



Compétence argumentative iconique et principe de l'économie langagière

Type de publication : Article de collectif

Collectif : [Réinventer la brachylogie, entre dialectique, rhétorique et poétique](#)

Auteur : Makan (Abdellatif)

Résumé : L'énonciation publicitaire repose sur des signes linguistiques et sémiologiques. Or, le composant sémiologique s'oppose d'ordinaire, par sa concision et par sa densité, au discours linguistique souvent verbeux. Mais la défaillance lexicale et les déficiences syntaxiques de l'image nécessitent la construction d'une argumentation ensembliste dans un discours iconique déclencheur d'inférences. Cela conduit à interroger le principe d'économie langagière dans le travail de l'image publicitaire.

Pages : 421 à 433

Collection : [Rencontres](#), n° 429

Thème CLIL : 3916 -- SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, LETTRES -- Philosophie -- Histoire de la philosophie

EAN : 9782406090731

ISBN : 978-2-406-09073-1

ISSN : 2261-1851

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-09073-1.p.0421

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 07/01/2020

Langue : Français

Mots-clés : Brachylogie, publicité, linguistique, sémiologie, sémiotique, discours, image, discours iconique

[Afficher en ligne](#)