

1 / La publicité [ ] beaucoup d'autres secteurs que l'[ ] : nous savons ainsi que son action modifie notre [ ], agit sur notre [ ] **et sur les mœurs** [ ]. On a pu aussi mettre en lumière les rapports [ ] qu'elle entretient avec la culture de masse.

La publicité, [ ], agit sur l'[ ] du grand public par le biais des [ ] **souriants entretenus par certaines marques commerciales. Ces** [ ] rappellent, par leurs désirs [ ], les [ ] anciens et permettent de mieux comprendre l'homme moderne.

Ce rôle [ ] mais vaste de la publicité a été analysé de diverses manières. [ ] affirment qu'il est d'ordre [ ] : la publicité édifierait de nouvelles [ ] sur les [ ] des anciennes et pousserait chacun à s'y [ ]. [ ] lui assignent plutôt un rôle [ ] : la publicité [ ] un monde [ ] par les [ ] religieuses et politiques.

Il en est [ ] qui voient s'exercer les fonctions de la publicité dans le domaine [ ] : **sa large diffusion menacerait les** [ ] et ferait naître des valeurs [ ].

**Tout ceci reste** [ ], **mais il faut poursuivre cette** [ ] **de la publicité pour mieux** [ ] **le monde moderne.**

**Placez dans ce résumé chacun des termes proposés ci-dessous :**

*décombres - enfin - mythes - imaginaire - sémiologie - social - langue - idéologies - conformer - d'autres - concerne - économie - humaniserait - collectives - conjectural - confus - clichés - certains - politiques - décor - marginalismes - en effet - mutuels - appréhender - souterrain - déserté - psychologique - moral - valeurs - représentations.*

2/ A force d'utiliser les mots sans [ ], on finit par les priver de sens, et même par les condamner à mort. Il en est ainsi du mot *communication*. Il était entouré naguère encore de [ ] désespérées par lesquelles on signifiait la fatale [ ] des êtres. C'est d'ailleurs plus la [ ] des messages qui pose problème que leur [ ], car tout est signe autour de nous et tout a son langage. Avec la [ ], la communication est devenue une [ ] et tout le monde, de l'homme politique au savant, s'est mis à [ ] le moindre langage.

Gardons-nous de nous en [ ]. Notre société a fait de la communication un [ ] qui met souvent sur la scène des [ ] chez qui l'indifférence le dispute à l'[ ].

Quelle joie, au contraire, de rencontrer quelqu'un qui allie l'[ ] à la [ ] !

Le mot *communication* cache beaucoup de [ ]. Mais quand la [ ] et l'[ ] se réalisent, n'y a-t-il pas des mots plus beaux que *communication* pour les [ ] ?

Placez dans ce résumé chacun des termes proposés ci-dessous :

*vide - sémiologie - pléthore - sagacité - mode - échange - signifier - discernement - connotations - curiosité - carence - incommunicabilité - féliciter - questionneurs - écoute - spectacle - valoriser - ignorance.*

C1 A force d'utiliser les mots sans **discernement**, on finit par les priver de sens, et même par les condamner à mort. Il en est ainsi du mot *communication*. Il était entouré naguère encore de **connotations** désespérées par lesquelles on signifiait la fatale **incommunicabilité** des êtres. C'est d'ailleurs plus la **pléthore** des messages qui pose problème que leur **carence**, car tout est signe autour de nous et tout a son langage. Avec la **sémiologie**, la communication est devenue une **mode** et tout le monde, de l'homme politique au savant, s'est mis à **valoriser** le moindre langage. Gardons-nous de nous en **féliciter**. Notre société a fait de la communication un **spectacle** qui met souvent sur la scène des **questionneurs** chez qui l'indifférence le dispute à l'**ignorance**. Quelle joie, au contraire, de rencontrer quelqu'un qui allie l'**écoute** à la **sagacité** ! Le mot *communication* cache beaucoup de **vide**. Mais quand la **curiosité** et l'**échange** se réalisent, n'y a-t-il pas des mots plus beaux que *communication* pour les **signifier** ?

