

LABORATORIUM KOMUNIKACJI



SYMBOLY W KOMUNIKACJI

Umiejętność używania symboli – obrazów, znaków, gestów – to sztuka. Poprzez symbole wyrażamy myśli, uczucia i idee w sposób, który jest bogatszy i bardziej wielowymiarowy niż same słowa.

Symbole przekazują kluczowe informacje. Badania wskazują, że symbole wzmacniają emocjonalny efekt komunikacji. Ułatwiają zrozumienie komunikatu, poprzez emocjonalne połączenia z odbiorcami. Pomagają w budowaniu trwałego wizerunku każdej marki. Zawsze wzmacniają przekaz.

Symbole przekazują skomplikowane emocje i pojęcia, które trudno wyrazić werbalnie. Mają też zdolność szybkiego dotarcia do podświadomości odbiorców. W komunikacji rządowej, użycie symboli takich jak logo czy wizerunki celebrytów, zwiększa zaufanie publiczne.

Symbole powinny być spójne z tożsamością marki. Upraszczają skomplikowane idee i koncepcje, czyniąc je bardziej przystępnymi. Budują silne emocjonalne połączenia na lata. Symbole nie tylko identyfikują marki, ale także wywołują konkretne emocje i wartości, które rezonują z ich odbiorcami, wzmacniając lojalność i zaangażowanie klientów.



ZOBACZ RODZAJE STOSOWANYCH SYMBOLI W
KOMUNIKACJI ORAZ PRZYKŁADY WYKORZYSTANIA
SYMBOLI PRZEZ ZNANE ŚWIATOWE MARKI.

RODZAJE SYMBOLI UŻYWANE W CODZIENNEJ KOMUNIKACJI.



Używaj symboli, które są powszechnie rozpoznawalne i mają silne, pozytywne konotacje. Dobierz symbole, które najlepiej oddają wartości i przesłanie, jakie chcesz przekazać.

OBRAZY I IKONY

Serce — symbol miłości i troski.
 Glob — symbol globalizacji, jedności i współpracy
 Gołąb — symbol pokoju.

KOLORY

Czerwony — symbolizuje miłość, pasję, ale także ostrzeżenie lub niebezpieczeństwo.
 Zielony — symbol nadziei, świeżości i ekologii.
 Niebieski — symbol spokoju, zaufania i stabilności.

KULTURA I RELIGIE

Krzyż — symbol chrześcijaństwa.
 Yin i Yang — symbol równowagi i dualizmu w filozofii chińskiej.
 Paw w wielu kulturach to symbol piękna i dumy.

FLAGI I HERBY

Flaga państwowa — symbol narodowej tożsamości i jedności.
 Herby rodowe — symbol dziedzictwa i tradycji rodzinnych.

SYMBOLE EMOJI

Uśmiechnięta twarz 😊 – symbol radości i przyjazności.
 Serca w oczach 😍 – symbol zachwytu i miłości.
 Łzy radości 😂 – symbol ogromnego śmiechu i zabawy.

GESTY

Kciuk w górę — symbol aprobaty i pozytywnego ocenienia.
 Otwarte ręce — symbol otwartości i gotowości do komunikacji.
 Złożone ręce — symbol modlitwy lub prośby.

LOGOTYPY I ZNAKI FIRMOWE

Jabłko (Apple) – nowoczesność i innowacje w technologii.
 Łukowate litery (McDonald's) – symbol globalnej marki i kultury fast food.
 Nike „Swoosh” – symbol szybkości i sportowego ducha.

METAFORY I ANALOGIE

Góra lodowa — symbol czegoś, co ma ukrytą część
 Słońce po burzy — symbol nadziei i lepszych czasów
 Domino — symbol wpływu jednej akcji na kolejne zdarzenia.

SYMBOLE W SOCIAL MEDIACH

Hasztag (#) – kategoryzowania treści i ułatwienia ich wyszukiwania.
 Like 👍 – symbol aprobaty i pozytywnej reakcji na post.

