

Allemand Linguistique synchronique (cours M1)



Composante
ETUDES
GERMANIQUES
ET NORDIQUES,
LANGUE
FRANCAISE,
LITTERATURE
FRANCAISE ET
COMPAREE



Volume horaire
CM
2h



Nombre de
semaines
13

En bref

➤ **Modalité de controle:** Controle continu

Présentation

Discipline rare : Non

Description et objectifs

La parole persuasive : discours publicitaire, discours médiatiques, discours politique

Le séminaire sera consacré aux aspects linguistiques de l'argumentation et portera sur des types de discours à visée éminemment persuasive. Qu'il s'agisse du discours publicitaire, d'autres types de discours médiatiques ou de certaines formes de la parole politique, le but est de convaincre le récepteur du message, mais les moyens d'y parvenir varient.

But : familiariser les participants avec les mécanismes et les procédés argumentatifs ainsi que leur marquage et de permettre un meilleur décryptage des pratiques discursives et des stratégies.

Syllabus

Adam, Jean-Michel/ Bonhomme, Marc. 2012. *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Paris : A. Colin.

Janich, Nina. 2010. *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. 5. überarb. und erg. Auflage. Tübingen : Narr.

Charaudeau, Patrick. 2008. « L'argumentation dans une problématique de l'influence », *Revue Argumentation et Analyse du Discours, (AAD) n°1*, L'analyse du discours au prisme de l'argumentation, en ligne (<http://aad.revues.org>).

Informations complémentaires

Évaluation : Exposé en cours ou travail à la maison (10-15 pages)

Contacts

Responsable pédagogique

Martine DALMAS

✉ Martine.Dalmas@paris-sorbonne.fr

Lieu(x)

➤ Centre universitaire Malesherbes - 108, boulevard Malesherbes 75017 Paris