

# Guide d'accompagnement 3<sup>e</sup> secondaire Les savoirs essentiels

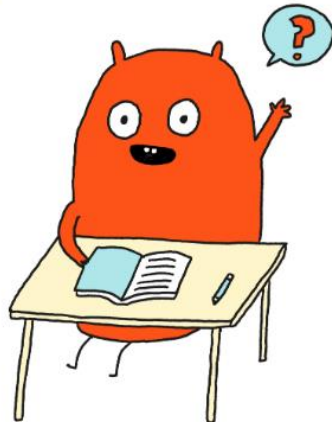
FRA-3101

FRA-3102

FRA-3103

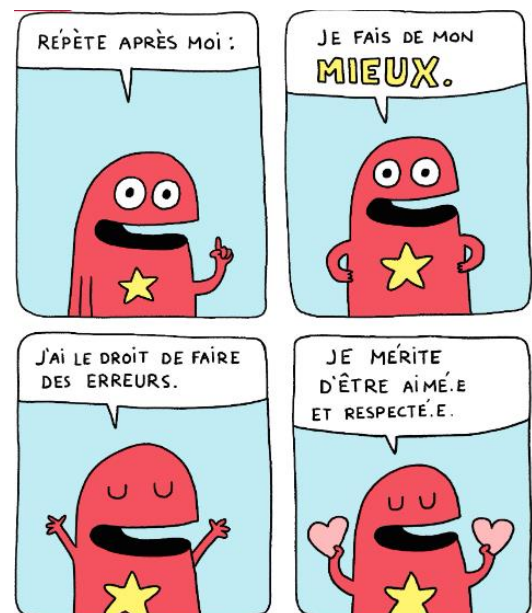
FRA-3104

**C'EST NORMAL**  
DE NE PAS TOUT COMPRENDRE



ET POSER DES QUESTIONS,  
**C'EST UNE BONNE IDÉE !**

ELISE GRAVEL




ELISE GRAVEL

# Table des matières

1. L'énonciation
2. La source et la crédibilité de la source
3. Le point de vue : le point de vue neutre et le point de vue engagé
4. La modalisation et les marques de modalité
  - 4.1 Les marques énonciatives
  - 4.2 Les groupes incidents et les phrases incidentes
  - 4.3 Le vocabulaire connoté : la connotation méliorative et péjorative
  - 4.4 Les verbes d'opinion, de connaissance, de parole et de sentiments
  - 4.5 Les verbes auxiliaires de modalité
  - 4.6 Les verbes au mode conditionnel
  - 4.7 Les verbes au temps futur
  - 4.8 Les groupes adverbiaux
  - 4.9 Les phrases transformées
  - 4.10 La ponctuation expressive
  - 4.11 Les interjections
  - 4.12 Les figures de style
  - 4.13 Les procédés typographiques
  - 4.14 Le tutoiement et le vouvoiement
5. Le ton
6. Les variétés (niveaux / registres) de langue
  - 6.1 La langue standard
  - 6.2 La langue familière
  - 6.3 La langue populaire
  - 6.4 La langue soutenue
7. Les séquences textuelles
  - 7.1 La séquence descriptive
  - 7.2 La séquence explicative
  - 7.3 La séquence justificative
  - 7.4 La séquence argumentative
  - 7.5 La séquence narrative
8. Les marques d'organisation du texte : marques non linguistiques et marques linguistiques
9. Les éléments explicites
10. Les éléments implicites
11. La cohérence textuelle
12. Le discours direct et les citations
13. Le discours indirect
14. Les références
15. Les critères d'évaluation : comprendre, interpréter et réagir

# 1. L'énonciation : la situation de communication

| Énonciateur<br>Émetteur  | Message   | Destinataires   |
|--|---|---|
| <p>Celui qui produit le message écrit ou oral</p> <p>L'auteur qui rédige un texte.</p> <p>La personne qui prend la parole.</p>  | <p>Texte écrit</p> <p>Présentation orale</p> <p>Entrevue</p> <p>Publicité</p> <p>Documentaire</p> <p>Etc.</p>  | <p>Ceux à qui s'adresse le message (ceux qui s'intéressent au sujet du message)</p> <p>Par exemple, celui qui lit un texte ou qui écoute une présentation</p> |



**L'énonciatrice / l'émettrice**  
(celle qui a écrit le message) :  
la journaliste Josée Lapointe

**Les destinataires :** les lecteurs du journal LaPresse qui s'intéressent à Gilles Vigneault, qui veulent en savoir plus sur le sujet



26 octobre 2018

Journal La Presse

## Gilles Vigneault, le chêne immuable

Par Josée Lapointe

Il a écrit des centaines de textes, poèmes, contes, chansons, comptines. Par son oeuvre, il a contribué à définir ce qu'est le pays, mais il a aussi composé parmi les plus belles chansons d'amour de la langue française. Gilles Vigneault, qui lance cet automne un joli recueil de poésie ainsi qu'un disque émouvant sur lequel il a réenregistré une douzaine de ses premières chansons, aura 90 ans samedi. Mais il n'en fait pas beaucoup de cas.

## 2. La source

La source est **la provenance** du message et ses informations essentielles :

- titre du message;
- auteur;
- nom du journal, de la revue, du site internet, etc;
- année de publication ou de parution.

**Exemple :** «*Gilles Vigneault, le chêne immuable*», Josée Lapointe, *La Presse*, 26 octobre 2018

### La crédibilité de la source

---



Il ne faut pas croire tout ce qu'on lit! Pour évaluer la crédibilité des informations, il faut vérifier la crédibilité de la source.

Voici comment :

- ✓ L'auteur est-il fiable? Est-ce un spécialiste du sujet? Est-ce un auteur ou un journaliste reconnu?
- ✓ Le message provient-il d'une source reconnue? Par exemple : journal La Presse, Radio-Canada, Télé-Québec, site du gouvernement du Québec ou du Canada, revue l'Actualité, etc.
- ✓ L'auteur fait-il référence à des études scientifiques ou à des experts?
- ✓ Le message est-il récent? Les informations sont-elles actuelles?


