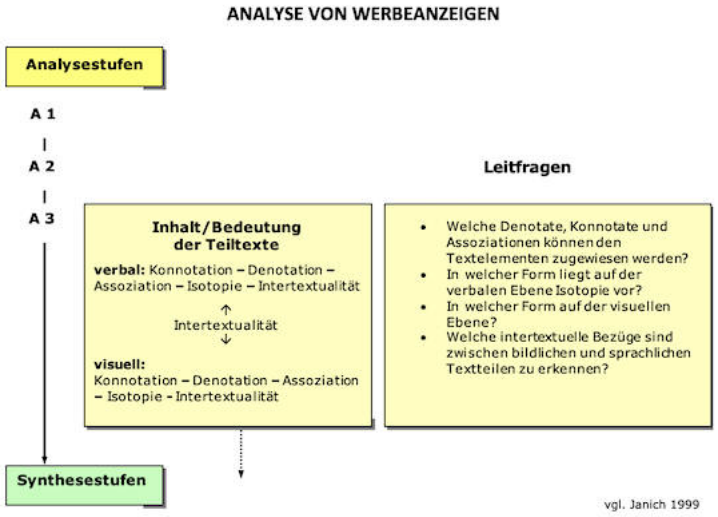
Analyse von Werbeanzeigen

Fragenkatalog zur Untersuchung von Inhalt und Bedeutung

Ganzheitliches Analysemodell
(Janich 1999)

Auf der dritten Analysestufe des Modells von Nina Janich (1999, S. 196f.) geht es um die Analyse des Inhalts bzw. die Bedeutung der Teiltexte.



By Gert Egle – www.teachsam.de – lizenziert unter CC-BY-SA 4.0 International license

Leitfragen

Die Untersuchung der Werbeanzeige auf dieser Analysestufe kann mit den folgenden Leitfragen erfolgen:

- Welche Denotate, Konnotate und Assoziationen können den Textelementen zugewiesen werden
- In welcher Form liegt auf der verbalen Ebene Isotopie (= Bedeutungsbeziehungen zwischen einzelnen Wörtern/Lexemen) vor?
- In welcher Form auf der visuellen Ebene?
- Welche intertextuellen Bezüge sind zwischen bildlichen und sprachlichen Textteilen zu erkennen?

Detailfragen Charakter der Werbeinformationen

Die Werbeinformationen können mit weiteren Detailfragen untersucht werden:

- Handelt es sich bei den gegebenen Werbeinformationen um Produktinformationen oder Leistungsinformationen?
- Lassen sich bei den Leistungsinformationen Sachleistungsinformationen und emotionale Informationen erkenn?
- Welche Arten von emotionalen Appellen werden verwendet? Handelt es sich dabei um:
  - Erotische Appelle
  - Appelle an den Humor
  - Appelle an die sozialen Bedürfnisse
  - Appelle an Status und Prestige
  - Angstappelle (eigentlich nur in politisch-gesellschaftlicher bzw. religiöser Werbung oder Unfallverhütungs- und Verkehrssicherheitswerbung)
  - Appelle an die Gesundheit
  - Sicherheitsdrangappelle
  - Geborgenheitsappelle
  - Selbstbestätigungsappelle
  - Appelle an das Besitzenwollen
  - Schaffensdrangappelle
  - Fürsorgeappelle
  - Appelle an die Neugierde
  - Selbstbehauptungsappelle
  - Appelle an das Sich-an-Produkten-Freuen
  - Selbstdarstellungsappelle
  - Appelle an den Spieltrieb

Autor: Gert Egle/www.teachsam.de – Dieses Werk ist lizenziert unter einer
Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz., CC-BY- SA -
OER Logo © 2012 Jonathas Mello, used under a Creative Commons license BY-ND