

広告の魅力

～ドイツからのインスピレーション～

アウトライン

1. はじめに
2. RQと独自の考察
3. 広告はコミュニケーションか？
4. 広告紹介
5. まとめ
6. 参照

1. はじめに

- 「コミュニケーション」に興味がある。
- 当初は、「ドイツにおけるコミュニケーションスタイル」について調べる予定だったが、漠然としすぎていて難しい。
- 数あるコミュニケーション手段の中から「広告」に絞って調査。

2. RQと独自の考察

RQ

- ドイツの広告にはどのようなものがあるか
- ドイツ広告からどのような言語・非言語コミュニケーション及び「発信と受容」を見出せるか

独自の考察

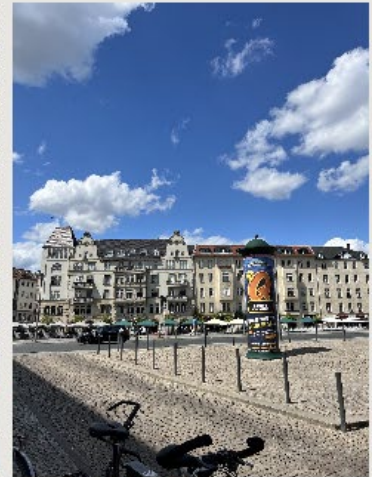
- ドイツ人の国民性や多国籍国家の背景から日本とは異なるコミュニケーションスタイルがあるはず
- それは「広告」でも同様に独自の文化や表現方法があるはず

3. 広告はコミュニケーションか？

- 広告は情報の伝達手段
- 受け手へのメッセージの伝達が主な目的
- 受け手の感情や考え、行動に影響を及ぼす力

「広告」はコミュニケーションの一つの形である

広告がよくあったのは



Litfaßsäule: 広告塔

4. 広告紹介

- まず広告を見てどんなことを感じるか
- その広告は興味深いか

- 広告はどんなことを発信しているか
- 広告の受け手（読み手）はどのようなことを受け取ることができるか
- その広告の中にはどのような言語・非言語コミュニケーションが存在しているか



言葉遊びと 水の大切さ

視覚情報

ニワトリをホースのようにして花に水をやるマダム（水の勢いが強すぎて花が散りそう）

言語情報

直訳すると、

「水はHahnから来ない。無駄にしないで。」

Hahnとは何か

①おんどり

②コック、栓、蛇口





Seine Tochter?
Ein Urlaubsflirt?

Nicht wegsehen, sondern handeln!
Melden Sie Hinweise sexueller Ausbeutung von Kindern.

児童に対する性犯罪防止の呼びかけ

視覚情報

カップル? 親子? ナンパ?
右下に注意のマーク?

言語情報

直訳すると

「彼の娘? 休日の浮気?」





デジタル新聞の 販売促進

前提条件

電車内のトイレのドアに貼ってあった。

視覚情報

便器に座りながら大量のトイレット
ペーパーを抱える（おそらく）男性。

→使い過ぎに注意？

言語情報

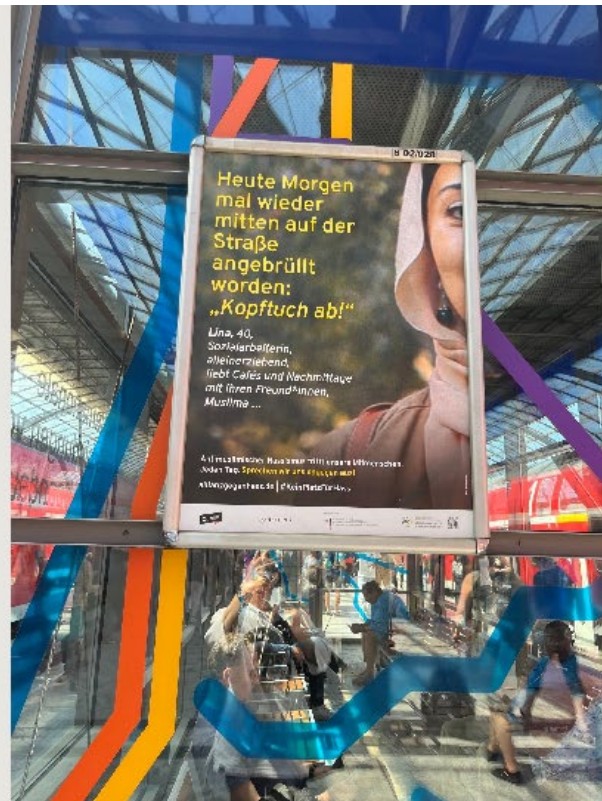
„übertrieben“って何。。

原形は「überreiben」

①～を誇張する、大げさに言う

②～をやりすぎる、度を越す





人種差別への 注意喚起

視覚情報

イスラム系の人かな？

言語情報

直訳すると、

「今朝もまた、通りの真
ん中で『スカーフを脱
げ』と叫ばれた。」





喫煙の危険を伝える

視覚情報

男性が入院？その家族が見守る？

たばこを捨てるな。海にも。

言語情報

直訳すると、

「禁煙—あなたの愛する人のために生き続ける」

たばこの側面の写真には、

「喫煙は致命的である。」



5. まとめ

「ドイツ広告にはどのようなものがあるか」

- ドイツにはバス停の側面や、駅名の書かれた線路側の壁に広告がある。
- Litfaßsäuleと呼ばれる広告塔にイベントなどの広告を貼っている。
- 環境保全に対する意識が大きいからか、環境や資源に配慮した広告や表現が多く見受けられた。
- 性犯罪や性感染症など、「性」に対する広告が多かった。
- あまり発見できなかったが、人種差別への注意喚起の広告も見られた。
- たばこのパッケージに書かれた注意書きは日本のそれよりも過激だった。

5. まとめ

「ドイツ広告からどのような言語・非言語コミュニケーション及び「発信と受容」を見出せるか」

- ドイツの広告は視覚情報にインパクトの強い写真を用いて受け手の興味を引き、言語情報から正確な意図を見出すような仕組みが多かった。
- 視覚的には「インパクト」に重点を置いているのか、その広告が本当に伝えたい内容とは異なるような写真が採用されていることも多い。
- 「発信」者は、インパクトを重視して受け手の興味を引き、言語情報を通じて意図を伝えている。
- 「受容」者は、写真を目にした後、それで終わるのではなく、文章を読まなければ真のコミュニケーションの伝達は達成されない。

ご清聴ありがとうございました