### 3. Le point de vue

Le point de vue est **l'attitude de l'énonciateur** (l'émetteur) à l'égard de son propos (sujet de son message). Un point de vue est **une prise de position sur un sujet**. Selon l'intention de l'auteur, un texte peut proposer au lecteur un ou plusieurs points de vue sur une réalité pour l'éclairer sous différents angles

#### Pourquoi identifier le point de vue d'un auteur?

La détermination du point de vue de l'énonciateur est essentielle à la compréhension et à l'interprétation d'un texte.



| <b>Le point de vue neutre<br/>(objectif)</b>  | <b>Le point de vue engagé<br/>(subjectif)</b>   |
|---|---|
| <p>L'auteur peut choisir de rester neutre par rapport au sujet présenté. Il n'émet aucune opinion, aucun jugement. L'auteur peut s'effacer derrière des personnes qu'il fait parler; son point de vue personnel est alors absent et le point de vue des autres personnes est présenté soit en le résumant, soit en le citant.</p> <p><b>Comment reconnaître un point de vue neutre?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-L'auteur rapporte des <b>faits</b>.</li><li>-Le point de vue est neutre, il n'est ni favorable (pour), ni défavorable (contre).</li><li>-Le <b>vocabulaire</b> est dénotatif (neutre).</li><li>-Le <b>ton</b> est neutre.</li><li>-L'auteur utilise la <b>3<sup>e</sup> personne</b> (il-elle-cela) dans la formulation de ses phrases.</li><li>-Les <b>phrases</b> sont déclaratives.</li></ul> | <p>L'auteur peut donner sa propre vision; son point de vue personnel est alors exprimé de façon directe. L'auteur fait preuve d'engagement, il émet des opinions, des jugements. Il peut aussi exprimer des émotions ou des sentiments.</p>  <p><b>Comment reconnaître un point de vue engagé?</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>-L'auteur présente un <b>jugement</b>, une <b>opinion personnelle, favorable ou défavorable</b>.</li><li>-L'auteur utilise <b>la modalisation</b>.★</li><li>-L'auteur interpelle les destinataires.</li><li>-Le <b>ton</b> peut être élogieux, dramatique, critique, ironique.</li><li>-Les <b>phrases</b> sont exclamatives, emphatiques, impératives.</li></ul> |

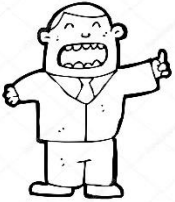
## 4. La modalisation et les marques de modalité

La modalisation est la manière dont l'énonciateur (l'auteur d'un message) se rend visible et exprime son point de vue. **Les marques de modalité** sont les indices qui révèlent le point de vue de l'énonciateur.

### 4.1 Les marques énonciatives

Indices qui marquent **la présence de l'énonciateur / l'émetteur / l'auteur**

Indices qui marquent **la présence des destinataires**

| Les pronoms personnels  | Les déterminants possessifs  | Les pronoms possessifs   |
|---|--|--|
|  <p><i>je, me, moi</i><br/><i>tu, te, toi</i><br/><i>nous, on</i><br/><i>vous</i></p> | <p><i>mon, ma, mes</i><br/><i>ton, ta, tes</i><br/><i>notre, nos</i><br/><i>votre, vos</i></p> | <p><i>le mien, la mienne, les miens</i><br/><i>le tien, la tienne, les tiennes</i><br/><i>le nôtre, les nôtres</i><br/><i>le vôtre, les vôtres</i></p> |

### 4.2 Les groupes incidents

### Les phrases incidentes

Indice de la **présence** de l'énonciateur / l'émetteur / l'auteur

Indice de l'**opinion** de l'énonciateur / l'émetteur / l'auteur

|                    |                           |                      |                         |
|--------------------|---------------------------|----------------------|-------------------------|
| <i>Selon moi</i>   | <i>Selon nous</i>         | <i>Je pense que</i>  | <i>Nous pensons que</i> |
| <i>À mon avis</i>  | <i>À notre avis</i>       | <i>Je crois que</i>  | <i>Nous croyons que</i> |
| <i>D'après moi</i> | <i>D'après nous</i>       | <i>Il paraît que</i> | <i>On le sait</i>       |
| <i>À vrai dire</i> | <i>En toute honnêteté</i> | <i>...croit-on</i>   |                         |

## 4.3

## Le vocabulaire connoté

L'énonciateur utilise des mots qui ont un **sens positif ou négatif**, qui attribuent des qualités ou des défauts, afin de montrer un **aspect favorable ou défavorable**.



### La connotation méliorative (positive)



Exemples de mots qui ont une valeur positive

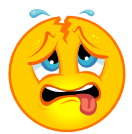
**Adjectifs** : *beau, formidable, travaillant, exceptionnel, studieux, sympathique...*

**Noms** : *beauté, accomplissement, travail, joie, bonheur, gentillesse, succès...*

**Verbes** : *travailler, aider, coopérer, réussir, sourire, illuminer, améliorer...*

**Adverbes** : *intelligemment, méticuleusement, brillamment, gentiment, courageusement ...*

### La connotation péjorative (négative)



Exemples de mots qui ont une valeur négative

**Adjectifs** : *laid, exécrable, paresseux, nul, fainéant, antipathique...*

**Noms** : *laideur, paresse, tristesse, dépression, méchanceté, échec...*

**Verbes** : *flâner, nuire, échouer, grimacer, ternir, dégrader...*

**Adverbes** : *stupidement, négligemment, effroyablement, lâchement, méchamment, égoïstement, froidement, cruellement ...*

