

Реклама, основанная на метафоре: примеры, стилистическая специфика, картина мира

Научный руководитель – Александрова Ирина Борисовна

Вольнова Алиса Денисовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: volnovaalice@gmail.com

Цель научной работы: изучить механизм создания метафорической рекламы, представить картину мира, проецируемую рекламой, которая основана на метафорических образах, показать, как она влияет на культурный код нашего общества.

Задачи исследования:

1. Изучить основные виды рекламных слоганов, основанных на метафорическом переносе.
2. Провести опрос и установить способы воздействия на аудиторию рекламных сообщений, в основе которых лежит метафора, и рекламных сообщений другого типа.

Гипотеза исследования: рекламные слоганы, при создании которых использовалась метафора, могут эффективно воздействовать на потребителя, закрепляя в его сознании яркие образы, именно поэтому реклама, основанная на метафорическом переносе, наиболее успешна, особенно в случае её соседства с видео или графическим образом. Такая реклама ярко воспроизводит картину мира, характерную для современного общества, отражает и формирует систему ценностей, свойственную коллективному потребителю.

Вывод

Метафора в рекламе, как искусство создания связей между продуктами и личным опытом потенциальных клиентов, является мощным инструментом, позволяющим брендам не только передавать информацию, но и вызывать эмоциональные отклики у потребителей. Эффективная метафора устанавливает глубинные отношения между брендом и аудиторией, формируя положительное впечатление о товаре. Так, рекламный слоган "намажь на хлеб счастье", основанный на метафорическом переносе, оказался, согласно данным опроса потребителей, очень эффективным.

С развитием технологий и изменений в культурном контексте реклама прошла значительную эволюцию. Современный рынок требует от брендов учитывать не только эмоциональный аспект, но и тенденции цифровизации и многоканальности. Успешные рекламные кампании должны быть согласованы с ожиданиями целевой аудитории.

В условиях глобализации и разнообразия медиаформатов важно сохранять уникальность и оригинальность рекламных текстов, избегая клише и повторяющихся образов. Таким образом, метафора в рекламе продолжает оставаться актуальной и жизнеспособной стратегией, способной трансформировать восприятие брендов, создавая новые миры ассоциаций и смыслов.

Источники и литература

Метафора в рекламных текстах | Статья в журнале «Молодой ученый» <https://moluch.ru/archive/146/40984/>

Как оседлать метафору в брендинге? — Ирина Рябова на vc.ru <https://vc.ru/u/179765-irina-ryabova/354121-kak-osedlat-metaforu-v-breninge>

Метафоры в маркетинге: как скрытые образы и символы формируют восприятие бренда - аген

<https://gusarov-group.by/metafory-v-marketinge-kak-skrytye-obrazy-i-simvoly-formiruyut-voispriyatie-brenda/>

Особенности употребления метафор в рекламных текстах <https://multiurok.ru/files/osobennosti-upotreblienii-mietafor-v-rieklamnyk.html>

Метафора. Зачем она нужна в брендинге? <https://www.dotorg.ru/blog/metaphor-branding>

Реклама в СССР — Рувики: Интернет-энциклопедия https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0_%D0%B2_%D0%A1%D0%A1%D0%A1%D0%A0

История российской рекламы периода НЭП — гражданская война в России <https://reklama.school/ner/2-1>

Глава 5. Реклама <https://hsedesign.ru/books/project/3e14477b95dc4c20970e903bde2fec2>

Современное состояние рекламы в России и в мире https://spravochnick.ru/reklama_i_pr/sovremennoe_sostoyanie_reklamy_v_rossii_i_v_mire/?ysclid=m4fuu27m386336049

Как будет развиваться рынок рекламы в 2024 году | РБК Тренды <https://trends.rbc.ru/trends/social/658ec7919a79479589136efd>

Что ожидать от российского рекламного рынка в 2024 году — новая статья из рубрики «AdTe» <https://beelinow.ru/articles/chto-ozhidat-ot-rossiyskogo-reklamnogo-rynka-v-2024-godu/?ysclid=m7dq6qqo5p162630187>

Иллюстрации



Рис. : Титульная страница моей презентации