



Sous la publicité, la consommation

Discours publicitaires contemporains et présupposition

Type de publication : Article de collectif

Collectif : [La Présupposition entre théorisation et mise en discours](#)

Auteur : Berthelot-Guiet (Karine)

Résumé : On présuppose souvent que la publicité influence, mais les présupposés qui sont les siens ou qu'elle véhicule sont rarement examinés. La présupposition passée au filtre de la publicité est abordée en trois points : la présupposition au sens classique ; puis la présupposition du produit, de la marque et de la consommation ; enfin, la présupposition qui postule la reconnaissance du caractère publicitaire des discours et des tentatives que peuvent faire les marques pour s'en démarquer.

Pages : 463 à 476

Collection : [Rencontres](#), n° 350

Série : Linguistique, n° 3

Thème CLIL : 3147 -- SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES -- Lettres et Sciences du langage -- Linguistique, Sciences du langage

EAN : 9782406066484

ISBN : 978-2-406-06648-4

ISSN : 2261-1851

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-06648-4.p.0463

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 22/08/2018

Langue : Français

[Afficher en ligne](#)