## 4.4

## Les verbes

| d'opinion  | de connaissance                       | de parole  | de sentiment  |
|--|---------------------------------------|--|---|
| <i>croire</i><br><i>penser</i><br><i>être d'avis ...</i> | <i>connaître</i><br><i>savoir ...</i> | <i>affirmer</i><br><i>avancer</i><br><i>soutenir ...</i> | <i>se réjouir</i><br><i>détester</i><br><i>haïr</i><br><i>exécrer ...</i> |

## 4.5

## Les verbes auxiliaires de modalité

Certains verbes qui sont utilisés comme auxiliaire suivi d'un autre verbe peuvent parfois présenter un **jugement** ou un **point de vue**.

|         |                      |  |
|---------|----------------------|--|
| falloir | <b>(obligation)</b>  | <i>Il <u>faut</u> intervenir auprès du gouvernement.</i>                 |
| devoir  | <b>(nécessité)</b>   | <i>Nous <u>devons</u> agir pour protéger l'environnement.</i>            |
| pouvoir | <b>(possibilité)</b> | <i>Nous <u>pouvons</u> lutter contre les inégalités sociales.</i>        |
| sembler | <b>(hypothèse)</b>   | <i>Cette solution <u>semble</u> efficace pour diminuer la pollution.</i> |

## 4.6

## Les verbes au mode conditionnel

Le conditionnel indique un **souhait** ou une **hypothèse**.

*Ce serait bien que les lois qui protègent l'environnement soient plus strictes.*  
*Il faudrait intervenir.*

## 4.7

## Les verbes au temps futur

Le futur indique une **certitude** ou une **possibilité** et peut parfois démontrer un point de vue engagé

*Ce sera important d'aller voter.*  
*Il faudra intervenir.*



## 4.8 Les GAdv (groupes adverbiaux)

Des groupes adverbiaux peuvent parfois présenter un **jugement** ou un **point de vue**.

*très trop beaucoup énormément extrêmement*  
*de toute évidence probablement certainement évidemment ...*

## 4.9 Les phrases transformées

Certaines formes et certains types de phrases peuvent parfois révéler l'opinion de l'énonciateur.

|  |   |
|--|---|
| <b>La phrase exclamative</b><br>exclamation                | <i>Cette situation est inacceptable!</i>                        |
| <b>La phrase interrogative</b><br>questionnement           | <i><b>Comment</b> peut-on tolérer cela?</i>                     |
| <b>La phrase impérative</b><br>ordre, conseil              | <i><b>Agissez</b> au lieu de vous plaindre.</i>                 |
| <b>La phrase non verbale</b><br>Aucun verbe conjugué       | <i>Une véritable catastrophe.</i>                               |
| <b>La phrase emphatique</b><br>insistance                  | <i><b>C'est</b> cette solution <b>qui</b> est la meilleure.</i> |
| <b>La phrase négative</b><br>négation                      | <i><b>Ne</b> croyez <b>pas</b> tout ce que vous lisez.</i>      |
| <b>La phrase à présentatif</b><br>présentation             | <i><b>Voilà</b> une décision intelligente.</i>                  |
| <b>La phrase impersonnelle</b><br>sujet « il » impersonnel | <i><b>Il est important</b> de voter.</i>                        |

## 4.10 La ponctuation expressive

La ponctuation peut révéler une **opinion**, un **doute**, un **questionnement**, du **sarcasme**, de l'**ironie**.

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <b>La point d'exclamation</b>   | <i>Cette situation est inacceptable!</i><br><b>(opinion)</b>                  |
| <b>La point d'interrogation</b> | <i>Comment peut-on tolérer cela?</i><br><b>(questionnement)</b>               |
| <b>Les points de suspension</b> | <i>Le premier ministre a promis des baisses de taxes...</i><br><b>(doute)</b> |
| <b>Les guillemets</b>           | <i>Ce politicien a fait des belles « promesses ».</i><br><b>(sarcasme)</b>    |

## 4.11 Les interjections

Les interjections sont des mots invariables, qui n'ont pas de fonction grammaticale et qui servent à **exprimer une réaction, une émotion**, etc. Ces mots sont souvent suivis d'un signe de ponctuation.

*Hélas! Zut! Aïe! Ah! Hé bien! Brrrrr! Youppi! Misère...*

## 4.12

## Les figures de style

Les figures de style sont des **expressions imagées** qui rendent un texte plus expressif, ce qui peut permettre de présenter un point de vue engagé, d'émouvoir ou de convaincre les destinataires.

Voici quelques exemples :

### Les figures d'amplification

l'hyperbole (exagération)

l'accumulation (énumération)

la gradation (énumération progressive)

*Je suis **mort** de fatigue.*

*J'ai tout aimé : **la musique, les décors, les acteurs.***

*J'ai attendu **une heure, un jour, une semaine.***

### Les figures d'opposition

l'antithèse (deux termes opposés)

l'ironie (contraire de ce que l'on pense)

*Un **bruit** éclata dans le **silence.***

*Bravo! (Pour reprocher une bêtise à quelqu'un)*

### Les figures d'insistance

la répétition

« **Encore** un soir, **encore** une heure

**Encore** une larme de bonheur »

C.Dion

### Les figures d'analogie

la comparaison

la métaphore

*Ce garçon est **doux comme un agneau.***

*Je prends **un bain de soleil.***

### Les figures d'atténuation

l'euphémisme (atténuation)

la litote (expression affaiblie pour dire plus)

l'ellipse

(omission volontaire de mots non essentiels)

*Mon père nous **a quittés.** (Il est mort.)*

*Je **ne le déteste pas.** (Je l'aime.)*

*Son vélo est bleu, **le mien, rouge.** (Son vélo est bleu, mon vélo est rouge)*

## 4.13 Les procédés typographiques

Les procédés typographiques permettent d'**insister** sur des mots et de **faire ressortir** des éléments.

**Le caractère gras**

*Il faut agir **maintenant!***

**Les majuscules**

*Ce spectacle est **FABULEUX!***

**L'italique**

Le bébé était tellement *mignon*.

