

Linguistique générale 3

Les messages publicitaires

- Les messages publicitaires mettent en évidence l'ensemble des fonctions .

- Le message expressif:

. . . met en avant .

l'émetteur, l'image qu'il veut donner de lui et son système de valeurs.

-La communication corporatif produit souvent ce type de message porte sur l'émetteur.

L'émetteur (l'annonceur) peut aussi utiliser une autre personne célèbre ou reconnu (un star- un expert) pour être son porte parole ou son ambassadeur et placer sa communication sous l'autorail de ce dernier.

cette communication vise à donner une image positive de soi
(pour organiser une réunion professionnel il vaut y mieux de demander à des expo en organisation)

- Le message impressif:

- - - met en valeur le moyen d'impératifs ou d'interrogations pour les mettre indirectement en scène.

Ce type de message est employé pour favoriser les produits de L'émetteur pour renforcer le lien entre le produit et l'émetteur

C.à.d. le but est directement expliqué par les impératifs à l'autre personne.

(sources-chantez-jous- pouvez-être-heureux)

- Le message référentiel:

•

- - - porte sur le produit il le met en scène, le décrit.

-Il peut être informatif ou de transfigurer l'annonceur donne des informations à son propos. Surtout le fait qu'il soit issu d'un long travail.

-Le message phatique pour que le message soit vu l'objectif est de créer le contact .

- Le message métalinguistique c'est la plus rare dans la publicité, être utile pour donner le nom d'un produit ou exprime comment prononcer le nom d'une marque étrangère.

•

- Les messages poétiques:

•

Attirer l'attention en proposant des publicités agréables.

-Il faut soigner la qualité du message et on peut utiliser une dimension imaginaire .

Et il y a d'autres fonctions au langage:

- Les Fonctions du langage au travail.

•

-Au travail, l'utilisation du langage réponds à trois fonctions essentielles.

1-Une fonction instrumentales:

- \

Il est utilisé pour répartir les taches, établir des procédures, indiquer des finalité donner un sens à l'action.

2-**Une fonction cognitive:**

Il s'agit de transmettre des savoirs, de formuler des problèmes et leur solution.

3-**Une fonction sociale :**

Construire et établir des rapports sociaux.

la connaissance de ces trois fonctions et la manière de s'en servir et employer au sein de l'entreprise est une des clés de la réussite de la communication interne.

Les fonctions de la communication publicitaire:

On peut établir un rapport assez étroit entre les fonctions du langage et les finalités de la communication surtout les fins commerciales soit par le langage ou l'utilisation de codes de l'image et des sons.

On peut citer quatre fonctions essentielles

→ phatique .

→ Cognitive.

→ Affective.

→ Conative.

La Fin

.....V