

**УДК 811.161.1**

**ББК 81.006**

**К592**

**Е. А. Козлова**

**Киров, Россия**

**М. В. Малыгина**

**Киров, Россия**

### **ТЕКСТОВЫЕ ЖАНРЫ РЕКЛАМЫ И КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ**

В статье исследуются критерии эффективности рекламы на примерах текстов из газеты «Презентация» г. Кирова. Проводится эксперимент опроса мнений, в результате которого делаются выводы о низкой эффективности жанра «житейская история» и о важности соблюдения логической последовательности в рекламном тексте.

**Ключевые слова:** речевое воздействие; виды и жанры рекламы; критерии эффективности рекламы.

**E. A. Kozlova**

**Kirov, Russia**

**M. V. Malygina**

**Kirov, Russia**

### **TEXT GENRES OF ADVERTISING AND CRITERIA OF SUCCESS**

The article deals with the criteria for the effectiveness of advertising by the examples of the texts in the newspaper «Презентация» in Kirov. It gives an experiment to interview opinions, the results of it show low efficiency of the genre "life story" and the necessity to follow logical order in advertising.

**Keywords:** speech influence; types and genres of advertising; criteria for the effectiveness of advertising

Рекламный текст давно является предметом исследования лингвистов, психологов, дизайнеров, маркетологов. Существуют несколько форм и жанров рекламы в печатных СМИ: *модульная реклама (жанр – рекламный коллаж), рубричная (жанры – объявления и фотообъявления), текстовая (рекламные жанры: житейская история, опыт пользования, консультация специалиста и жанры журналистики, используемые для рекламных целей: заметка, отчет, репортаж, письмо, вопрос-ответ, интервью, корреспонденция, обзор, рецензия, зарисовка, очерк)* [Щепилова, 2010].

Наибольший интерес, по нашему мнению, представляет текстовая реклама, так как если потенциальный покупатель просматривает то или иное печатное издание с целью получения информации о последних новостях и предложениях, то модульная или рубричная реклама быстро оценивается и пропускается. Текст в таком случае может восприниматься как источник дополнительной информации, который не только призывает воспользоваться товаром или услугой, но и служит источником дополнительных знаний о видах товара, тонкостях применения и т. д. Следовательно, получатель сообщения может заинтересоваться статьёй даже тогда, когда сам продукт его не интересует, а ведущим мотивом является желание быть в курсе событий.

В данной статье пойдёт речь о критериях эффективности рекламы. Так, в монографии Ю. К. Пироговой [Пирогова, 2000] на основе обобщения выделены следующие маркеры успеха рекламного текста: *притягательная сила сообщения* (оригинальность, чёткое обозначение возможностей фирмы), *распознаваемость* (обеспечение быстрого восприятия и соотнесения с фирмой), *запоминаемость* (информационные повторы внутри текста, необычность рекламных образов или фраз) и *агитационная сила* (правдоподобность, значимость для субъекта целевой аудитории и т. д.).

Также актуальна точка зрения на оформление рекламного сообщения с позиции дизайнерского подхода в работе [Вильямс, 2008]:

1. Свободное пространство/«воздух» вокруг статьи.

2. Остроумная и оригинальная формулировка (автор подчёркивает, что этот критерий может быть важнее дизайна).

3. Ясность.

4. Краткость.

5. Привлекательные цветовые сочетания.

Для проверки известных критериев успешности текстовых реклам в зависимости от их содержания и оформления и выявления новых критериев нами был проведён эксперимент. Мы выбирали рекламные предложения, где главным компонентом являлся текст, и выявляли: привлекателен он для респондента или нет и по каким причинам.

25 респондентов в возрасте от 18 до 75 лет оценивали 9 рекламных статей, опубликованных в газете «Презентация» города Кирова. Опрашиваемым нужно было отследить: какие эмоции вызывает материал в течение первых секунд просмотра, хочется ли читать текст, вызывает представленная информация желание обратиться в компанию и аргументировать свою позицию, заполнив предложенную таблицу.

