

Reklama outdoorowa – semiotyczna analiza przekazu

Krzysztof Kubiak

Reklama wizualna, jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, posługuje się pewnym społecznie akceptowanym kodem. Bazuje na semantycznych wartościach przedmiotów, będących jednocześnie znakami identyfikacji grupowej i pokoleniowej. Rzeczywistość widziana z perspektywy reklamy zyskuje wiele dodatkowych znaczeń i asocjacji. Z perspektywy skuteczności komunikowania wiedza na temat symboliki przekazu wydaje się kluczowa. Analiza obrazu społecznego przedstawianego w reklamach oznacza badanie komunikatów z punktu widzenia ich symboliki. W artykule zaprezentowano wyniki semiotycznej analizy billboardowych komunikatów perswazyjnych, opartej na modelu, który pozwala rozważać przekaz na połączonych ze sobą głównych poziomach znaczeniowych. Celem artykułu jest wskazanie, jaką rolę w komunikacie społecznym pełnią poszczególne warstwy reklamy; jaki jest ich wydźwięk emocjonalny oraz co komunikują.

Słowa kluczowe: reklama outdoorowa, reklama wizualna, przekaz, analiza semiotyczna

Outdoor advertising - semiotic analysis of media

Visual advertising as a tool of companies' communication with the market, uses a socially acceptable code. It is based on the semantic values of objects, which are also signs of group identification and generational . Reality as seen from the perspective of advertising is gaining a lot of extra meanings and associations. From the perspective of the effectiveness of communicating knowledge about the symbolism of the media seems to be crucial. Image analysis of social presented in advertisements means a test message from the point of view of their symbolism. The article presents the results of semiotic analysis of persuasive messages, billboard , based on a model which allows to consider the message on the main interconnected levels of meaning. The purpose of this article is to identify the role in social communication play various layers of advertising; what is their emotional overtones , and what to communicate .

Keywords: outdoor advertising , visual advertising , visual communication , semiotic analysis