**Le soulignement**

*Nous devons trouver une solution immédiatement.*

## 4.14 Le tutoiement et le vouvoiement

Le **vouvoiement** est utilisé comme marque de respect et de politesse, il crée une distance entre l'émetteur et le destinataire.

Le **tutoiement** s'utilise pour créer un effet de familiarité, de proximité, de rapprochement. Le tutoiement renforce aussi le sentiment d'égalité et d'appartenance à un groupe.

Exemple de vouvoiement

Vous cherchez une voiture électrique luxueuse et performante?

Procurez-vous la nouvelle Tesla Model S!






Exemple de tutoiement

**Un nouveau skate-park à ton image à St-Hubert. Viens faire ton tour!**




## 5. Le ton


Le **ton** d'un message dépend de l'**intention** de communication de l'émetteur et du **point de vue** adopté. L'émetteur peut aussi chercher à produire un **effet** particulier en faisant appel aux **sentiments**, aux **émotions** et aux **valeurs** des destinataires.


|                     |  |   |
|---------------------|--|---|
| <b>neutre</b>       | pour transmettre des informations objectives, point de vue neutre, impartial, sans parti pris<br>(vocabulaire neutre, peu ou pas de marques de modalité)     |   |
| <b>didactique</b>   | pour instruire et expliquer<br>(plusieurs descriptions, explications, exemples, vocabulaire spécifique, etc.)  |   |
| <b>alarmiste</b>    | pour faire réagir en prévoyant le pire, point de vue pessimiste<br>(vocabulaire péjoratif, hyperboles, comparaisons, exclamations, etc.)                     |   |
| <b>élogieux</b>     | pour présenter le sujet de façon très positive, favorable, admirative ou flatteuse<br>(vocabulaire mélioratif, hyperboles, comparaisons, exclamations, etc.) |   |
| <b>humoristique</b> | pour faire rire, pour amuser<br>(humour, blague, jeux de mots)   |  |
| <b>ironique</b>     | pour faire réfléchir, pour se moquer en disant le contraire de ce qu'on pense<br>(ironie, interrogations, exclamations, etc.)                                |   |
| <b>lyrique</b>      | pour exprimer des états d'âme, des émotions intimes<br>(verbes de sentiments, vocabulaire connoté, phrases emphatiques, etc.)                                |   |
| <b>pathétique</b>   | pour émouvoir, bouleverser, toucher<br>(vocabulaire connoté, etc.)   |  |
| <b>critique</b>     | pour émettre un jugement défavorable, pour blâmer et désapprouver<br>(vocabulaire péjoratif, interrogations, comparaisons, hyperboles, exclamations, etc.)   |  |


## 6. Les variétés (registres/niveaux) de langue

Il existe **quatre variétés** (ou registres, ou niveaux) de langue. Chaque contexte de communication est associé à un niveau de langue qui lui est approprié.

|  |   |
|--|---|
| <p><b>6.1</b></p> <p><b>La langue standard</b></p> | <p>La <b>langue standard</b> est la norme. Elle est, entre autres, couramment utilisée à la radio et à la télévision pour les reportages, les documentaires, les nouvelles et, en classe, pour les exposés oraux. Elle porte aussi le nom de français international en raison de son potentiel d'être comprise par tous les francophones. La langue standard donne de la crédibilité à un message.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ vocabulaire précis, juste et courant</li><li>▪ prononciation soignée</li><li>▪ règles de grammaire et de syntaxe respectées</li></ul> <p>Exemple : <i>Je suis fatigué, car j'ai travaillé fort et je n'ai pas pris de pause.</i></p>  |
|--|---|

|   |   |
|---|---|
| <p><b>6.2</b></p> <p><b>La langue familière</b></p> | <p>La <b>langue familière</b> est généralement employée à l'oral. Elle correspond au langage courant; celui qu'on utilise tous les jours. La langue familière contribue à créer un rapprochement entre l'émetteur d'un message et les destinataires. Cette variété est surtout employée entre proches, entre membres de la famille, amis, camarades de classe, collègues de travail, etc., ce qui présuppose une absence de hiérarchie entre les interlocuteurs qui se connaissent bien mutuellement.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ vocabulaire simple et moins précis</li><li>▪ prononciation relâchée, élision de voyelles, syllabes sautées ou déformées</li><li>▪ règles de grammaire et de syntaxe pas toujours respectées</li><li>▪ emploi d'anglicismes, d'abréviations</li></ul> <p>Exemple : <i>J'suis fatigué parce que j'ai travaillé fort pis j'ai pas pris de pause.</i></p>  |
|---|---|

|   |   |
|---|---|
| <p><b>6.3</b></p> <p><b>La langue populaire</b></p> | <p>La <b>langue populaire</b> est principalement employée à l'oral. Les mots et les expressions issus de cette variété sont associés à certains groupes sociaux (les adolescents, les étudiants, etc.) ou à certains milieux socialement dévalués. Cette variété n'est pas conseillée à l'intérieur d'une situation formelle de communication. La langue populaire s'éloigne des règles de la langue et accepte à peu près tout :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ anglicismes,</li> <li>▪ termes impropres,</li> <li>▪ termes péjoratifs, termes vulgaires,</li> <li>▪ verbes mal conjugués,</li> <li>▪ mauvais emplois du genre et du nombre,</li> <li>▪ contractions de prépositions et de déterminants,</li> <li>▪ prononciation relâchée, etc.</li> </ul> <div style="text-align: right;">  </div> <p>Exemple : <i>Chu crevé parc'que j'ai travaillé full fort pis j'ai pas pris d'break.</i></p> |
|---|---|

|  |   |
|--|---|
| <p><b>6.4</b></p> <p><b>La langue soutenue</b></p> | <p>La <b>langue soutenue</b> (ou recherchée) est un raffinement de la langue standard. Elle est principalement utilisée à l'écrit. Le langage soutenu est peu utilisé à l'oral, mais fortement employé dans les romans. On la reconnaît dans l'utilisation des éléments suivants :</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vocabulaire riche, mots recherchés,</li> <li>▪ structures de phrases complexes,</li> <li>▪ figures de style élaborées,</li> <li>▪ utilisation de modes et de temps de verbes qui sont normalement peu employés.</li> </ul> </div> <p>Exemple : <i>Je me sens complètement fourbu en raison d'un effort inconsidéré.</i></p> |
|--|---|

## 7. Les séquences textuelles

Les séquences textuelles sont des **suites de phrases** qui forment une **unité de sens** : une **description**, une **explication**, une **justification**, une **argumentation**, une **narration**, un **dialogue**. Un texte peut contenir une séquence dominante et des séquences secondaires. L'organisation d'un texte en séquence se fait à l'aide de la division en paragraphes.

