

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/274437>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Журналистика

-

Влияние телеканала НТВ на массовое сознание.

1. Метод использования рекламы

Программа: Прогноз погоды на НТВ от 27.08.2015 года. Таймкод

фрагмента: 00:10, 02:03. После основной заставки прогноза погода

интегрирована реклама: «Фастум гель — жизнь без боли — наша цель».

Рекламная интеграция повторяется после окончания прогноза погода ещё раз, произносится тот же слоган, что и двумя минутами ранее. Это создаёт цикличность и позволяет мозгу телезрителя быстрее запомнить название препарата и его основную рекламную цель.

2. Метод показа негативных сцен.

Программа: «Сегодня»: 1 июня 2022 года. Таймкод фрагмента: 01:55

В одном из сюжетов пожилая женщина пытается вызвать жалость. Она произносит слова: «Между разрывами не проходит и 5 секунд. По людям одновременно бьют сразу несколько украинских миномётов, прямо на жилой сектор, там, где сейчас собираются гражданские». В сюжете показаны дети, испуганные люди, одетые в поношенную грязную одежду. Оператор снимает разбитые дома и снаряды во дворах. Сюжет необходим для создания негативного отношения русскоговорящего населения к войне.

3. Приём «Дробления и срочности».

Программа: «Сегодня»: 22 февраля 2022 года. Таймкод фрагмента: 00:28

Закадровый голос произносит: «А что скал коллективный запад?

Первая реакция на решение России со стороны Европы и США». Зрителю совершенно непонятно, к какому сюжету относится данная речь. Слова ведущего прерываются рекламной заставкой.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/274437>