LUNDS UNIVERSITET
Lunds Tekniska Högskola

Kursplan för

Produktsemiotik
Product Semiotics

AFOA30, 6 högskolepoäng, G1 (Grundnivå)

Gäller för: Läsåret 2017/18
Beslutad av: Programledning A
Beslutsdatum: 2017-03-28

Allmänna uppgifter

Obligatorisk för: MD4
Undervisningsspråk: Kursen ges på svenska

Syfte

Kursens syfte är att träna förmågan att analysera produkter ur ett semiotiskt perspektiv, dvs hur vardagsföremål, tekniska produkter, annonser, märken och förpackningar kommunicerar sitt budskap till de som skall använda dessa produkter. Dessutom skall kursen också träna förmågan att analysera och diskutera design i ett kulturellt omvärldsperspektiv.

Mål

Kunskap och förståelse
För godkänd kurs skall studenten

- Studenten skall kunna tillämpa en semiotisk analys av produkters relation till sin omvärld.
- Studenten skall förstå hur semiotik används som ett redskap i egna visuella produktpresentationer.

Färdighet och förmåga
För godkänd kurs skall studenten

- i skissförslag samt i skriven text kunna beskriva hur produkter kommunicerar sin användning, sitt estetiska uttryck och sin kulturellla tillhörighet.
- i skissförslag eller i skriven text kunna tolka semiotiska modeller, dvs kunna använda teorier om hur design förmedlas och kommuniceras.
- i skissförslag kunna omarbeta och förbättra en teknisk produkt, efter att ha analyserat

produktens brister utifrån ett semiotiskt perspektiv.
- vid verbala genomgångar på ett konstruktivt sätt kunna visuellt presentera, samt i grupp diskutera, egna designförslag i semiotiska termer.

Värderingsförmåga och förhållningssätt
För godkänd kurs skall studenten

- i gruppsamtal kunna analysera och presentera egenskaper hos industriprodukter vad gäller deras användning, funktion, konstruktion, produktfamiljetillhörighet, statusmässighet och tidsanda.
- i en kort text behandla ett semiotiskt ämne.

Kursinnehåll

Kursen ger en introduktion till produktsemiotik, samt till hur denna är kopplad till allmän semiotisk teori. Kursens fokus ligger på hur produkter (bruksföremål, tekniska produkter, märken, annonser, förpackningar, interiörer, mm) talar till användaren genom sitt visuella framträdande.

Kursmoment (hänvisning till författare/litteratur inom parentes):

- Semiotikens grunder, teckenbegreppet (Ferdinand de Saussure), samt teckentyper (Charles S Peirce).
- Kommunikationsmodeller (Roman Jakobson, Karl Bühler)
- Designsemiotik: Tingens representation (Susann Vihma)
- Designsemiotik: Semantiska funktioner (Rune Monö)
- Affordance och användarperspektiv: (Donald Norman, Li Wikström)
- Märken och logotyper (Per Mollerup)
- Branding som kulturellt fenomen (Naomi Klein)
- Annonser och retorik (Umberto Eco, Göran Sonesson)

Kursen består av föreläsningar och övningar som redovisas vid gruppgenomgångar med kritik. En kort uppsats skall skrivas och gås igenom med kursledaren.

I kursen får man inom vissa ramar själv välja de produkter som man vill arbeta med praktiskt i skisser och enkla principmodeller. Det kan vara produkter som existerar på marknaden men även tidigare egna skisser och prototyper.

Kursen är upplagd så att man arbetar relativt snabbt och med flera olika produkter.

Kursens examination

Betygsskala: UG - (U,G) - (Underkänd, Godkänd)
Prestationsbedömning: Examination sker genom att man i gruppsamtal och enskilda samtal redogör för skisser och texter, samt får kritik på dessa. Då inlämning/presentation av 4-5 deluppgifter är godkända av kursledaren är man godkänd i kursen. För godkänt krävs även 80 % närvaro på föreläsningar och genomgångar.

Om så krävs för att en student med varaktig funktionsnedsättning ska ges ett likvärdigt examinationsalternativ jämfört med en student utan funktionsnedsättning, så kan examinator efter samråd med universitetets avdelning för pedagogiskt stöd fatta beslut om alternativ examinationsform för berörd student.

Antagningsuppgifter

Begränsat antal platser: Nej

Kurslitteratur

- Urval ur:.
- Monö, R, Design for Product Understanding, Stockholm, 1997, ISBN 91-47-01105-x.
- Margolin, V & Buchanan, R, The Idea of Design, Cambridge/London 1996, ISBN 0-262-63166-0.
- Vihma, S, Products as Representations, Finland, NID, 1995, ISBN 951-9384-89-8.
- Mollerup, Per, Marks of Excellence, Phaidon, USA, 1999.
- Peirce, Charles S, Collected Papers, exerpts, CD, ISBN 1-57085-019-4.
- Saussure, Ferdinand de, Kurs i Allmän Lingvistik, (English version in copies) Cavefors, 1970.
- Lotman, Jurij, The Universe of Mind: A semiotic theory of culture, 1990, copies.
- Sonesson, Göran, Bildbetydelser, Lund 1992, Pictorial Concepts, Lund, 1989, ISBN 91-44-31661-5.
- Eco, Umberto, Den frånvarande strukturen,197, Semiotics and the Philosophy of Language, 1986. Cop.
- Norman, Donald A, The Design of Everyday Things, 1990 (1988), ISBN 0-385-26774-6.
- Ett urval av litteraturen delas ut som fotokopierat material.

Kontaktinfo och övrigt

Kursansvarig: univ. lektor Gunnar Sandin, Gunnar.Sandin@arkitektur.lth.se