### 7.1

#### La séquence descriptive

Ensemble de phrases qui servent à faire la **description** d'une réalité, d'une personne, etc. L'intention est d'**informer** les lecteurs. On retrouve les séquences descriptives dans les textes descriptifs et informatifs.

#### Les procédés textuels descriptifs :

- **La dénomination** (désignation d'une personne, d'une chose, etc. par un nom)
- **L'énumération** (action d'énoncer un à un les éléments d'une série)
- **La caractérisation** (décrire précisément)

#### Exemple d'une séquence descriptive



**Maurice Richard** est un joueur de hockey professionnel, machiniste et commerçant, né le 4 août 1921 à Montréal, aîné des huit enfants d'Onésime Richard et d'Alice Laramée. Maurice Richard est issu d'une famille modeste. Il grandit dans le secteur de Bordeaux, près de ville Saint-Laurent (Montréal) ; il y fait ses débuts au hockey, d'abord avec l'équipe de l'école, puis avec celle du quartier. Durant les études qu'il poursuit à l'école technique de Montréal pour devenir machiniste, Maurice joue dans les équipes du parc Lafontaine.



## 7.2

### La séquence explicative

Ensemble de phrases qui servent à établir un lien de causalité entre des faits. Cette séquence répond aux questions « Pourquoi? » et « Comment? » L'intention est d'**instruire** et d'**informer** les lecteurs.

#### Les principaux procédés textuels explicatifs :

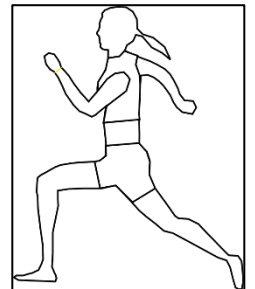
- **La comparaison** (chercher les différences ou les ressemblances entre deux éléments)
- **L'illustration** (préciser par des exemples)
- **La définition** (déterminer les caractéristiques d'un concept)
- **La reformulation** (exprimer autrement)
- **L'exemple** (personne ou chose pouvant servir de modèle)
- **La parenthèse** (insérer un élément supplémentaire)

#### Marqueurs de relation et mots pouvant être utilisés dans une séquence explicative

|                        |                     |                       |                   |
|------------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| <i>parce que</i>       | <i>puisque</i>      | <i>de sorte que</i>   | <i>afin que</i>   |
| <i>étant donné que</i> | <i>en raison de</i> | <i>par conséquent</i> | <i>donc</i>       |
| <i>raison</i>          | <i>motif</i>        | <i>conséquences</i>   | <i>causes ...</i> |

#### Exemple d'une séquence explicative

Au milieu des années 1960, la plupart des marathons sont réservés aux hommes, dont ceux de Boston et des Jeux Olympiques, parce que la pensée répandue à cette époque était que les femmes n'avaient pas l'endurance nécessaire pour courir de longues distances, et que l'entraînement exigeant pour ce genre d'épreuves pouvait faire tomber leur utérus ou les rendre stériles. Ainsi, les Jeux Olympiques ne présentaient aucune course féminine de plus de 800 mètres.



Source : *Quand les femmes n'avaient pas le droit de courir*, Radio-Canada, 2018

## 7.3

### La séquence justificative

Ensemble de phrases qui servent à démontrer les **raisons** qui soutiennent une idée ou une opinion. L'intention est d'**appuyer son appréciation**, de **répondre à une question** ou de **présenter une solution** à un problème.

Les **procédés** pouvant être utilisés pour formuler les **raisons** qui appuient des propos:

- une comparaison
- une citation
- une définition
- un fait facilement vérifiable
- un exemple
- des données précises, etc.

La séquence justificative comporte **trois parties** :

**1. L'affirmation** consiste en une phrase qui permet de déclarer quelque chose. C'est dans cette phrase qu'on énonce le sujet de la justification. L'affirmation permet de répondre à la question *Qu'est-ce que je dis?*

**2. Les raisons** sont des éléments ou des critères qui appuient l'affirmation pour la rendre acceptable. On peut les introduire en utilisant des **marqueurs de relation exprimant la cause** comme *parce que, puisque, car, étant donné que, à cause de, etc.* Les raisons permettent de répondre à la question *Pourquoi est-ce que j'affirme cela?*

**3. À la fin** d'une séquence justificative, on **réaffirme** habituellement la solution au problème ou la réponse à la question posée en **reformulant l'affirmation** en d'autres mots et en **résumant les principales raisons** qui ont servi à établir la justification.

## Exemple d'une séquence justificative

---

Question : Pourquoi devrait-on voyager au Brésil?



**Affirmation**

*Le Brésil est un pays fascinant à visiter.*

**Raison 1**

***En effet**, la nature et les paysages sont à couper le souffle et il est possible d'y faire plusieurs activités différentes.*

**Raison 2**

***De plus**, la culture du Brésil est très riche, notamment grâce à la danse, à la musique et à la gastronomie.*

**Réaffirmation**

***Bref**, le Brésil est un pays très intéressant à visiter parce qu'on peut y pratiquer plusieurs activités en plein air en plus d'y faire de nombreuses découvertes culturelles.*

---

## 7.4

### La séquence argumentative

Ensemble de phrases qui servent à émettre des **opinions** sur un sujet quelconque dans le but de **convaincre**, de **persuader**, d'**influencer**. Une **séquence argumentative** est généralement construite à partir des éléments suivants :

1. une **thèse** qui est l'opinion principale du texte argumentatif que l'auteur cherche à défendre;
2. des **arguments** (faits, croyances, valeurs, etc.) qui sont les énoncés liés à la thèse que fournit l'auteur afin d'appuyer celle-ci;
3. une **démarche argumentative** qui représente l'ensemble des moyens utilisés par l'auteur qui prend position pour défendre et donner crédibilité à sa thèse afin qu'elle soit admise par le lecteur.

