

## Le texte argumentatif

### Objectif général :

- Etudier le texte argumentatif

### Objectifs spécifiques :

- Identifier le thème d'un texte argumentatif et justifier son choix
- Identifier les arguments et les exemples
- Formuler et reformuler une thèse, un argument.

### Déroulement :

#### I. Passage 1

« **Contrairement aux jeunes de mon âge, je ne suis pas fan des vidéo-clips.**

**D'abord**, je trouve qu'ils sont rarement bien faits, à part quelques-uns qui ont coûté très cher – comme « Thriller » de Michel Jackson – les autres n'offrent qu'une débauche d'images souvent sans rapport entre elles, sans scénario valable, mal filmées.

**Ensuite**, il se dégage de ces images une violence qui m'écœure. Non seulement les informations nous montrent déjà des attentats, meurtres, vols, enlèvements, mais en plus il nous fait subir la même agressivité dans ce qui devait être notre détente. Les clips ne proposent souvent que sexualité dure, fureur, frénésie, jamais la moindre tendresse : c'est dégoûtant !

**Enfin**, ce qui m'irrite encore plus c'est qu'on m'impose des images. Je ne peux même plus avoir la liberté d'imaginer mes propres fantasmes sur la musique ; on m'inflige des images qui ne sont pas les miennes et détruisent mes rêves.

Non vraiment, même si les clips sont faits pour faire vendre les disques, en ce qui me concerne, c'est raté ! »

#### 1) De quoi parle le texte ? justifiez votre réponse.

→ *Le thème du texte est le sujet dont on parle. En identifiant le thème on n'utilise jamais une phrase verbale. Le thème sera justifié par le relevé des termes du champ lexical dominant.*

#### 2) Quel jugement porte le locuteur sur le thème dont il parle ?

➔ Le jugement que porte le locuteur sur le thème dont il parle s'appelle thèse ; donc thèse = thème + ce que dit le locuteur à propos de ce thème. La thèse est toujours un point de vue subjectif et ne peut jamais être une constatation objective et commune.

### 3) Par quels moyens le locuteur justifie sa thèse ?

➔ On appelle arguments les moyens par lesquels le locuteur justifie sa thèse. Ils sont souvent introduits par des connecteurs logiques. L'argument semble être la réponse au « pourquoi » de la thèse. Ils sont des idées générales qui justifient la thèse

Ils peuvent être des arguments rationnels (donc logiques), des arguments par analogie (et reposent donc sur une sorte de comparaison) ou des arguments par autorité (se basent alors sur la citation d'une personne ou d'un groupe célèbre)

### 4) Dans quel paragraphe trouve-t-on un cas particulier ?

➔ Si l'argument est un cas général, l'exemple n'est qu'un cas particulier qui justifie la véracité de l'argument

### 5) Reformulez la thèse du locuteur

➔ Reformuler = reproduire, réécrire la phrase du locuteur avec votre propre style

## II. Passage 2

### 1. Objectif: Utiliser un lexique péjoratif

Complétez ce passage ci-dessous par les mots suivants :

Consommateur – immorale – supercherie – dénoncer – exagère – dangereuse.

« la publicité est \_\_\_\_\_ car elle est pleine de \_\_\_\_\_ .

Elle incite le \_\_\_\_\_ aveuglement à l'achat. Elle \_\_\_\_\_ quand elle loue les qualités d'un article. Elle est souvent impudique sinon \_\_\_\_\_. Je pense qu'il faut \_\_\_\_\_ la publicité ».

- **Après avoir complété le passage ci-dessus, identifiez la thèse et les arguments puis reformulez-les**

### III. Passage 3 :

La publicité est dangereuse. Elle est pleine de supercheres habilement camouflées, et sa force de persuasion est si grande que ses effets sont mal perçus du public, même quand il en est victime. Il convient de la décrier 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 supercheres 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 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 entrainera à observer, à comparer, à s'informer : c'est-à-dire à apprécier par eux-mêmes la valeur des choses.

En relisant attentivement le texte, complète le schéma ci-dessous. Entoure tous les organisateurs textuels. Repère bien la structure du texte et note les éléments dans le schéma (pas besoin de phrase, indique simplement l'idée globale).

•



• Elle incite à l'achat

•

•

•



• Achat imprévu

• Trou dans le budget

•

•

•

•

•

•



•

**Thème, thèse et arguments**

Qu'est-ce que le thème d'un texte ?

.....

Qu'est-ce que la thèse ?

.....

Qu'est-ce qu'un argument ?

.....

**Dans les textes suivants, relève le thème, la thèse et met les arguments entre crochets.**

*La publicité, faux miroir de la société*

Il serait bien naïf de voir dans la diversité des messages publicitaires un miroir de la société. Que la publicité soit le reflet enjolivé d'une micro société, voilà tout juste ce qu'il est possible d'admettre. Les personnages, les modes de vie représentés par la publicité correspondent en fait aux images des meilleurs acheteurs possibles, ceux-ci représentant pour la masse acheteuse des leaders de consommation. Un pays qui se regarderait dans le miroir de la publicité n'y verrait donc que des gens beaux, parfaits, riches, ...

*Thème* : .....

*Thèse* : .....

Parmi tous les problèmes mondiaux, la violence se retrouve actuellement dans beaucoup de débats et discussions. De plus en plus de gens ont un sentiment d'insécurité au quotidien. Il n'y a pas besoin d'aller bien loin pour assister à des actes de violence : installez-vous devant votre poste de télévision et allumez-le. La médiatisation de tous ces événements n'est, à mon avis, pas une bonne chose.

*Thème* : .....

*Thèse* : .....

Pourquoi, me direz-vous, faire son propre compost alors que les pépinières en vendent déjà de toutes les sortes ? À cette question, je vous répondrais : pourquoi se faire un jardin alors que les supermarchés vendent

déjà toute une variété de légumes ? Me voyez-vous venir avec toutes mes questions ? Eh bien, oui, je vais tenter, à travers cette chronique, de vous transmettre la piqûre du compostage domestique !

*Thème* : .....

*Thèse* : .....