

- Sciences humaines et sociales sémiologie générale

Henry Marie-Paule

Objectifs

Objectif :

1. amener les étudiants à une *lecture active* des systèmes de signes. Préalable : maîtriser les concepts de la sémiologie afin de s'en servir comme outils d'analyse. Le but serait de « déprogrammer » chez les étudiants une absorption passive des systèmes de signes, en particulier des signes iconiques, pour les inciter à leur appliquer un examen critique systématique.
1. amener les étudiants à produire consciemment du sens dans leur travail de création

Contenu

Contenu :

- objet de la sémiologie : le signe.
- champs de la sémiologie : sémiologie générale, sémiologies appliquées, sémiologies particulières. Naturellement, la sémiotique visuelle sera privilégiée dans ce cours.
- théorie de la communication de Jakobson. Fonctions de la communication.
- (Pour les étudiants de publicité : mise en perspective avec la théorie de la communication de Marshall Mc Luhan : « le message est le média »)
- le triangle sémiologique
- classification des signes en fonction des relations au sein du triangle
- figures de styles et rhétorique (en l'occurrence de l'image)
- (pour les étudiants de publicité et de graphisme : dimension visuelle du texte, ancrage réciproque texte-image)

Mode d'évaluation pratique

Mise à l'épreuve des concepts appris lors d'un examen oral consistant principalement en exercices.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours