

Programme de la formation

Public

Tout public

Pré-requis

Aucun

Durée

2 jours

Objectifs

-Les mécanismes de la production/ réception des messages

-Les outils concrets de « calcul du sens » de ces derniers (mots, formes, couleurs, visuels...)

-Les effets et impacts des supports de communication que les participants ont à concevoir, à piloter (avec leur agence) ou à évaluer.

Détail de la formation

Les chemins de l'interprétation

- Le chemin de l'interprétation : du signe à l'image Panzani : la première étude sémiologique
- Les inférences : *et vous, que pensez-vous de Mme de Gallardon ?*
- Posés, présupposés, sous-entendus
- L'influence du contexte, ou *passe-moi le rhombe !*
- Les différents types de signes : mots, formes, couleurs, composition, texture, mise en page...

Analyser les mots

- Les connotations : *il est drôle non, ce chien ?*
- Les phrases et les textes : savez-vous faire une charlotte au chocolat ?

Analyser les mots

- Les connotations : *il est drôle non, ce chien ?*
- Les phrases et les textes : savez-vous faire une charlotte au chocolat ?

Analyser les images

- Projection de nombreux logo et affiches (les participants réagissent puis expliquent, aidés par l'animateur, les signes à l'origine de leurs réactions...)
- Les signes iconiques
- Les signes plastiques : couleurs, formes, composition et parcours de lecture, textures

Ateliers pratiques

En sous-groupes de 3, les participants choisissent un domaine (parfum, automobile, développement durable, énergie, banque...) et travaillent sur un ensemble de documents sélectionnés préalablement par l'animateur. Ils réalisent une analyse sémiologique minutieuse et la présente en plénière.