

CZU: 659.1:[003.62:681.11]

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7310375>

POZIȚIONAREA SIMBOLICĂ A UNIVERSULUI CEASURILOR DE LUX ÎN CONTEXTUL SOCIAL CONTEMPORAN

Dan-Niculae PODARU

Universitatea din București

Universul simbolic ce definește industria ceasurilor de lux conține elemente semiotice ce definesc exclusiv zona masculinității tradiționale. Aceste elemente simbolice cultivă acest tip de masculinitate pe care o subliniază și promovează la nivelul societății contemporane. Industria ceasurilor de lux este unul dintre jucătorii extrem de importanți de pe piața produselor simbolice de lux. Universul publicitar al ceasurilor de lux este unul de tip hegemonic. Articolul de mai jos prezintă contextul în care publicitatea ceasurilor de lux utilizează elementele semiotice de tip cromatic sau estetic, prin care sunt alăturate materiale și texturile acestor accesorii, obiecte vestimentare și elementele la modă, volumele, formele geometrice, ansamblurile discursive, elementele iconice, alături de activități cotidiene sugerate și scenarii narative pentru generarea de lanțuri conotative, cu o rezonanță evidentă în zona masculinității tradiționale, pe care o transmite, o subliniază și o propagă la nivelul societății actuale.

Cuvinte-cheie: semiotică, publicitate, iconicitate, masculinitate, hegemonie, ceasuri, lux.

THE SYMBOLIC POSITIONING OF THE UNIVERSE OF LUXURY WATCHES IN THE CONTEMPORARY SOCIAL CONTEXT

The symbolic universe that defines the luxury watch industry contains semiotic elements that define exclusively the area of traditional masculinity. These symbolic elements cultivate this type of masculinity that they emphasize and promote in contemporary society. The luxury watch industry is one of the most important players in the symbolic luxury goods market. The advertising universe of luxury watches is a hegemonic one. The article below presents the context in which the advertising of luxury watches uses the semiotic elements of the chromatic or aesthetic type, through which the materials and textures of these accessories, clothing items and fashionable elements, volumes, geometric shapes, discursive ensembles, iconic elements, as well as the suggested daily activities and narrative scenarios generate connotative chains, with an obvious resonance in the area of traditional masculinity, which they transmit, emphasize and propagate in today's society.

Keywords: semiotics, advertising, iconicity, masculinity, hegemony, watches, luxury.

Prezentat la 20.05.2022

Publicat: noiembrie 2022