C2 La publicité **concerne** beaucoup d'autres secteurs que l'**économie** : nous savons ainsi que son action modifie notre **décor**, agit sur notre **langue et sur les mœurs politiques**. On a pu aussi mettre en lumière les rapports **mutuels** qu'elle entretient avec la culture de masse. La publicité, **en effet**, agit sur l'**imaginaire** du grand public par le biais des **clichés souriants entretenus par certaines marques commerciales**. Ces **représentations** rappellent, par leurs désirs **confus**, les anciens **mythes** et permettent de mieux comprendre l'homme moderne. Ce rôle **souterrain** mais vaste de la publicité a été analysé de diverses manières. **Certains** affirment qu'il est d'ordre **moral** : la publicité édifierait de nouvelles **valeurs** sur les **décombres** des anciennes et pousserait chacun à s'y **conformer**. **D'autres** lui assignent plutôt un rôle **psychologique** : la publicité **humaniserait** un monde **déserté** par les **idéologies** religieuses et politiques. Il en est **enfin** qui voient s'exercer les fonctions de la publicité dans le domaine **social** : **sa large diffusion menacerait les marginalismes** et ferait naître des valeurs **collectives**. **Tout ceci reste conjectural, mais il faut poursuivre cette sémiologie de la publicité pour mieux appréhender le monde moderne.**

Pour pallier la baisse de niveau, les pédagogues doivent choisir entre la [ ] et le [ ]. Certains préfèrent [ ] à l'écrit l'usage de la langue parlée, mais cela risque de [ ] la libre [ ]. Quelle attitude adopter ?

Il ne s'agit pas de tomber dans la [ ] mais d'éviter de rendre [ ] les registres oraux, sans laisser oublier que la pratique de l'écrit reste [ ] dans l'exercice des meilleures professions. L'école doit maintenir son pouvoir en face de la [ ] des médias et dissiper la [ ] qu'ils ont provoquée.

Le français parlé a, en effet, acquis un [ ] nouveau du fait qu'on ne sait plus distinguer l'oralité [ ] de l'interview et une [ ] oratoire que les écoliers doivent apprendre à [ ].

L'enseignement de la langue doit être dispensé avec [ ]. C'est un moyen de [ ] les modes publicitaires, car si l'on craint sans cesse d'inventer son langage, on n'a plus qu'à s'incliner devant la publicité et la [ ] qui, elles, peuvent sans complexes [ ] leur langue.

**Placez dans ce résumé chacun des termes proposés ci-dessous :**  
*contenir - presse - permissivité - pratiquer - confusion - rigueur - rhétorique - proscrire - concurrence - brimer - tolérance - expressivité - créer - fautifs - déterminante - statut - informelle - laisser-aller.*

Pour pallier la baisse de niveau, les pédagogues doivent choisir entre la **rigueur** et le **laisser-aller**. Certains préfèrent **proscrire** à l'écrit l'usage de la langue parlée, mais cela risque de **brimer** la libre **expressivité**. Quelle attitude adopter ? Il ne s'agit pas de tomber dans la **permissivité** mais d'éviter de rendre **fautifs** les registres oraux, sans laisser oublier que la pratique de l'écrit reste **déterminante** dans l'exercice des meilleures professions. L'école doit maintenir son pouvoir en face de la **concurrence** des médias et dissiper la **confusion** qu'ils ont provoquée. Le français parlé a, en effet, acquis un **statut** nouveau du fait qu'on ne sait plus distinguer l'oralité **informelle** de l'interview et une **rhétorique** oratoire que les écoliers doivent apprendre à **pratiquer**. L'enseignement de la langue doit être dispensé avec **tolérance**. C'est un moyen de **contenir** les modes publicitaires, car si l'on craint sans cesse d'inventer son langage, on n'a plus qu'à s'incliner devant la publicité et la **presse** qui, elles, peuvent sans complexes **créer** leur langue.