

RESTANȚE LA DISCIPLINELE SEMIOTICA VIZUALULUI ȘI COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN ARTELE VIZUALE

Titular de curs: lector Raluca Paraschiv. E-mail: raluca.paraschiv@unarte.org

Pentru a accesa subiectele pentru restanțe, studenții vor intra pe platforma Google Classroom folosind codul **n3az6ge**. Tot acolo, studenții vor putea încărca fișierele cu lucrările rezultate sau le pot transmite prin e-mail.

termenul limită este 14 sept 2020

SUBIECTE:

RESTANȚE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN ARTELE VIZUALE

SEMESTRUL I

Studentul va alege un fapt social sau eveniment istoric față de care are o poziție personală sau un interes propriu și va realiza într-o tehnică la alegere o lucrare ca parte a unei campanii de comunicare ipotetice pe tema respectivă. Lucrarea va avea anexat un text care să explice motivația alegerii temei, scopul campaniei și mediul pentru care a realizat lucrarea.

Informații ajutătoare:

- exemple de fapt social: violența în familie, migrația, aspectul spațiului public, sărăcia, plictiseala la școală, traficul, producția culturală, etc etc
- exemple de eveniment istoric: comunismul, monarhia, unirea, decretul anti avort din anii 60, revoluția din 89, mineriadele, protestele din ultimii ani, aderarea la UE, abolirea robiei etc etc
- ce face o campanie de comunicare: promovează o viziune vis a vis de tema campaniei fie prin invitația la atitudine activă față de aceasta fie prin simpla informare că aceasta există. (Exemplu: Dacă tema este faptul social al existenței oamenilor fără adăpost campania fie va promova necesitatea unei atitudini față de aceștia (adresându-se autorităților din domeniu sau cerând publicului să doneze) fie va informa despre ce înseamnă viața acestora creând awareness și eventual empatie)
- O campanie de comunicare se realizează prin medii diverse (tv, radio, print, social media, public, evenimente etc), esențial este ca fiecare bucățiță independentă să spună o poveste. Lucrarea voastră poate fi: o fotografie, o schiță, un text, un video, sunet, combinație a tuturor și trebuie gândită în directă relație cu mediul în care credeți că ar trebui comunicată: (ex: o serie de fotografii care să fie expuse în spațiul public sau o serie de fotografii care să apară pe un site / un text care să fie postat pe facebook sau un text care să fie printat pe un banner / o lucrare sonoră care să însoțească un tab cu conținut de pe site sau care să fie difuzată la radio etc etc.)

RESTANȚA SEMESTRUL II COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN ARTELE VIZUALE

SEMESTRUL II

De făcut un referat în care să problematizați felul în care se reflectă într-o lucrare (arta contemporană, fragment de film, animație etc. referențiată cu link sau cu imaginea anexată) una dintre temele abordate la curs - felul în care funcționează opinia publică, sursele puterii, manipularea, consumul, responsabilitatea și etica artistului, criza și conflictul, statutul și rolul.

RESTANȚE SEMIOTICA VIZUALULUI

SEMESTRUL I

De scris un referat pornind de la 3 imagini cu lucrări (2 ale unor artiști aleși de voi (dintre cele două lucrări, una trebuie să fie contemporană) și una personală) pe o temă / cu un simbol recurent în istoria artei. Referatul va include și explicarea motivației personale a alegerii temei respective.

RESTANȚE SEMIOTICA VIZUALULUI

SEMESTRUL II

De făcut analiza unui logo la alegere. De urmărit: Descrierea elementelor componente și a motivației pentru care au fost alese - culoare, font, proporție, simbol, încadrare

LOGO-ul

Este totodată:

- emblema = un semn care vorbește despre identitatea unei persoane/grup de persoane
- simbol = un semn care exprimă o idee, un concept

Logo-ul ca simbol:

- Funcția simbolică a logo-ului = funcție de mediere între modalitățile de a investi cu sens realitatea și real. Imaginea simbolică necesită un efort de descifrare
- Funcția simbolică = funcție analogică. Existența unei asemănări care să nu fie totală. natura de icon a logoului - semn care posedă caracteristici ce indică faptul că nu este obiectul în sine.
- Funcția simbolică = funcție metonimică și metaforică
- Funcția simbolică = funcție unificatoare. Logoul semnalează apartenența, include și exclude
- Funcția simbolică = funcție totemică

- Functia simbolica = functie relationala. Asigura o legatura intre organizatie si publicul ei dar si intre diferitii membri ai unei comunitati. Transformarea logourilor in obiecte afective, suport al unor proiectii, obiect tranzitional