## Les types d'arguments dans les messages publicitaires

Les types d'arguments sont les moyens choisis pour développer les arguments.

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Le fait vérifiable</b>       | Information réelle et vérifiable                                 |
| <b>Les données statistiques</b> | Informations qui ont été comptabilisées                          |
| <b>L'appel à la logique</b>     | Raisonnement, suite d'idées qui aboutit à une conclusion         |
| <b>L'appel aux sentiments</b>   | Utilisation d'émotions (peur, pitié, envie, fierté, haine, etc.) |
| <b>L'appel aux valeurs</b>      | Utilisation de valeurs (luxe, confort, beauté, etc.)             |
| <b>L'appel à la nouveauté</b>   | Présentation d'éléments/objets nouveaux, avant-gardistes         |

### Exemple d'une séquence argumentative dans un message publicitaire

Voici le tout **nouveau** vélo électrique Pédalvite!

Il est **robuste et performant** avec son **puissant moteur de 50 Nm**.

Vous pourrez rouler jusqu'à **32 km/h**.

Ainsi, vous pourrez vous rendre au travail **rapidement et sans effort**, tout en contribuant à la **réduction des gaz à effet de serre**.

Si l'**environnement** vous tient à cœur, ce mode de transport vous conviendra parfaitement!

Il vous coutera peut-être **un peu plus cher** qu'un vélo ordinaire, mais il **durera des années** tant il est d'**excellente qualité**!



- cadre en aluminium
- dérailleur XTC
- poids 15 kg
- roues 25 "

5000 \$ plus taxes  
C'est **moins cher qu'une automobile**  
et **ça ne pollue pas!**



## 7.5

### La séquence narrative

Une **séquence narrative** est un ensemble de phrases visant à raconter très souvent une **histoire fictive** dont le but principal est de **divertir**, bien que plusieurs histoires soient écrites pour **susciter la réflexion**. Elle peut constituer le texte entier ou seulement une partie de celui-ci. On retrouve la séquence narrative dans les **romans**, les **contes**, les **légendes**, les  **récits**, les **nouvelles littéraires**, les **chansons** et tout autre message dans lequel une personne raconte une histoire.

Une **séquence narrative** est construite à partir d'un schéma narratif contenant très souvent les éléments suivants :

1. une **situation initiale** qui présente un état d'équilibre;
2. un **élément déclencheur** qui vient rompre cet équilibre;
3. une suite de **péripéties**, d'événements qui découlent de l'élément déclencheur et qui entraînent une transformation chez les personnages;
4. un **dénouement** qui est l'aboutissement du processus de transformation et la conclusion de l'intrigue;
5. une **situation finale** qui présente un nouvel état d'équilibre.

Exemple d'une séquence narrative : un extrait de la chanson **Ginette** du groupe Beau Dommage

Voici la triste histoire vécue  
D'un gars tranquille, d'une fille perdue  
Il l'a connue un lundi soir  
Chez des amis où il était venu  
Faire ses devoirs  
Écoutez-le conter l'histoire:  
Je l'ai connue un lundi soir  
C'est bien gravé dans ma mémoire  
Elle m'a demandé: «Sais-tu danser?»  
Je lui ai dit non, elle est allée mettre un *record*  
J'avais signé mon arrêt de mort [...]



## 8. Les marques d'organisation du texte

### Les marques non linguistiques

Les marques non linguistiques sont des marques graphiques qui servent à reconnaître et à hiérarchiser les différentes parties d'un texte.

|                        |  |
|------------------------|--|
| <b>Les intitulés</b>   | Titre, sous-titres, intertitres  |
| <b>Les paragraphes</b> | Blocs de textes séparés par des espaces blancs   |
| <b>Les insertions</b>  | Photos, images, dessins, caricatures, pictogrammes, tableaux, schémas, graphiques, notes de bas de pages, etc.   |
| <b>La typographie</b>  | Types et grosseurs des polices de caractères, italique, gras soulignement, surlignement, subdivision du texte au moyen de lettres / chiffres / tiret / puce / flèche, marges, retraits, alinéas, espacements |

### Les marques linguistiques

Les marques linguistiques servent à marquer la progression d'un texte et à hiérarchiser les différentes parties du texte.

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Les organisateurs textuels</b> | Marquent la transition entre les parties du texte : <b>ordre</b> ( <i>premièrement, ensuite, pour terminer...</i> ), <b>temps</b> ( <i>au début, en 1999...</i> ), <b>lieu</b> ( <i>au loin, au bout...</i> ), <b>explication</b> ( <i>en effet, de ce fait, par exemple...</i> ), <b>argumentation</b> ( <i>par ailleurs, par contre, à l'inverse...</i> )   |
| <b>Les marqueurs de relation</b>  | Ce sont des adverbes, des prépositions, des conjonctions. Ils marquent la relation entre les idées dans les phrases et entre les phrases : <b>addition</b> ( <i>et, de plus...</i> ), <b>but</b> ( <i>pour, afin de...</i> ), <b>cause</b> ( <i>parce que, à cause de...</i> ), <b>conséquence</b> ( <i>donc, alors...</i> ), <b>condition</b> ( <i>à condition que, si...</i> ), <b>comparaison</b> ( <i>aussi, plus que...</i> ), <b>choix</b> ( <i>ou, ou bien, soit...</i> ), <b>explication</b> ( <i>c'est pourquoi, autrement dit...</i> ). |

## 9. Les éléments explicites

Dans un message, les éléments explicites sont **clairement exprimés** à l'aide mots précis. Il n'y a aucune ambiguïté.

