte :**

La publicité est dangereuse. Elle est pleine de supercheries habilement camouflées, et sa force de persuasion est si grande que ses effets sont mal perçus du public, même quand **il** en est victime. Selon moi, il convient de la décrire comme elle le mérite.

Tout d'abord, elle incite à l'achat. A cause d'un slogan astucieux ou d'une affiche habile, le consommateur est amené à faire un achat qu'il n'avait pas prévu. Souvent cet achat dépasse ses moyens et son budget du moment.

Ensuite, la publicité exagère quand elle loue les qualités d'un article. A force de superlatifs, de mises en scène ingénieuses, de témoignages artificiels, elle finit par convaincre le consommateur qu'un article est de grande qualité. L'achat de cet article entraîne souvent la déception. Le consommateur est trompé. La publicité l'a insidieusement conditionné pour mieux le duper.

Cette publicité est en outre encombrante. Les émissions radiophoniques sont continuellement interrompues par la diffusion de pages publicitaires. Les hebdomadaires de la presse écrite comptent autant de pages publicitaires que d'articles et de reportages. Les boîtes aux lettres sont envahies par des prospectus divers qui consomment inutilement de grandes quantités de papier. A la longue, cette présence encombrante de publicité agace ; et on ne peut s'y soustraire puisqu'elle est partout.

Enfin, la publicité est souvent impudique quand elle n'est pas immorale. Les murs des villes sont couverts d'affiches d'un goût douteux et de nombreuses publicités valorisent excessivement le profit, le confort, la facilité.

Je pense donc qu'il y a lieu de dénoncer vigoureusement les supercheries de la publicité. La meilleure façon d'y parvenir est encore d'éclairer le consommateur sur les qualités et défauts réels d'un article. C'est la tâche qu'a entreprise Ralph Nader aux U.S.A. et que des revues telles que « 50 millions de consommateurs » et « Que choisir ? » en France. La vulgarisation de semblables démarches protégera mieux les gens de la publicité en même temps qu'elle **les** entraînera à observer, à comparer, à s'informer : c'est-à-dire à apprécier par eux-mêmes la valeur des choses.

« La publicité », de Gilberte Nquet.

Questions :**I/-Compréhension de l'écrit (14pts):**

1) - Ce texte est :

- a)- Un plaidoyer
- b)- un réquisitoire
- c)- un débat d'idées.

- Recopiez la bonne réponse.

- 2) - Comment est présentée la publicité au début du texte ?
- 3) - Relevez du texte :
 - a)- la thèse défendue par l'auteur.
 - b)- deux (02) arguments.
 - c)- un (01) exemple
- 4) – a)-« Elle est pleine de **supercherries** habilement camouflée. »
- Le mot souligné veut dire :
Tromperies bienfaits dangers
b)- Relevez du texte le synonyme de « duper ».
- 5) - Relevez du texte quatre (04) mots appartenant au champ lexical de « publicité ».
- 6) - A qui ou à quoi renvoient les pronoms soulignés dans le texte ?
- 7) - Relevez du texte quatre (04) mots ou expressions appartenant au lexique péjoratif.
- 8) - « la présence encombrante de publicité est partout, donc on ne peut s'y soustraire. »
 - a) - **Quel est le rapport exprimé dans cette phrase ?**
 - b) - **Récrivez la phrase en commençant en sens inverse.**
- 9) Dites en 2 ou 3 lignes ce que vous pensez de la publicité. (1 ou 2 arguments)
- 10) Quelle est la visée communicative de l'auteur ? justifiez.
- 11) Proposez un titre au texte.

II/- Production écrite (6pts) :

Traitez l'un des sujets suivants :

Sujet 01 :

Rédigez un texte argumentatif dans lequel vous dénoncerez la violence dans les stades. Appuyez votre avis à l'aide d'arguments bien choisis, illustrés par des exemples.

Sujet 02 :

De nos jours, peut-on vivre sans son smartphone ?

Rédigez un texte argumentatif dans lequel vous mettez en avant ses bienfaits, appuyés d'arguments bien choisis et illustrés par des exemples.