*Таблица 1*

№ рекламной статьи	Нравится (обосновать) (+)	Не нравится (обосновать) (-)	Не знаю, что сказать (+/-)
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			

После анализа полученных данных было выявлено, что самым привлекательным для испытуемых оказался образец рекламного предложения под № 7 (*Тур выходного дня «Южное кольцо Вятки»*) см. приложение 1. Все респонденты единогласно отдали ему свое предпочтение, аргументировав это тем, что коллаж оформлен ярко, красочно, оригинально, не перегружен информацией,

все четко и ясно. Следует отметить, что под словом «красочность» имелось не только цветное оформление, но и (как выразились респонденты) подача информации. Понравились аргументы к подтезису: *«Каждый город хорош по своему»*, оформленные в виде параллельных конструкций синтаксиса. Также привлечение внимания обусловила схема маршрута, выполненная очень просто (цепочкой со стрелками от одного пункта к другому), точная стоимость тура и перечисление, что входит в эту стоимость.

На втором месте оказалась рекламная статья № 4 (*Тур выходного дня «В гости к динозаврам» – поездка для всей семьи*). За нее «проголосовало» 23 из 25 опрошенных, приятное оформление, четкость и лаконичность. Кроме того, испытуемыми было указано, что реклама охватывает широкую целевую аудиторию и оптимально подходит для всей семьи. Также следует отметить фразы, вызывающие в воображении яркие образы: *«Осенью динозавры выглядят особенно впечатляюще. Восторгу не будет предела!»*. Следует отметить, что эти две рекламы туров выходного дня создавал, скорее всего, один автор, так как предлагает эти поездки одно и то же туристическое агентство.

Интересно, что еще одно представленное на рассмотрение рекламное предложение № 3 (*Бархатный отпуск*), получило, напротив, большое количество негативных отзывов, хотя начинается статья с предисловия, в котором заманчиво описываются преимущества осеннего отдыха в Турции (низкие цены и отсутствие сильной жары). По мнению опрошенных, отторжение вызывает абзац после вступления, который начинается так: *«Школа – главная виновница того, что с началом сентября поток российских туристов, стремящихся понасть в Мармарис...»*. Данное продолжение вступления расценивалось как крайне нелогичное, отбивающее желание читать дальше.

Неплохими признаны рекламные контексты № 6 (*Школа архитектуры и дизайна*) и № 9 (*Санаторий «Авитек»*) за четкость и ясность изложения, информативность. Но в качестве недостатков были отмечены неудачное цветовое сочетание, охват узкой целевой аудитории, а также отсутствие информации о стоимости услуг. Неодобрение у некоторых испытуемых вызвало решение ре-

кламодалателя выделить прописными буквами одну из услуг санатория «Авитек»: «ПРОВОДИТСЯ ОЗДОРОВЛЕНИЕ БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН И ПОДГОТОВКА К РОДАМ», так как это выделение наводило на мысли о слабой стороне других оздоравливающих процедур.

Остальные рекламные тексты были признаны в большей или меньшей степени малоэффективными, так как оказались для большинства непонятными, несвязными и неинтересными (№ 1, № 2, № 5, № 8). Отмечались недостатки дизайна (Качественная крыша – выгодно), нелогичные заголовки (*Сайдинг: в России как дома / Лечим, меняем, помогаем*), отсутствие логической связи между заголовком и содержанием (*Самый лучший день*), а также раздражающий слоган: «*Менялкин – настоящий помогалкин*».

Самым неудачным оказался пример № 1 (*Качественная крыша – выгодно*), который, по мнению почти всех участников эксперимента, был признан стандартным, малоинформативным, непривлекательным и даже подозрительным и агрессивным. Отвечая на дополнительные вопросы, респонденты пояснили, что подозрительность вызывает жанр житейской истории в целом, так как сама «житейская история» оценивается как сфабрикованная, неправдивая. А неправдивость, желание обмануть, воспринимается, в свою очередь, как агрессия [Смык, 2014].

Таким образом, подводя итог проведенному исследованию, можно сделать вывод, что все признанные критерии эффективности рекламы являются на сегодняшний день актуальными и определяют успех рекламного обращения. Существует мнение, что если присутствуют хотя бы некоторые из перечисленных критериев успеха, реклама уже сможет привлечь внимание потенциальных покупателей на рекламируемый объект и побудить их сделать заказ [Пирогова, 2000]. По-нашему мнению, несмотря на краткость рекламной статьи, потенциальными покупателями продукта или услуги привлекает логичность изложения, поэтому этот аспект заслуживает дальнейшего рассмотрения. Наше исследование показало, что 4 рекламных контекста не были по достоинству оценены

именно из-за нелогичности. Кроме того, можно считать малоэффективным популярный в своё время жанр житейской истории.

