

Российский Государственный Университет Имени Герцена  
Институт философии человека  
Кафедра реклама и связи с общественностью

**Презентация**  
**по дисциплине “Введение в коммуникационные**  
**специальности”**  
**На тему “Печатная реклама”**

Выполнила работу студентка 1 курса,  
группы СО-39:  
Скворцова Анна Игоревна  
Проверил работу преподаватель,  
доцент, к/н политических наук:  
Хашковский Алексей Васильевич

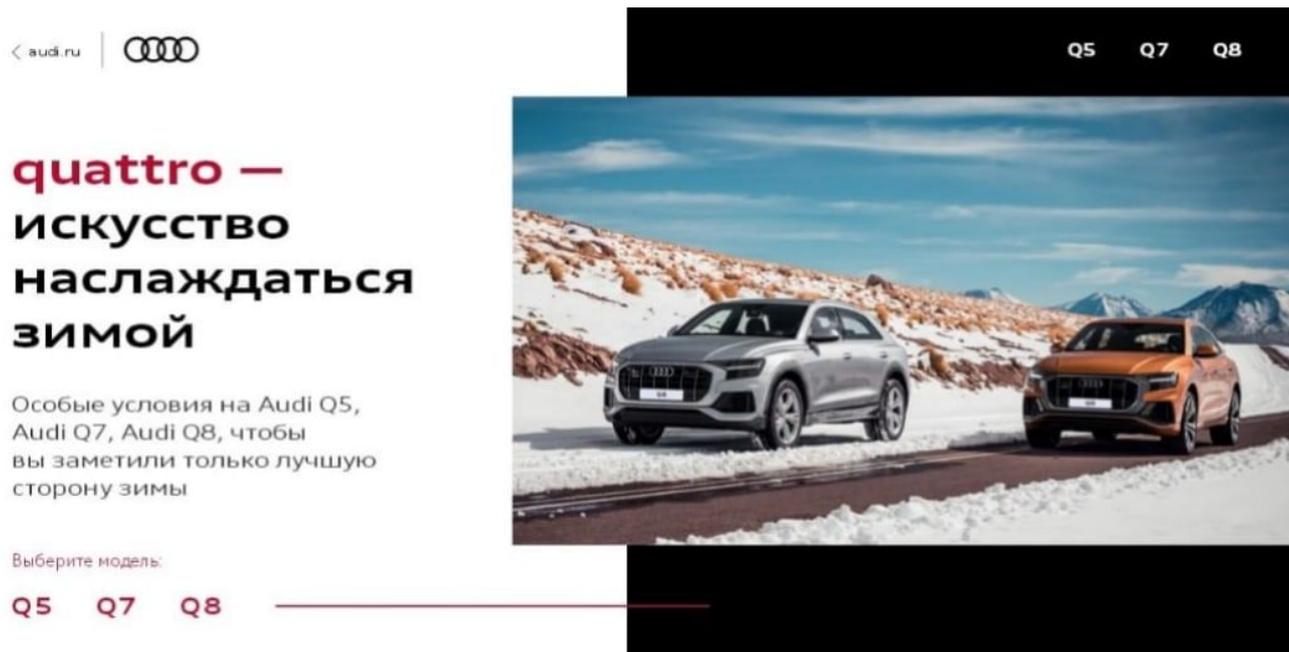
Санкт-Петербург  
2020

# Реклама новых автомобилей Audi Quattro

В рекламе, представленное компанией Audi, человек будет руководствоваться несколькими мотивами: мотив высоких функциональных качеств, мотив надежности и гарантии удобства, мотивы самореализации и личного престижа.

значимости, самореализации, личного престижа свободы.

Сюжет данной рекламы заключается в том, что благодаря новым комфортабельным автомобилям Audi Вы можете продолжать наслаждаться зимней погодой(в этой рекламе используется кадр + текст).



