

# Communication – Chapitre 8 – L’argumentaire

Ces codes vont permettre au communicant **de faire passer un message**. Cela dans l’optique d’avoir un **impact sur le récepteur**. Cela permet alors de se démarquer par rapport à l’environnement, le marché ou la concurrence. Il existe **7 modes d’argumentation**.



## I) Le raisonnement déductif

Généralement, ce mode de raisonnement va **du général au particulier**.

C’est un **syllogisme**.

« Les hommes sont mortels, Socrate est un homme, Socrate est mortel »

Il faut éviter les déductions fausses (**sophisme**)

« Les ~~hommes~~ sont mortels, Socrate est mortel donc Socrate est ~~mortel~~ ».

« **chats** **un chat** ».

## II) Le raisonnement inductif

Ici, c’est le système de **l’entonnoir inversé**. C’est-à-dire que l’on va **du particulier au général**.

Ce type de raisonnement est utilisé pour **impliquer le lecteur**.

Ex : Groupama – Montagne – Etude d’un cas particulier : **une famille**. Mais raliée à un cas général : **toutes les familles qui partent au ski**.

Ex : Axe Chocolat – Homme banal en chocolat.

## III) Le raisonnement analogique

Ce mode de raisonnement répond à la notion de **ressemblance**. Il est mis en avant par :

- ✓ **Substitution**
- ✓ **Métaphore**
- ✓ **Comparaison**

Ex : publicité télé Coca-Cola 2010 – Musique Pierre & le Loup. Univers enfantin récréée par un raisonnement par analogie.

## IV) Le raisonnement par élimination

Le consommateur va procéder par élimination afin de choisir le produit mis en avant par l’annonceur.

Ex : publicité comparative Leclerc, Kinder Bueno, Gervais

Une **variante du raisonnement par élimination** : le **raisonnement disjonctif**. Le consommateur fait alors un choix, mais élimine donc d’autres produits.

Ex : Shampoing 2 en 1.

Ex : Yaourt Perle de Lait.

### V) Le raisonnement conditionnel

C’est un mode de raisonnement qui **dicte une condition** : « *Si ... alors ...* ».

Ex : Aides : « **Est-ce que** vous me regarderiez de la même façon **si** j’avais le SIDA ? »

### VI) Le raisonnement scientifique

Ce mode de raisonnement emploi des **codes techniques ou professionnels pour argumenter**. Il y a expertise, confrontation de professionnels, chiffres, graphiques

Ex : DNage protection.

### VII) Le raisonnement d’autorité

Ce mode de raisonnement **va dicter un code général**.

Ex : toutes les marques recommandent Calgon.

Ex : L’Oréal, parce que NOUS le valons bien.