

**Plan du cours Sémio Lic 2
PUBS vidéo**

- 00. Séance d'introduction : « Présentation de la publicité comme champ d'analyse sémiotique » :** Déf. publicité ; le spot publicitaire : sémiotique syncrétique. Analyse carrefour : linguistique (rhétorique de la persuasion), pragmatique (analyse interactions multicanales, proxémique, gestes), sémiologie des indices, des objets etc et bien sûr rhétorique de l'image, et sémiotique narrative.
- 01. Séance 1 : « Les unités syntagmatiques du spot publicitaire » :** plans, séquences. Les raccords ; le montage ; champ, hors-champ
- 02. Séance 2 : « Pour une analyse du spot publicitaire ».** Schéma de communication. Énumération des différents plans d'analyse (image, son langagiers, musique, bruits). Les outils sémiotiques pour l'analyse. Dénotation / connotation. La notion d'isotopie. Éléments de rhétorique publicitaire (figures).
- 03. Séance 3 : « L'Énonciation » :** message / énoncé ; intra- vs extradiégétique ; voix in, voix off ; musique in, musique off.
- 04. Séance 4 :** Eléments de narrativité (transformation narrative, récit vs énumération). L'empathie. L'humour.
- Séances suivantes (5 / 6) :** Grille d'analyse. Analyses de spots (2 ou 3 * 1h ou moins)
- Séance 7 :** Partiel de 3h (2 questions x 1h30). Analyse syntagmatique puis paradigmatique

Site à visiter pour s'entraîner :

www.pubs-tv.com