



# Телереклама. Реклама пивной продукции

ВЫПОЛНИЛА СТУДЕНТКА СО-39, 1 КУРС

ГРИНЕВА АНАСТАСИЯ

В данном ролике мы видим такие тропы, как сравнение (вкус похож на путешествие во вселенной), эпитеты (цитрусовая мягкость, пшеничная невесомость)

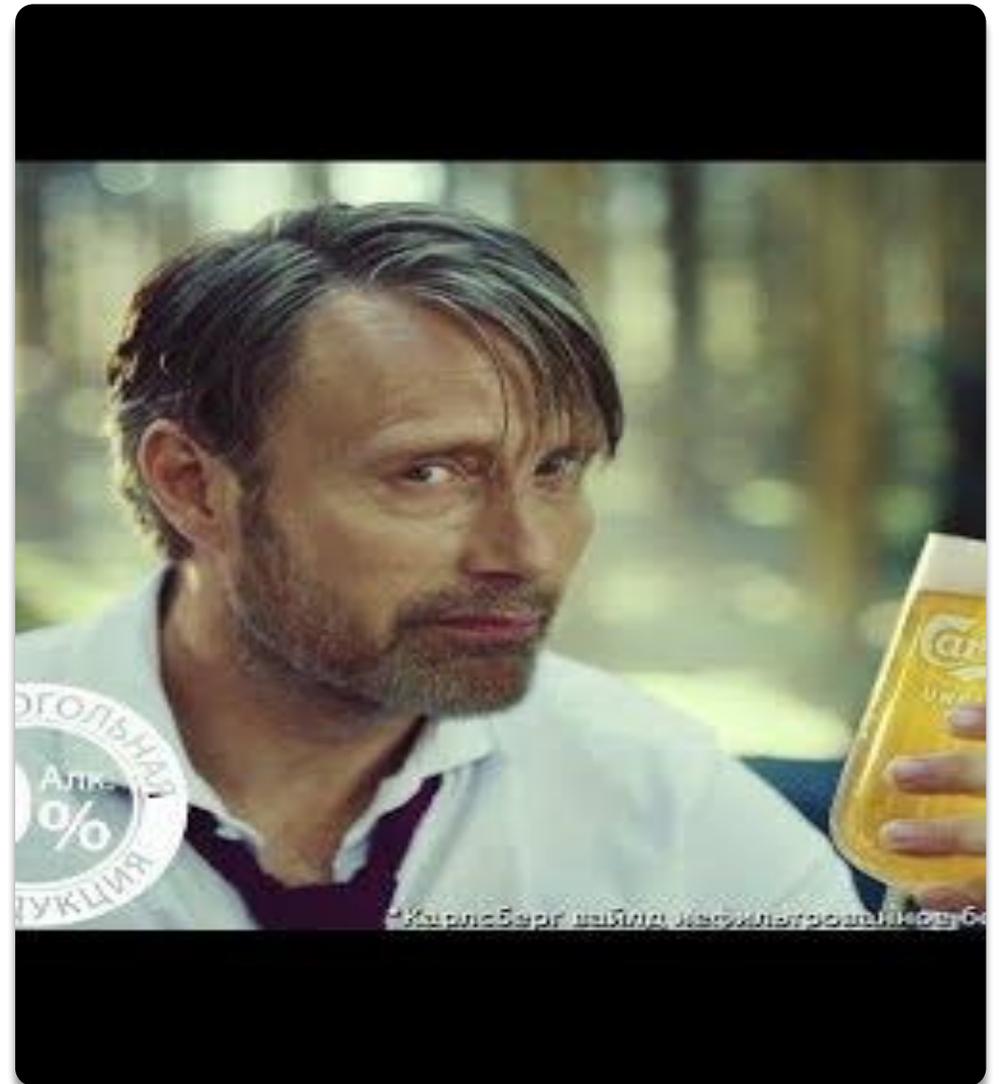
Мотивы: мотив свободы (путешествия, легкость)

Сюжеты: жизнь с рекламируемым продуктом (ваша жизнь будет как приятное путешествие), сюжет-преувеличение (жизнь явно не будет такой как описывается, и вкус так не раскрывается)

Приёмы: сравнение, использование слогана (вкус как путешествие)



Тропы: гипербола (для датчан нет ничего более совершенного, чем природа)  
Мотивы: мотив гарантии (вкус пива совершенен, как природа)  
Сюжеты и приёмы: привлечение известной личности (актёр Мадс Миккельсен), демонстрация ключевых особенностей товара (вкус, безалкогольность, советует известный человек)



Тропы: эвфемизм (мужской десерт = пиво)

Мотивы: приятные эмоции, описание чего-то хорошего

Сюжеты: опрос группы мужчин, демонстрация ключевых особенностей товара (вкус, цвет, тара)

Приёмы: концентрация на некоторых частях и особенностях (главное в пиве - вкус, следовательно соблазнительное описание вкуса, чтобы потребитель захотел)

