

*Предмет : Введение в коммуникационные  
специальности*

*Специальность “Реклама”*

*Группа СО-39*

*Ученица: Костева София Денисовна*

# Печатная реклама.

## Выявление типичных мотивов, сюжетов и приемов

Рассмотрим на примерах рекламы автомобилей распространённые мотивы в рекламе.

К рациональным мотивам можно отнести следующие:

- Мотив прибыльности. Иногда его называют экономическим мотивом. Он основывается на справедливом желании многих разбогатеть, целесообразно расходовать имеющиеся средства, получить при этом определенную экономию и т. д.

- Мотив надежности и гарантий. Сокращение риска является определяющим фактором в таких отраслях экономики, как банковское и страховое дело.



**Toyota Land Cruiser 200**  
Выгода при покупке автомобиля 2012 года  
до 130 000 рублей\*

**TOYOTA**



**V8**  
Новый двигатель V8

Электропривод задних дверей\*\*

Многофункциональный руль с подогревом

Система помощи при движении по бездорожью Multi-terrain Select

**Toyota**  
Управляй Мечтой

Toyota Центр Красноярск  
г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, 46а  
Тел.: (391) 267-45-25  
www.toyota-krasnoyarsk.ru

Одобритель - ООО «Тойота Мотор», служба клиентской поддержки Toyota: 8-800-200-57-75.

\* Подробности специального предложения уточняйте в Toyota Центр Красноярск, по телефону (391) 267-45-25 или на сайте [www.toyota-krasnoyarsk.ru](http://www.toyota-krasnoyarsk.ru). Акция действует до 31.03.2013 на автомобили Toyota Land Cruiser 200 2012 года выпуска в наличии на складе ООО ПКФ «Крепость». Предложение ограничено.  
\*\* В комплектации «Лексус». Реклама.



**LEXUS**

**TOYOTA**

**20 лет** стабильности, надежности и успеха!



**ГРУППА КОМПАНИЙ «БИЗНЕС КАР»**  
Крупнейшая в России сеть официальных Дилерских Центров по продаже и сервисному обслуживанию автомобилей марок Toyota и Lexus, продаже запасных частей, аксессуаров и лакокрасочных материалов

**Дилерские Центры Toyota в Москве:**  
Toyota Центр Битца  
Toyota Центр Каширский  
Toyota Центр Лосиный Остров  
Toyota Центр Рублевский  
Toyota Центр Серебряный Бор

**Дилерские центры Lexus в Москве:**  
Lexus - Каширский  
Lexus - Лосиный Остров  
Lexus - Рублевский

**Дилерские Центры Toyota в регионах:**  
Toyota Центр Воронеж  
Toyota Центр Кемерово  
Toyota Центр Курск  
Toyota Центр Астрахань  
Toyota Центр Рублево

**Дополнительные услуги:**  
trade-in  
продажа автомобилей с пробегом  
страхование  
кредитование  
аренда автомобилей

**www.business-car.ru**    **www.toyotaBC.ru**    **www.lexusBC.ru**

**BUSINESS CAR**  
НАМ 20 ЛЕТ!

\* на право рекламы

## Эмоциональные мотивы:

• Мотив значимости и самореализации основывается на естественном желании человека находить признание в своем окружении, повысить свой социальный статус, добиться определенного имиджа и т. п.

• Мотив свободы определяется стремлением человека к независимости от определенных обстоятельств, защиты своей самостоятельности в различных сферах жизни.



## Нравственные и социальные мотивы:

- Эти мотивы апеллируют к чувству справедливости и порядочности - решение острых социальных проблем - таких, как защита окружающей среды, охрана правопорядка и т.п.:



## Тропы используемые в рекламе:

Троп - это оборот речи, в котором слово или выражение употреблены в переносном значении. В основе тропа лежит сопоставление двух понятий, которые представляются нам близкими в каком-либо отношении

К тропам относят: метафору, метонимию, аллюзию, гиперболу, литоту, сравнение, эпитет, антитезу, олицетворение и др.

Зачастую тропы применяют в рекламных заголовках и слоганах.



- Эпитет - образное определение, поясняющее, характеризующее какое-либо свойство или качество предмета, явления, человека, влияющее на его выразительность.



• Сравнение - сопоставление двух явлений, с тем, чтобы пояснить одно из них через другое, хорошо известное получателю рекламы

## Стилистические фигуры

Стилистические фигуры используются в рекламе для выделения основной мысли, рекламного мотива, рекламируемого объекта.

- *Восклицательные предложения используются довольно часто, что делает намек на исключительность, неординарность товара и срочность совершения покупки. тропа рекламный текст слоган*



- *Параллелизм - композиционный прием, подчеркивающий структурную связь двух или трех элементов стиля в тексте, связь заключается в том, что они располагаются параллельно в двух или трех смежных фразах, благодаря чему выявляется их общность*

