



# Печатная реклама- типичные мотивы, приёмы и сюжеты

В качестве примера я буду использовать социальную рекламную кампанию модельных агент Star Models и Revolution под названием You are not a Sketch(Ты не эскиз).



“Скажите нет анорексии”-это призыв к огромному количеству женщин перестать истощать свои дела до болезненной худобы. Проблема актуальна на сегодняшний день, т.к. Со сменой эпохи приходят новые идеалы и люди все больше к ним стремятся. Мотивом этой рекламной, и в большей степени социальной кампании является следующее-призвать женщин всего мира забыть о навязанных стандартах красоты и позаботиться о своём здоровье и принять себя такими, какие есть.



Изображения демонстрируют, как ужасно выглядят девушки, которые стремятся стать похожими на манекенщиц из дизайнерских эскизов. Кампания предупреждает о том, что именно стремление к стандартам красоты этого периода провоцирует риск различных заболеваний, от соматических до психических. Этот социальный продукт заботится о женщинах, и цель его отличается от большинства коммерческих рекламных кампаний, цель которых, получение материальных средств. Именно поэтому он заслуживает огласки.



В этой рекламе присутствует очень сильный визуальный компонент, девушки видят картины, они действуют на них, действует на их сознание и кампания добивается нужного эффекта, часть женщин отказывается от навязчивой идеи анорексии, которая, очень сильно романтизируется в наше время.

В этой рекламе безусловно играют роль такой риторический прием как сравнение. Женщины сравнивают свое нынешнее состояние с тем, к которому они могут прийти, и это их не радует.

Слоган кампании “Скажите нет анорексии”-здесь явно фигурирует олицетворение. Анорексию представляют как некоего страшного врага, с которым нужно бороться.

Полагаю, в этом и есть смысл социальных рекламных кампаний, они делают мир лучше.