PRACA I BIZNES

Żarówka — symbol nowych pomysłów i innowacji.
 Graf wzrostu — symbol sukcesu i postępu.
 Tarcza — symbol ochrony i bezpieczeństwa.

PRZYKŁADY EMOCJONALNEGO POŁĄCZENIA MARKI POPRZEZ SYMBOLE



- Apple - Jabłko: Symbol jabłka reprezentuje innowacyjność i elegancję, budując silne emocjonalne połączenie z użytkownikami ceniącymi nowoczesne technologie.
- Nike - Swoosh: Symbol "Swoosh" - ruch i determinacja, inspirujący sportowców do osiągnięcia lepszych wyników.
- McDonald's - Żłote Łuki: Symbol złotych łuków jest synonimem dostępności i wygody, przywołując uczucie znajomości i komfortu.
- Starbucks - Syrena: Symbol syreny odwołuje się do tradycji i jakości, budując emocjonalne połączenie z klientami poszukującymi wyjątkowych doświadczeń kawowych.
- Mercedes-Benz - Trójramienna Gwiazda: Symbol ten reprezentuje luksus i prestiż, przyciągając klientów ceniących ekskluzywność.
- Coca-Cola - Butelka: Charakterystyczna butelka Coca-Coli symbolizuje orzeźwienie i radość, budując silne emocjonalne skojarzenia z chwilami przyjemności.
- Volkswagen - VW: Logo VW jest symbolem niezawodności i solidności, przyciągając klientów ceniących trwałość i jakość.
- Pepsi - Okrąg z Falą: Symbolizuje energię i radość, kojarząc się z młodością i zabawą.
- Nike - Just Do It: Choć to hasło, nie symbol, jego graficzne przedstawienie z "Swoosh" wzmacnia poczucie motywacji i determinacji.
- IBM - Niebieskie Paski: Symbolizuje technologię i niezawodność, budując zaufanie wśród klientów biznesowych.
- Prada - Trójkąt: Logo w kształcie trójkąta symbolizuje luksus i wyrafinowanie, przyciągając miłośników mody.
- Rolex - Korona: Symbol korony reprezentuje prestiż i jakość, przyciągając klientów ceniących ekskluzywność i elegancję..
- Lacoste - Krokodyl: Krokodyl Lacoste symbolizuje elegancję i sportowy styl, budując emocjonalne połączenie z osobami ceniącymi modę i wygodę.
- FedEx - Strzałka: Ukryta strzałka w logo symbolizuje szybkość i precyzję dostaw, budując zaufanie do usługi kurierskiej.
- Amazon - Uśmiech i Strzałka: Symbol uśmiechu od A do Z reprezentuje szeroką gamę produktów i zadowolenie klientów.
- BMW - Niebiesko-biały Rondo: Symbolizuje dynamikę i technologiczną innowacyjność, przyciągając miłośników motoryzacji.
- Shell - Muszla: Symbol muszli przywołuje naturalne skojarzenia z paliwami i energią, budując zaufanie w branży naftowej.
- Google - Kolorowe Litery: Kolorowe litery w logo symbolizują kreatywność i innowacyjność, rezonując z użytkownikami internetu.
- Heineken - Czerwona Gwiazda: Symbol czerwona gwiazda kojarzy się z wysoką jakością piwa, przyciągając miłośników napojów alkoholowych.
- Lego - Czerwony Prostokąt: Symbol prostokąta z napisami LEGO kojarzy się z kreatywnością i zabawą, budując emocjonalne połączenie z dziećmi i dorosłymi.
- Tesla - T: Symbol "T" w logo Tesla symbolizuje innowacyjność w motoryzacji elektrycznej, przyciągając miłośników nowoczesnych technologii.
- Red Bull - Byki: Symbol dwóch byków kojarzy się z energią i wytrzymałością, przyciągając osoby aktywne fizycznie.
- Chanel - Podwójne C: Symbol podwójnego "C" reprezentuje luksus i elegancję, budując emocjonalne połączenie z miłośnikami mody.

[CZYTAJ CAŁY ARTYKUŁ](#)