

Digital Research Week

8.11.2018

СЕМИОТИКА ДЛЯ РЕШЕНИЯ БИЗНЕС ЗАДАЧ

Людмила Запорожцева
Директор по семиотическим исследованиям
Маркетинговое агентство Радость понимания





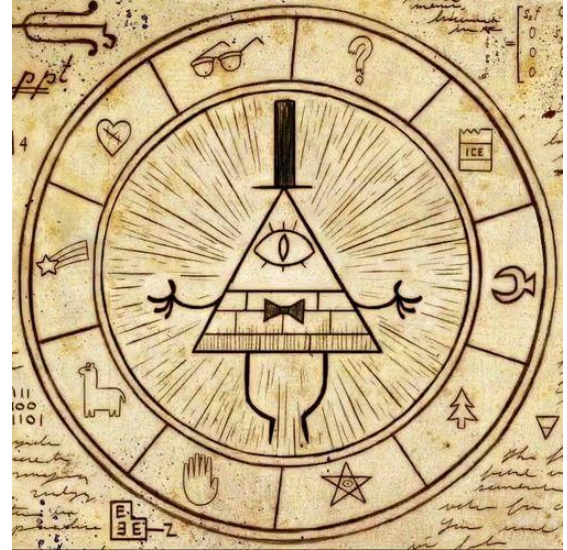
1. Что такое семиотика?



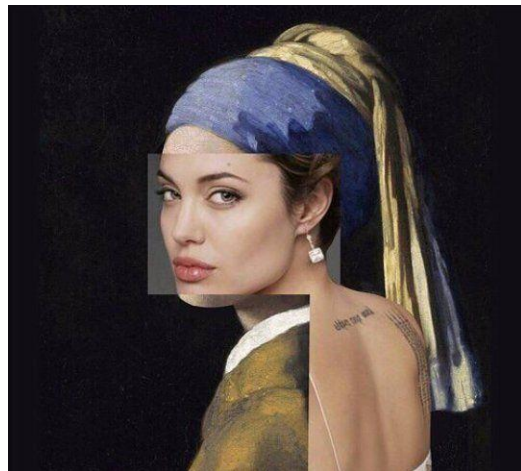
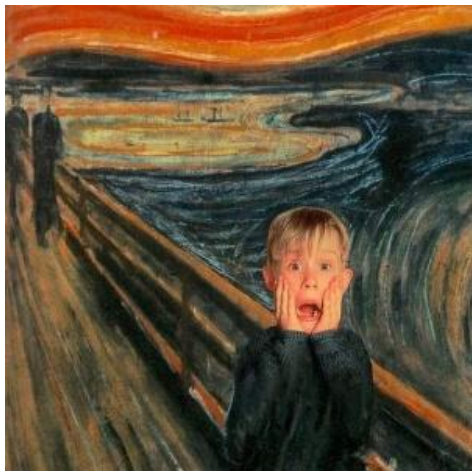
Что такое семиотика?

Семиотика - наука о законах коммуникации в культуре и обществе:

- ✓ как возникают,
- ✓ как кодируются (означиваются),
- ✓ как воспроизводятся и передаются **смыслы** в культуре и обществе.



Мозг упорядочивает хаос вокруг нас





**WHAT I IF TOLD
YOU**

**YOU READ THE TOP
LINE WRONG**

Семиотика позволяет
осознанно увидеть
то, что потребители
видят **бессознательно**

Радость понимания





2. Что изучает семиотика?

Первоэлемент: знак или текст?

Культура напоминает по своей бесконечности Вселенную.

Как и физическая Вселенная, культура устроена по своим **законам** и состоит из простых **элементов**.

