

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία ερευνά την τουριστική αφίσα στο χώρο της διαφήμισης και της επικοινωνίας με βασικά εργαλεία θεωρίες της σημειωτικής. Η σημειωτική ή σημειολογία προερχόμενη από τις ελληνικές λέξεις «σημείο» και «λόγος» είναι η επιστήμη που μελετά τα σημεία. Στην έννοια της σημειωτικής, τα σημεία περιλαμβάνουν λέξεις, εικόνες, ήχους, χειρονομίες κι αντικείμενα. Αυτά τα σημεία μελετώνται με σκοπό την απόδοση ενός συγκεκριμένου νοήματος (Chandler, 1994).

Η έρευνα αυτή αποσκοπεί στην εύρεση και αποκωδικοποίηση τέτοιων σημείων. Οι διαφημίσεις που περιλαμβάνονται στην ελληνική τουριστική καμπάνια για το έτος 2010 με τίτλο «Kalimera!» αναλύονται σημειωτικά, με βάση το μοντέλο σημειωτικής ανάλυσης του Roland Barthes. Παράλληλα, θα μελετηθούν οι θεμελιώδεις αρχές της σημειολογίας όπως τις όρισαν οι Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce και Roland Barthes.

Στη βάση αυτών των διαπιστώσεων, η παρούσα διατριβή αναλύει και συγκρίνει τις διαφημίσεις. Επιπρόσθετα, αντικείμενο μελέτης θα αποτελέσουν τα είδη τουριστικής αφίσας, καθώς επίσης και τα χαρακτηριστικά του ΕΟΤ..