Exemple : *Carolane n'ira pas travailler aujourd'hui, car elle est malade.*

## 10. Les éléments implicites

Les éléments implicites d'un message ne sont pas clairement exprimés, nous devons les **déduire** à partir des différents **indices** du message. Les éléments implicites sont donc **sous-entendus, subtils**; il faut les **décoder**.



### Stratégies pour trouver les éléments implicites :

- **Lire entre les lignes**, c'est-à-dire chercher des indices dans le texte pour en déduire de nouvelles informations.
- **Relire** le texte ou certains passages plus difficiles pour pouvoir identifier ce qui a pu échapper à la première lecture: les sous-entendus, les caractéristiques implicites, les nuances. On peut aussi **se poser des questions** pour s'aider à mieux comprendre ces passages et **chercher la définition** des mots complexes dans un dictionnaire.
- **Repérer les champs lexicaux** qui peuvent renseigner sur les thèmes abordés.

Exemple :

*Carolane se porte beaucoup mieux aujourd'hui.*

Élément implicite : Hier elle ne se sentait pas bien.

## 11. La cohérence textuelle

Dans un texte cohérent, les idées se suivent bien, les propos sont clairs, le sujet est facile à identifier. Pour ce faire, il faut respecter les quatre règles ci-dessous.

### 11.1

#### **Pertinence de l'information**

- Les idées ou les informations présentées sont en lien avec le sujet
- Les idées ou les informations répondent à l'intention de communication.
- Les informations sont réelles, justes et vérifiables.

### 11.2

#### **Organisation de l'information**

- Le texte comporte un titre, et s'il y a lieu, des intertitres.
- Le texte est structuré; introduction, développement, conclusion.
- Le développement est divisé en paragraphes, lesquels présentent une idée principale et des idées secondaires.
- Les idées suivent un ordre logique ou chronologique.
- Des organisateurs textuels assurent des liens entre les parties du texte.
- Des marqueurs de relation assurent des liens entre les idées.

### 11.3

#### **Continuité et progression de l'information**

- Les informations sont correctement reprises à l'aide de mots de reprise ou de mots de substitution appropriés.
- Une information nouvelle est présentée dans chaque phrase.

### 11.4

#### **Absence de contradiction**

- Les idées ne se contredisent pas.
- Le point de vue est constant tout au long du texte.
- Le système verbal est approprié : temps présents ou passés.



## 12. Le discours direct et les citations

Utiliser le discours direct, c'est vouloir **citer** telles quelles **les paroles ou le texte** de quelqu'un. Par exemple :



***Monsieur Landry était un grand homme, un grand Québécois, mais aussi un grand Acadien attaché à ses racines.***

*Une Acadienne est venue assister aux funérailles de Bernard Landry, ancien premier ministre du Québec. Cette dame affirme : « Monsieur Landry était un grand homme, un grand Québécois, mais aussi un grand Acadien attaché à ses racines. »*

Radio-Canada, 13 novembre 2018

Le lecteur reconnaît le discours direct aux indices suivants :

- On nous précise **qui parle** : sujet + un **verbe déclaratif (verbe de parole)** (*dire, écrire, répliquer, annoncer, répondre, rétorquer, murmurer, etc.*) qui peut précéder ou suivre la citation ou y être intercalé;
- le **deux-points** est placé avant les **guillemets** si le verbe déclaratif précède la citation;
- un **nom** ou **pronom** désigne la personne dont on rapporte les paroles;
- des **guillemets** ouvrants et fermants marquent le début et la fin de la citation ;
- un **tiret** peut annoncer une prise de parole ou l'alternance des répliques dans un dialogue.

## 13. Le discours indirect

Utiliser le discours indirect, c'est **reformuler les propos** de quelqu'un dans nos propres mots. Cette transposition du discours direct au discours indirect implique des **transformations grammaticales** qui marquent le changement d'énonciation.

Exemple :

*Une Acadienne venue assister aux funérailles de Bernard Landry, ancien premier ministre du Québec, affirme **que** **Monsieur Landry était un grand Québécois, mais aussi un grand Acadien attaché à ses racines.***

Radio-Canada, 13 novembre 2018

On reconnaît le discours indirect aux indices suivants :

- Le discours indirect est annoncé par un **verbe déclaratif** (*dire, affirmer, écrire, répliquer, annoncer, répondre, rétorquer, murmurer, etc.*);
- une **subordonnée** introduite par le subordonnant «**que**» si la subordonnée est déclarative (affirmative ou négative) ;

*Elle a dit **que** **tu dois nettoyer la salle avant de partir.***

- une **subordonnée** introduite par un **mot interrogatif** (si, combien, quand...) si la subordonnée est interrogative ;

*Elle demande **si** **tu peux nettoyer la salle avant de partir.***

- un **verbe à l'infinitif** introduit par la préposition «**de**» si l'on veut donner au verbe déclaratif un caractère impératif (proposer, ordonner, demander, suggérer, etc. ).

*Elle demande **de** **nettoyer la salle avant de partir.***

## 14. Les références et les sources

Il est essentiel d'indiquer vos **références**, c'est-à-dire les **sources** que vous avez consultées et les citations que vous avez utilisées dans vos textes.

Comment ?

- Inclure une **bibliographie** à la fin de votre texte
- Inclure une **note de bas de page**

### **Notice bibliographique d'un livre :**

NOM DE L'AUTEUR, Prénom. *Titre*, Ville, Maison d'édition, coll. Nom de la collection (s'il y a lieu), année d'édition, nombre de pages.

TREMBLAY, Manon. *La politique canadienne*, Québec, Éditions Laurier, 2019, 500 p.