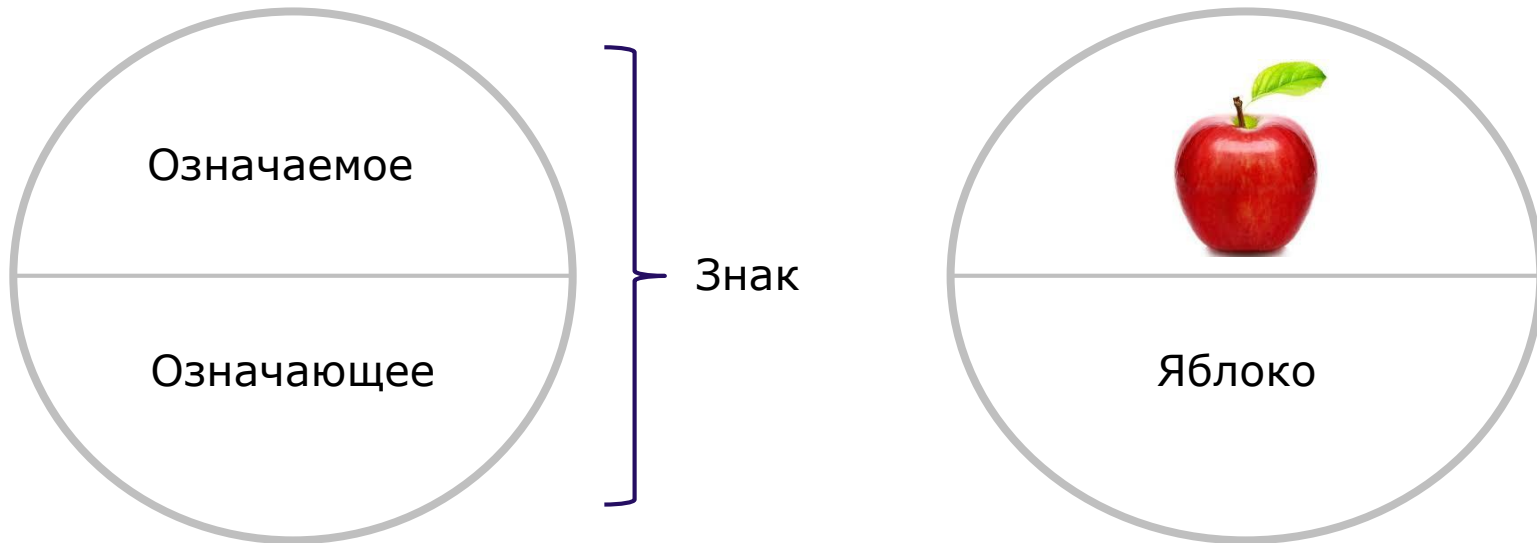
Радость понимания



Знак в ряду других знаков



Структура знака: Фердинанд де Соссюр



Кодирование реальности: коннотации знака



Языки культуры: природные и культурные



Vs.



Языки культуры

Семиотика работает с нелингвистическими системами передачи информации:

- изображениями, цветами,
- звуками,
- ароматами,
- одеждой и внешностью,
- жестами,
- пространством.

В то же время семиотический анализ учитывает и вербальные сообщения:

- названия,
- описания,
- тексты песен и т.д.





3. Кодирование в культуре

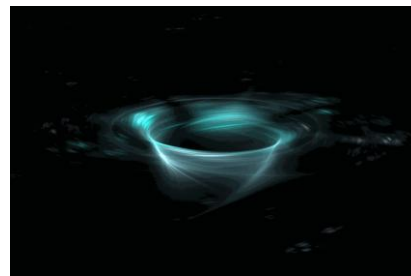


Строение культуры: динамика культурных кодов

УХОДЯЩИЕ

ДОМИНАНТНЫЕ

РАЗВИВАЮЩИЕСЯ



A group of business professionals in suits are gathered around a wooden table, holding large, interlocking puzzle pieces. The puzzle pieces are in various shades of blue and green. The scene is brightly lit, and the focus is on the collaborative effort of fitting the pieces together.

4. Семиотика и маркетинговые исследования

Что такое маркетинговая семиотика?

Маркетинговая семиотика является методом анализа, классификации знаков и кодов, а также последующем подборе наиболее точных кодов для передачи смыслов в брендинге и маркетинговой коммуникации.



Семиотическое исследование

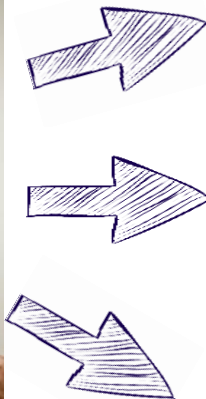
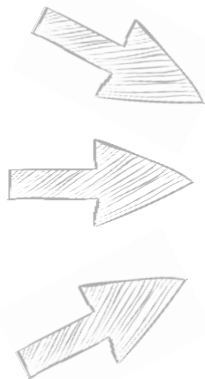
- ✓ позволяет проанализировать все то, что **задает правила восприятия** потребителя;
- ✓ позволяет объяснить, артикулировать то, что сам потребитель **никогда не расскажет**



Традиционное маркетинговое исследование

позволяет проанализировать все то, что **воспроизводит и транслирует потребитель**

МИФЫ
ФОЛЬКЛОР
РЕКЛАМА
МЕДИА
ФИЛЬМЫ
ГОРОД



МНЕНИЯ
ПОВЕДЕНИЕ
УСТАНОВКИ
ВКУСЫ
УБЕЖДЕНИЯ

Подход Радости понимания

объединение семиотической экспертизы и возможностей потребительских исследований



Семиотика: материалы для анализа

Традиционная культура – история, фольклор, традиции, быт, классическая литература.

Современная культура – масс медиа, мода, архитектура, массовая культура, городское пространство

Конкурентное окружение – реклама и упаковки в категории, реклама и упаковки в смежных категориях.



Digital Research Week

8.11.2018

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**



L.zaporozhtseva@understanding.ru