

# CUPRINS

<b>1. IMAGINEA ȘI ANALIZA SEMIOTICĂ.....</b>	<b>11</b>
1.1. Definiția imaginii.....	11
1.2. Funcțiile imaginii.....	13
1.3. Pentru o analiză a imaginii .....	17
1.4. Analiza semiotică .....	19
1.4.1. Semn .....	22
1.4.2. Icon.....	23
1.4.3. Indice .....	24
1.4.4. Simbol.....	24
1.4.5. Imaginea ca semn .....	24
1.4.6. Imagine-icon .....	25
1.4.7. Imagine-indice.....	26
1.4.8. Imagine-simbol.....	27
<b>2. IMAGINEA PUBLICITARĂ FIXĂ.....</b>	<b>29</b>
2.1. Imaginea publicitară .....	29
2.2. Imaginea funcțională statică .....	31
2.3. Căutarea unei metode de analiză.....	35
2.3.1. De la semnificat la semnificant (Roland Barthes)....	35
2.3.2. De la semnificant la semnificat .....	36
2.3.3. Așteptare și context .....	38
2.3.4. Tipuri de semne .....	39
<b>3. RETORICA IMAGINII.....</b>	<b>43</b>
3.1. Retorica clasică.....	43
3.2. Retorică și conotație .....	44

3.3. Retorică și publicitate (Jacques Durand).....	46
<b>4. ANALIZA SEMIOTICĂ A UNEI IMAGINII PUBLICITARE FIXE (MARTINE JOLY).....</b>	<b>49</b>
4.1. Descrierea .....	50
4.2. Mesajul plastic .....	51
4.2.1. Suportul.....	52
4.2.2. Cadrul.....	53
4.2.3. Încadrarea .....	54
4.2.4. Unghiul de realizare a fotografiei.....	55
4.2.5. Compoziția, așezarea în pagină .....	56
4.2.6. Formele.....	58
4.2.7. Culorile și lumina .....	59
4.2.8. Textura .....	60
4.2.9. Sinteza semnificațiilor plastice .....	61
4.3. Mesajul iconic .....	62
4.3.1. Poziția modelului.....	63
4.3.2. Sinteza mesajului iconic .....	65
4.3. Mesajul lingvistic.....	66
4.4.1. Funcțiile mesajului lingvistic.....	67
4.4.2. „Imaginea” cuvintelor .....	68
4.4.3. Semnificația mesajului lingvistic .....	69
4.5. Concluzii.....	71
<b>5. IMAGINE ȘI CUVÂNT .....</b>	<b>73</b>
<b>TEME DE ANALIZĂ ȘI REFLECȚIE.....</b>	<b>81</b>
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>99</b>