Příklady reklam na promyšlení (k tématu psychologie a psychosémiotika reklamy):

A) Tištěné reklamy a billboardy:

1 ) **Citroen – „Lack of light and space“**

Otázky: a) Co je „zvýzamňovaná věc“ (produkt),

b) co jsou zdroje významu,

c) co je forma zvýznamňování



2) **ENO – „Pomůže vám zbavit se větrů“**

Opět: a) co se zvýznamňuje, b) jakou formou, c) z jakých zdrojů významu



3) reklama na SKARTOVAČKU – „Shred-it“ (skartuj to)

a) co se zvýznamňuje, b) forma, c) zdroje



4) **Eurotel – „Více pokrytí na více místech“**

a) produkt – b) forma zvýznamnění – c) zdroj významu



B) Odkazy na reklamní spoty:

5) reklama využívající jeden z mechanismů vtipu:

<https://www.youtube.com/watch?v=39KMDLZqPog>

6) podobný mechanismus vtipu v reklamě:

<https://www.youtube.com/watch?v=yR0lWICH3rY>

7) reklama vyžívající metaforickou (analogickou) formu zvýznamňování:

<https://www.youtube.com/watch?v=MNSdUEkZsf0&t=36s>

8) reklama vytěžující povědomí o vzdálené kultuře

<https://www.youtube.com/watch?v=CKthceSGlyM>

9) <https://www.youtube.com/watch?v=rJeD_X8wU5M> (nekorektní reklama vytěžující genderové stereotypy)

10) ještě jedna podobně nekorektní: <https://www.youtube.com/watch?v=iI7jWWaEZSQ>

11) přímočaré vytěžování archetypické a mytické struktury: <https://www.youtube.com/watch?v=hUg3OPkDZ9I>