

Rhétorique publicitaire

L'accumulation

Figure d'adjonction (association) : différence. Rassemblement de différents objets (ne pas confondre avec la répétition).

L'anacoluthie

Figure **syntactique** liée à la construction de la phrase.

Une anacoluthie est une rupture de construction sur le plan de la **syntaxe**.

L'équivalent dans l'image consiste à réaliser par photomontage une image impossible : une armoire qui s'ouvre sur un paysage de vacances, un personnage qui marche au plafond ou qui sort d'un écran de télévision (image surréaliste).

L'antithèse

Mise en parallélisme de deux réalités opposées créant un **paradoxe**.

Exemple : image : un employé de bureau lance un avion en papier + texte : Cet homme est hautement productif.

L'allégorie

Figure de style qui fait correspondre des représentations à des idées.

Elle part d'une idée pour aboutir à une image.

Matérialisation d'une idée abstraite (morale, philosophique, religieuse, ...). Par ex. la Paix, la Liberté, la Justice, les Saisons, les 5 sens, ... L'allégorie est conventionnelle, se reportant à une civilisation, une période déterminée.

L'analogie de forme

L'analogie (**ressemblance**) est la mise en relation de deux objets, deux phénomènes, deux situations qui appartiennent

à des domaines différents mais font penser l'un à l'autre parce que leur déroulement, leur aspect, présentent des **similitudes**.

Le chiasme

Opposition fondée sur l'inversion : "Il faut manger pour vivre et non vivre pour manger" (Cicéron)

"Ca passe mal ? Lysopaine et le mal passe". Visuellement il s'agit d'opposer et d'inverser des images afin d'en modifier la signification.

La comparaison et l'opposition

Figures d'adjonctions (association) : Similarité de contenu

Elles s'appuient sur un contraste. Effets euphorique/dysphorique par exemple (agréable/désagréable).

Le détournement

Publicités inspirées d'une image connue de tout le monde (référence universelle).

Le détournement est parfois simple altération : on change un détail et la signification devient différente.

Il peut se décliner sous forme de **citation**, de **pastiche** ou de **parodie**.

L'hyperbole

Figure de l'**amplification** : insistance, **exagération**.

L'hyperbole, consiste dans "l'exagération des termes" en texte et/ou en image.

Parfois c'est simplement l'image ou une partie de celle-ci qui est fortement agrandie.

Le principe est de sublimer le produit, de le célébrer, de vanter ses charmes incomparables !

La litote

Figure de l'**atténuation**. La litote est une figure de style qui consiste à dire peu pour suggérer beaucoup (*c'est pas mal !*).

Du coup : "Moins devient plus". Appliquée à l'image, la litote consiste à diminuer la taille d'un élément voire l'éliminer, pour paradoxalement, lui donner plus d'importance.

La métaphore

Figure de la **substitution** (l'expression attendue est remplacée par une autre)

Figure de style qui rapproche un comparé et un comparant, comparaisons de contenus...

La métaphore est un procédé de langage où l'on effectue un **transfert de sens**. On substitue une chose par quelque chose qui lui ressemble ou l'évoque : la racine du mal, l'espoir fleurit, ...

La **bi-section symbolisante** : prolongement de la métaphore avec un fort heurt sémantique. Rencontre de deux univers apparemment étrangers chez qui le créateur a trouvé une zone commune, un recouvrement et de cette zone commune inattendue jaillit l'impact (une autruche avec des chaussures pour Eram). Le message se construit à partir de deux univers différents (deux champs sémantiques différents) qui deviennent signifiants tous les deux.

La métonymie

Figure de la **substitution** (l'expression attendue est remplacée par une autre).

Substitution de **l'effet à la cause** : le réfrigérateur remplacé par un bloc de glace, la chaussure remplacée par son empreinte, ...

Substitution de **la cause à l'effet** : la laine remplacée par un mouton, ...

Remplacement d'un **objet par sa destination** : la radio représentée par une oreille, la télévision par un œil, ...

L'oxymoron ou oxymore

Figure d'**opposition**, qui consiste à unir dans une même proposition des éléments apparemment contradictoires :

"une obscure clarté", "un silence éloquent". En image :

- un panier de fraises posé sur la neige ("cueillette de décembre")

Le paradoxe

(para, contre et doxa, opinion). Opinion, affirmation allant contre l'opinion commune (doxa), les habitudes de pensée.

Le paradoxe est une façon d'outrer la pensée, on cherche à créer des oppositions par une formulation qui paraît illogique. Par ex. opposition texte/image ou référence utilisée à contre-pied (image d'une grosse brute pour vendre de la douceur). À rapprocher de l'antithèse.

La personnification

Forme d'anthropomorphisme qui fait prendre à un objet les caractéristiques d'un être humain.

La prosopopée

Prêter la parole à des êtres absents, des morts, des animaux ou des objets.

La réification ou chosification

Figure où l'on présente un être humain comme une chose (absence du visage, homme ou femme objet). Très souvent condamnée par l'ARPP.

La répétition

Figure d'**adjonction** (association) : Identité.

Multiplication du même objet (ne pas confondre avec l'accumulation). La répétition est un procédé qui appartient au **behaviorisme** mécaniste (matraquage direct). Le même élément est répété abondamment pour favoriser la mémorisation et le conditionnement.

Le symbole

Figure de la **substitution** (l'expression attendue est remplacée par une autre).

Comparaison devenue conventionnelle à force d'être répétée : la plume signifie la légèreté, l'œuf la simplicité

ou la nouveauté, le diamant la pureté, ...

Utiliser des symboles conventionnels nécessite de les mettre en scène de façon originale sinon gare au poncif !

En effet, les mêmes symboles étant utilisés et réutilisés dans les créations, ceux-ci s'usent et perdent leur pouvoir. Ils deviennent des **clichés** (parapluie = protection, cochon tirelire = épargne).

La synecdoque

Figure de la **substitution** (l'expression attendue est remplacée par une autre).

Substitution de **la partie au tout** : la voiture représentée par un volant, le personnage représenté par une partie du corps (main, pied, œil, nez), la voile pour le bateau, la souris pour l'ordinateur ...

La transgression de code

Utiliser le code traditionnel d'un type de produits pour un autre type de produit : code de la lessive pour de la mode, code de la mode pour des produits financiers, ...

exemples concrets sur :

<http://jpdubs.hautetfort.com/archive/2007/03/28/rhetorique-visuelle-et-procedes-expressifs.html>