

Analyser les textes de communication

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Analyser les textes de communication / Maingueneau, Dominique

Auteur(s) : Maingueneau, Dominique (1950-....)

Mention d'édition : Nouvelle éd. revue et augmentée

Editeur, producteur : Paris : A. Colin, impr. 2012
(42-Saint-Just-la-Pendue; Impr. Chirat)

Description matérielle : 279 p. ; 22 cm

Collection : ICOM Série Discours et communication

ISBN : 978-2-200-28214-1

EAN : 9782200282141

Appartient à la collection : Collection ICOM. Série Discours et communication 2264-5098 2012
Collection ICOM 2264-9093 2012

Classification décimale Dewey : 401.41 23

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 264-267. Index

Résumé ou extrait : Dans le monde actuel, chacun est confronté à une multitude de textes éphémères (tracts, journaux, affiches, etc.) énoncés, survolés, rarement lus, au sens plein du mot. C'est ce type de textes, extraits pour la plupart de la presse et de la publicité, que cet ouvrage apprend à analyser. Cette nouvelle édition aborde les énoncés détachés, les types de désignations et la cohésion du texte.

Sujet(s) : linguistique
communication
analyse du discours

Sujet - Nom commun : Analyse de contenu (communication)
Journaux -- Langage
Langage publicitaire