## Библиографический список

1. *Вильямс Р.* Дизайн для НЕдизайнеров / Р. Вильямс. СПб: Символ-Плюс. 2008. 192 с.
2. *Пирогова Ю. К.* Рекламный текст: семиотика и лингвистика / ред. Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршина. М.: Изд. Дом Гребенникова, 2000. 270 с.
3. *Смык Ю. В.* Социально-психологические аспекты использования агрессии в рекламе // [Электронный ресурс] e-koncept.ru/2014/14223.htm. (дата обращения: 03. 11. 2015).
4. *Щепилова Г. Г.* Реклама в СМИ: принципы классификации // [Электронный ресурс]. – 2010 URL: <http://www.mediascope.ru/node/625> (дата обращения: 15. 10. 2015).

## Приложение 1

**1** **КАЧЕСТВЕННАЯ КРЫША – ВЫГОДНО!**

**Любовь Николаевна, пенсионерка:**  
В октябре 2014 года я заказала установку крыши в компании «Идеал Строй». Все сделали быстро, качественно. Приехал мастер, все посмотрел, посоветовал, как сделать лучше, и мои пожелания учел. Также мне дали рассрочку платежа, хотя мне уже 75 лет! Теперь я точно знаю, к кому буду обращаться за установкой забора и обшивкой дома сайдингом!



**Сергей Злобин, директор компании «Идеал Строй»:**  
Я несу персональную ответственность за все монтажные и строительные работы, выполняемые нашими специалистами. Если у вас возникнут какие-либо вопросы или пожелания, отвечу на них лично по тел: 205-430.

**ВЕСЬ СЕНТЯБРЬ СКИДКА 10% НА МОНТАЖ КРОВЛИ**  
Установка заборов и монтаж фасадов. Рассрочка до 6 месяцев  
Гарантия 1 год. Бесплатный замер и составление сметы

Адрес: Хлебозаводской проезд, 9, офис 21,  
сайт Идеал43.рф. Телефон 205-485. «Идеал Строй»



**2** **САМЫЙ ЛУЧШИЙ ДЕНЬ**

А Вы знаете, какой сегодня день? Сегодня – самый лучший день для заказа постройки бани!

Для того, чтобы весной париться в теплой, удобной, надежной бане, стоит заказать ее постройку уже сейчас. Со времени постройки до весны баня успеет устояться, и весной порадует Вас поистине целебной атмосферой.

Любовь русских людей к бане – безмерна. Изготавливаемые из дерева, эти удивительные постройки издавна поражали заморских гостей особой традиционностью и способностью избавлять от множества болезней. Более того, благодаря особой банной атмосфере, мы избавляемся не только от холода внеш-



него, телесного, но и от внутреннего, душевного. Качественная древесина бани уже сама по себе – целебный материал, просто соприкоснувшись с которым уже начинаешь чувствовать, как накопившаяся усталость покидает тело, а на смену ей приходит даруемая самой природой сила и свежесть восприятия. Гармония бани сможет заменить вам мно-

жество лекарств, взамен подарив радость соприкосновения с красивыми и полезными многовековыми традициями предков.

До 10 октября Вы сможете воспользоваться выгодной для Вас возможностью заказать постройку бани «под ключ» всего за 180 000 рублей. Если же Вы достигли пенсионного возраста, то Вам будут полагаться значительные скидки и установка печи в подарок.

**Компания «ОДП Сервис»**  
Тел. 44-05-44, 8-922-922-22-77

- Возможна покупка в кредит\*\*
- Пенсионерам скидка

\*\*КБ «Ренессанс кредит» (ООО)  
ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

3

## БАРХАТНЫЙ ОТПУСК

Осенний пляжный отдых в Турции не омрачает жара, цены «высокого сезона», конкуренция за шезлонги на пляже и соперничество за лучший столик в ресторане.

Школа — главная виновница того, что с началом сентября поток российских туристов, стремящихся попасть в Мармарис и Аланию, в Бодрум и Анталию значительно ослабевает. Погода же и цены, которые в это время устанавливаются на упомянутых и прочих морских курортах Турции, напротив, располагают к незамедлительной покупке тура.