### **Notice bibliographique d'un article de revue ou de journal :**

NOM DE L'AUTEUR, Prénom. « Titre de l'article, *Nom de la revue ou du journal*, volume (s'il s'agit d'une revue), numéro (s'il s'agit d'une revue), date, pages de l'article.

GAGNON, Maurice. « Trésors québécois », *Le Devoir*, 4 mai 2018, p.A2.

### **Notice bibliographique d'un site Web :**

NOM DE L'AUTEUR, Prénom. « Titre de l'article », *Nom du site*, [en ligne]. [adresse du site] (date de consultation)

FRANCOEUR, Justin. « Les mystères du cerveau », *Québec Scientifique*, [en ligne]. [www.quebecscientifique.com] (22 mai 2018)

**Note de bas de page / extrait d'un livre :**

Prénom et nom de l'auteur, *titre du livre*, Ville, Maison d'édition, coll. Nom de la collection (s'il y a lieu), année d'édition, page de l'extrait cité.

**Note de bas de page / extrait d'un article :**

Prénom et nom de l'auteur, « titre de l'article », *Nom de la revue ou du journal*, année de publication, page de l'extrait cité.

Exemple :

L'ancien premier ministre Bernard Landry a été « un bâtisseur du Québec moderne ». En effet, selon le maire de Gatineau, Maxime Pedneaud-Jobin, monsieur Landry « a contribué à l'avancement des causes des femmes, des minorités sexuelles, de l'intégration des communautés culturelles et des Autochtones ».<sup>1</sup>

Inscrire un numéro après la citation et reporter la référence au bas de la page

<sup>1</sup> Justine Mercier, « Le maire de Gatineau rend hommage à son beau-père, Bernard Landry », *Le Droit*, 2018, p.1

**Note de bas de page / extrait d'un site Web :**

Prénom et nom de l'auteur, « Titre de l'article », *Nom du site*, [en ligne]. [adresse du site] (date de consultation)

## 15. Les critères d'évaluation (les 4 dimensions de la lecture)

### Comprendre

- Cerner le contenu du texte
- Cerner l'organisation du texte
- Cerner le point de vue de l'auteur



Éléments du texte

*Les éléments de réponse sont tous dans le texte. On ne peut pas contredire le texte.*

Pour comprendre un texte, on saisit le sens ou on construit le sens **en observant attentivement tous les éléments qui constituent le texte (les idées importantes, les informations).**

Généralement, tous les lecteurs arrivent aux mêmes conclusions puisque les éléments qui constituent un texte sont facilement observables par tous si on applique bien les stratégies de lecture (dégager les idées contenues dans chaque paragraphes).

### Interpréter



Éléments du texte



Repères culturels

*Plusieurs réponses sont possibles, l'important est de ne pas contredire le texte.*

Pour interpréter un texte, **on établit des liens entre les éléments qui constituent le texte et nos repères culturels**, c'est-à-dire notre répertoire personnel de connaissances.

# Réagir



Éléments du texte



émotions-sentiments-opinions



repères culturels

*La réponse est très subjective puisqu'elle vient de votre cœur.*

Pour réagir à un texte, on est attentif aux **émotions** et aux **sentiments** suscités par **les éléments du texte**.

On s'exprime au « **je** » en nommant notre ressenti, nos émotions, nos sentiments, nos opinions.

Plusieurs réactions sont possibles puisque les sentiments et les émotions vécus par une personne sont influencés par ses expériences personnelles et son bagage culturel (ses repères culturels).

# Porter un jugement critique

Liste de critères



Éléments du texte



repères culturels

*La réponse peut varier d'un élève à un autre.*

Poser un **regard distancié** pour évaluer un texte en se basant sur des **critères** précis : **qualité, intérêt, pertinence**.

Pour porter un jugement critique, on observe **l'organisation du texte et son contenu**. On appuie son jugement sur des éléments du texte et sur des repères culturels.



## INDEX

|  |               |   |
|--|---------------|---|
| citation   | 12            |   |
| critères d'évaluation  | 15            |   |
| cohérence textuelle  | 11            |   |
| discours direct et discours indirect   | 12, 13        |   |
| énonciation  | 1             |   |
| explicite  | 9             |   |
| figures de style   | 4.12          |   |
| groupes adverbiaux   | 4.8           |   |
| groupes incidents et phrases incidentes  | 4.2           |   |
| implicite  | 10            |   |
| interjections  | 4.11          |   |
| marques d'organisation du texte : marques non linguistiques et marques linguistiques |               | 8 |
| marques énonciatives   | 4.1           |   |
| marques non linguistiques et marques linguistiques                                   |               | 8 |
| modalisation et marques de modalité  | 4             |   |
| phrases transformées   | 4.9           |   |
| point de vue : point de vue neutre et point de vue engagé                            | 3             |   |
| punctuation expressive   | 4.10          |   |
| procédés textuels  | 7.1, 7.2, 7.3 |   |
| procédés typographiques  | 4.13          |   |
| références   | 14            |   |
| séquence argumentative   | 7.4           |   |
| séquence descriptive   | 7.1           |   |
| séquence explicative   | 7.2           |   |
| séquence justificative   | 7.3           |   |
| séquence narrative   | 7.5           |   |



|   |             |            |
|---|-------------|------------|
| séquences textuelles  | <b>7</b>    |            |
| source et crédibilité de la source  | <b>2</b>    |            |
| ton   | <b>5</b>    |            |
| variétés (niveaux / registres) de langue : populaire, familier, standard, soutenu |             | <b>6</b>   |
| verbes au mode conditionnel   | <b>4.6</b>  |            |
| verbes au temps futur   | <b>4.7</b>  |            |
| verbes auxiliaires de modalité  | <b>4.5</b>  |            |
| verbes d'opinion, de connaissance, de parole et de sentiments                     |             | <b>4.4</b> |
| vocabulaire connotatif : la connotation méliorative et péjorative                 |             | <b>4.3</b> |
| vouvoiement et tutoiement   | <b>4.14</b> |            |