



## Les définitions métonymiques dans le discours publicitaire

Collectif : [Stratégies de la définition](#)

Array

Array

Résumé : Cette étude porte sur le cas typique de définition rhétorique constitué par les définitions métonymiques dans le contexte des annonces publicitaires. Sont d'abord présentées leurs principales configurations discursives qui se manifestent à travers des définitions-pastiches et des prédications définitionnelles. L'accent est ensuite mis sur leurs spécificités textuelles, ainsi que sur les stratégies argumentatives qu'elles mobilisent en relation avec leur cadre de communication.

Nombre de pages : 375

Série : Rhétorique, stylistique, sémiotique, n° 10

ISBN : 978-2-406-13536-4

ISSN : 2261-1851

DOI : 10.48611/isbn.978-2-406-13536-4.p.0023

Éditeur : Classiques Garnier

Array

Mots-clés : Argumentation, définition métonymique, ludicité, pastiche, poétisation, prédication définitionnelle, publicité, rhétorique

[Afficher en ligne](#)