The image shows a screenshot of an Audi website advertisement. At the top left, there is a navigation arrow and the text 'audi.ru' next to the Audi logo. In the top right corner, the models 'Q5', 'Q7', and 'Q8' are listed. The main visual is a photograph of two Audi SUVs, a silver one on the left and an orange one on the right, driving on a snowy mountain road. The background features snow-covered mountains under a blue sky. On the left side of the page, the text reads: 'quattro — искусство наслаждаться зимой'. Below this, a smaller line of text says: 'Особые условия на Audi Q5, Audi Q7, Audi Q8, чтобы вы заметили только лучшую сторону зимы'. At the bottom left, there is a section titled 'Выберите модель:' followed by the model names 'Q5', 'Q7', and 'Q8' with a red underline.

Тропы и риторические фигуры используемые в тексте:

Эпитет(особые условия, лучшую сторону,  
Риторическое обращение (чтобы вы заметили)  
Риторическое восклицание(искусство наслаждаться зимой)

# Реклама новой модели Mazda6

Основными мотивами в рекламе Mazda6, являются: мотив высоких функциональных качеств, мотив удобства и дополнительным преимуществ, мотив личного престижа и нравственный(социальный) мотив(защита окружающей среды).

Сюжет: в данной рекламе автомобиля Mazda продавец сделал акцент на то, что приобретение данного автомобиля подчеркнет статусность её владельца, а так поможет сохранить окружающую среду(демонстрация ключевых особенностей товара).

Тропы и риторические фигуры:

Градация(перечисление Быстрее. Сильнее. Выше классом).

Противопоставление(нельзя достичь совершенства, но можно мчаться к нему навстречу).

Эпитеты(очередной, большой, смелый, великолепной и т.д.).

Антитеза(неудержимой мощностью и полной покорностью, премиальной элегантностью и спортивной дерзостью).

Анафора(теперь, между).

## Быстрее. Сильнее. Выше классом

Нельзя достичь совершенства, но можно мчаться ему навстречу.

Новая Mazda6 - это очередной, большой и смелый шаг к недостижимому идеалу автомобиля. Теперь, оснащенная двигателем SKYACTIV-G 2.5T с турбонаддувом, она показывает еще больше динамики, но при этом обладает великолепной топливной эффективностью.

Теперь это воплощенный в металле баланс. Между неудержимой мощностью и полной покорностью водителю. Между премиальной элегантностью и спортивной дерзостью. Между комфортом высочайшего класса и возможностью дать выход авантюрному духу.

В новой Mazda6 есть все... Кроме компромиссов.

Разгон до 100км/ч

7,0 с

Расход топлива **7,7 л/100 км**

Записаться на тест-драйв



Скачать брошюру



Комплектации и цены



Рассчитать кредит



Рассчитать страховку



ДИЗАЙН



ДИНАМИКА



ЭКОЛОГИЧНОСТЬ

# CLA купе

Купе высокой моды.



Мотивы: мотив высоких функциональных качеств, мотив надежности и гарантий, мотив значимости, самореализации, личного престижа

Сюжет: реклама, созданная компанией Mercedes-Benz является краткой и лаконичной, одной фразой она подчеркивает то, что данный автомобиль идеально подойдет людям, которые следят за своим стилем и привыкли выглядеть безупречно в любой ситуации. (в этой рекламе были использованы кадр+текст)

Риторический фразы и тропы:

Умолчание(купе высокой моды)

Эпитет(высокой)

Оксюморон(купе высокой моды).

# Реклама новой экологичной модели от компании ZAP

## Мотивы:

Сюжет: “Природы благодарит тебя” - таков слоган нового высокоэкологичного автомобиля от компании ZAP. написав этот слоган производитель указал свой акцент на том, что данный автомобиль наносит меньший урон окружающей среде, чем нежели другие автомобили популярных марок. (используется кадр+ текст

Тропы и риторические фигуры: Олицетворение (природа является неодушевленным существительным)

Умолчание(Фраза “Природа благодарит тебя”, как бы утаивает полный смысл рекламы и даёт волю человеку самому подумать над этой рекламой)



**Благодарю за внимание!**