

Huumor

Teine ülesanne seisneb selles, et te vaatate

<https://www.youtube.com/watch?v=DlgWbQ4VOP8&feature=youtu.be>

Analüüsige seda reklaami kasutades sobivusel mõisteid:

inkongruentsus (võimalik ja võimatu), ühels stsenaariumilt teisele ümber lülitumine, puänt, pööre tegevuses, sidusus kaubaga, kommunikatiivsed eesmärgid,...

(kõik ja teisedki vajalikud terminid ning asjakohased sõnastused leiad lühiklippidest ja slaididelt ja tekstist).

Reklaamis esineb võimalikku inkongruentsust. Toimuvad sündmused võivad ka päriselus aset leida, kuid reaalsel põhjust, miks mängukonsool pidevalt välja lülitub, ei ole koheselt reklaami alguse järgi võimalik tuletada. Reklaam lõpeb ootamatult humoorika puändiga.

Kuigi algselt pole võimalik reklaami reklaamitava kaubaga siduda, on reklaami lõpus olev toote lühitutvustus piisav selle ühe funktsiooni kirjeldamiseks ning huvi tekitamiseks. Tarbijal tekib huvi ja reklaam on meelde jääv ning tarbija hangib ise lisainformatsiooni näiteks ettevõtte kodulehelt/sotsiaalmeedia platformilt.

Kommunikatiivsetest eesmärkidest võiksid siinpuhul olla kindlasti täidetud tähelepanu saavutamine ja meeldivus. Reklaam püüab tähelepanu, sest seda jäädakse jälgima, kuna soovetakse mõista selle lõppu. Samas ei tohiks kasutatud huumor kellegi tundeid riivata, ei ole kuidagi solvav. See omakorda tekitab meeldivust. Lisaks aitab reklaam võib-olla kaasa ka toote mõistmisele, kuna tutvustatakse selle ühte funktsiooni ning kuidas seda on võimalik juhtida.