

ПОДБОРКА
ТЕЛЕРЕКЛАМЫ И ЕЁ
ТИПИЧНЫЕ МОТИВЫ,
ПРИЁМЫ И СЮЖЕТЫ.

Выполнено студенткой заочного отделения
Ахмадуллиной Альбиной, группа СО-39.

ПОДБОРКА ТЕЛЕРЕКЛАМЫ

В качестве примера я выбрала рекламные ролики оператора сотовой связи «TELE2» и «МЕГАФОН». На основе данной подборки были выявлены типичные мотивы, сюжеты и приёмы — тропы и риторические фигуры.

ПОДБОРКА ТЕЛЕРЕКЛАМЫ



tele2.ru

Источник: <https://vk.cc/afHVz8>

В этом ролике мы видим спасателей на яхте, которые, очевидно, олицетворяют собой сотрудников Tele2. Это – чистой воды метафора.

«Если вот-вот потерпит бедствие наш абонент, значит, пришло время активировать "SOS-пакет"! ...» - ещё одна метафора. Здесь подразумевается, что абонент не окажется в затруднительной ситуации, если на его балансе вдруг не окажется средств.

Исходя из этого, можно выделить несколько мотивов: рациональный, а именно надежность, гарантия, и эмоциональный, то есть свободу и независимость от обстоятельств. Таким образом нам дают понять, что оператор заботится о своих абонентах и, в случае необходимости, предоставляет некий спасательный круг.

ПОДБОРКА ТЕЛЕРЕКЛАМЫ



С первых секунд рекламный ролик «Мегафона» цепляет внимание зрителя красивой девушкой, поющей об очевидной выгоде при выборе их тарифа: кэшбек для абонентов Мегафона при подключении тарифа «Включайся».

Самый очевидный мотив – получение выгоды – подкрепляется эмоциональной составляющей в виде девушки и праздничной обстановки, которая должна вызвать у зрителя приятные, радостные ассоциации.

Источник: <https://vk.cc/agblv4>