

Université Panthéon – Assas (Paris 2)

Droit Economie Sciences sociales

U.E.F.1
6950

Session : septembre 2017

Année d'études : Première année de master sciences politiques et sociales mention information et communication

Discipline : Sémiotique des images d'information et communication
(Unité d'enseignement fondamentale 1)

Titulaire du cours : M. Frédéric Lambert

Documents autorisés : Dictionnaire imprimé pour les étudiants non francophones.

Durée de l'épreuve 3 heures

Vous devez choisir soit le premier sujet, soit le second sujet.

Quelque soit le sujet choisi, le plan de votre travail doit être présenté en introduction. Vous devez sauter une ligne entre chaque partie et donner un titre à chaque partie. Merci d'écrire très lisiblement. Merci de vous relire avant de rendre votre texte.

Nombre de page du sujet : 3

sujet 1

Jean Baudrillard écrit en 1968 *Le système des objets*. Une partie de l'ouvrage est consacrée à la publicité. En prenant en compte l'année de publication du livre, vous commenterez ce passage en prenant position : pensez-vous que Jean Baudrillard a raison quand il écrit :

" ... il semble que le consommateur soit, sinon immunisé, du moins un usager assez libre du message publicitaire " ?

Vous n'hésitez pas, si nécessaire, à prendre des exemples d'images publicitaires ou toute autre image qui vous servirait pour illustrer votre prise de position.

" La publicité se donne comme tâche d'informer des caractéristiques de tel ou tel produit et d'en promouvoir la vente. Cette fonction "objective" reste en principe sa fonction primordiale.

De l'information, la publicité est passée à la persuasion, puis à la "persuasion clandestine" (Packard), visant cette fois à une consommation dirigée : on s'est beaucoup effrayé d'une menace de conditionnement totalitaire de l'homme et de ses besoins. Or, les enquêtes ont montré que la force d'imprégnation publicitaire était moins grande qu'on ne pensait : une réaction par saturation se produit assez vite (les diverses publicités se neutralisent réciproquement, ou chacune par ses excès). Par ailleurs, l'injonction et la persuasion soulèvent toutes sortes de contre-motivations et de résistances (rationnelles ou irrationnelles : réaction à la passivité, on ne veut pas se faire "posséder", réaction à l'emphase, à la répétition du discours, etc.), bref le discours publicitaire dissuade autant qu'il persuade et il semble que le consommateur soit, sinon immunisé, du moins un usager assez libre du message publicitaire".

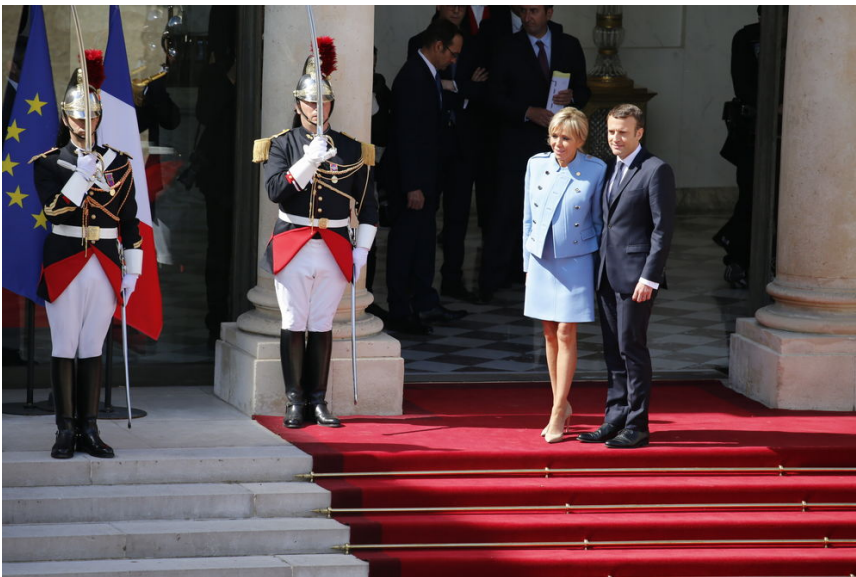
Jean Baudrillard, *Le système des objets*, Paris, Tel, Gallimard, 1968, page 230 et 231

Sujet 2

Vous devez faire l'analyse sémiotique des deux photographies signées par Jean-Claude Coutause qui travaillait pour le journal *Le Monde* à l'occasion de la passation de pouvoir entre François Hollande et Emmanuel Macron. Les légendes en italique sont celles qui accompagnent les deux photographies.



François Hollande et Emmanuel Macron, passation de pouvoir, dimanche 14 mai 2017



Emmanuel et Brigitte Macron sur le perron de l'Élysée, dimanche 14 mai 2017