

Dictée : argument

Les jeunes : un nouveau marché à exploiter.

En premier lieu, l'intention derrière la mode est d'utiliser la vulnérabilité des jeunes et d'inventer des besoins inutiles pour les huit à onze ans, dans l'espoir de leur fourguer des produits tout aussi inutiles. En effet, ce groupe d'âge fait l'objet d'innombrables études de marché, et les magazines spécialisés, destinés à cette jeune clientèle, font la promotion de ces produits. Selon la firme de sondages Léger et Léger, plus de 50 % du contenu de ces magazines concerne l'apparence physique. Le principal message adressé aux jeunes lectrices est simple : il faut charmer et séduire. C'est un discours scabreux à un âge où l'on n'a pas encore d'identité propre et où la pression à la conformité est grande. De toute évidence, les entreprises utilisent le besoin d'affirmation des jeunes jouvencelles pour leur vendre des produits tout à fait dérisoires.

1. Identifie trois organisateurs textuels.

Réponse : En premier lieu. En effet. De toute évidence.

2. Dans tes mots, formule-moi la thèse de ce texte.

Réponse : La mode utilise la vulnérabilité des jeunes pour les exploiter.

3. Le texte suivant fait appel à quel type d'argument ?

Réponse : la référence à l'autorité. (firme de sondage reconnue)

4. Reformule la phrase suivante en utilisant **la prétérition** :

* Le principal message adressé aux jeunes lectrices est simple :
il faut charmer et séduire.

Exemple de réponse : Le principal message adressé aux jeunes lectrices est simple. **Inutile de dire qu'**il s'agit du charme et de la séduction. (toutes réponses semblables acceptées)

La prétérition consiste à dire une chose tout en disant qu'on n'en parlera pas. Ex :Je ne vous dirai pas que...

5. Reformule la phrase suivante en utilisant des marques d'engagement.

* En premier lieu, l'intention derrière la mode est d'utiliser la vulnérabilité des jeunes et d'inventer des besoins inutiles.

Réponses :

J'affirme que l'intention derrière la mode est

À mon avis, l'intention derrière la mode est ...

(toutes réponses semblables acceptées)

Les marques d'engagement sont celles par lesquelles l'émetteur montre qu'il adhère totalement au propos.

par Lydia Bergeron