Кемер, Аланья, Сиде — вот великолепная тройка турецкого берега! По крайней мере, об этом свидетельствуют сразу несколько туристических рейтингов. Каких-то 50 лет назад на курорте «русско-немецкой дружбы», как еще называют Кемер, меж гор и лазурного моря ютился рыбацкий посёлок. Сегодня на его месте невысокие аккуратные дома, большие и маленькие отели, пышные цветники, бульвары с мощеными аллеями и вереница магазинчиков, ресторанов и уличных кафе. Большинство



отелей курорта расположены на первой линии и, соответственно, имеют собственные пляжи. Кстати, они в Кемере — галечные, что позволяет морской воде быть столь прозрачной. Температура воздуха и воды в сентябре здесь тоже радует: 34°C и 24°C соответственно.

Продолжение следует...

Не откладывайте визит в турагентство — бархатный сезон скоротечен, а такого выбора предложений завтра уже не будет!



Воровского, 77а, ТЦ «Тайм»  
8(8332) 414-830. kirov@1001tur.ru



ул. Ленина, д. 92, т. 41-44-50,  
vk.com/dionis\_tour\_kirov



ул. Труда, 39, оф. 5 т. 212-065,  
35-36-31 сайт: вездеход43.рф

4

## Тур выходного дня «В ГОСТИ К ДИНОЗАВРАМ» - ПОЕЗДКА ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ!



**Порадовать себя в выходные дни очень легко!  
Лучше всего отправиться в небольшое путешествие всей семьей!**

Поездка в Котельнич сможет вас удивить! Динопарк ждет гостей круглый год. Осенью динозавры выглядят особенно впечатляюще, восторгу не будет предела. Кроме посещения динопарка вас ждут палеонтологический музей, обзорная экскурсия по городу, музей истории и крестьянства, мастер-класс по изготовлению ку-

клы-оберега и травяной чай из самовара по старинному рецепту.

Это поездка, о которой будете ещё долго вспоминать, делаясь положительными эмоциями с близкими и друзьями.

**Даты выезда:**

**26 сентября и 17 октября**

В стоимость тура «В гости к динозаврам» - 1350 руб. на чел. - включено туристско-экскурсионное обслуживание, входные билеты по программе, мастер-класс, обед, транспортное обслуживание, интерактив в пути.

ТО «Вездеход». Тел.: (8332) 212-065,  
35-36-31, 8-922-995-37-20

## ЛЕЧИМ, МЕНЯЕМ, ПОМОГАЕМ

Программы тормозят, игрушки не играют? Вирусы!!!? Мощность оборудования слаба? Отсутствуют признаки работы ноутбука? ДЕЛАЕМ ВСЁ, на дорогом оборудовании, золотыми руками с большим опытом, используя качественные комплектующие и части. Хотите решить проблему **СРАЗУ, БЫСТРО - ПРИНИМАЕМ** старые компьютеры, ноутбуки. Новый ассортимент комплектующих со скидкой всегда под рукой для любых манипуляций.

**МЕНЯЛКИН - НАСТОЯЩИЙ ПОМОГАЛКИН**

т. 67-01-41,

ремонт: 373-673, К. Маркса, 140, помогалкин.рф.

P.S. Диагностика оборудования бесплатно с бесконтактной чисткой



5

т.67-01-41

**СТО  
КОМП**  
ЖДЕМ  
НА МАРКСА 140



# ШКОЛА АРХИТЕКТУРЫ И ДИЗАЙНА

приглашает на обучение

6

Школа архитектуры и дизайна занимается подготовкой дизайнеров с 1999 года и вновь приглашает получить эту творческую профессию.

На курсах «Дизайн интерьера» слушатели будут изучать законы проектирования, перепланировки и декорирования интерьера, отделочные материалы, научатся проектировать интерьер на ПК. Срок обучения – 10 месяцев.

На курсах «Ландшафтный дизайн» Вы познакомитесь с основами ландшафтной архитектуры, дендрологии и цветоводства, освоите технологию ландшафтного строительства, научитесь проектировать ландшафт на ПК. Срок обучения – 5 месяцев.



Выпускники курсов «Графический дизайн» создают фирменные знаки, оформляют газеты, журналы и телевизионный эфир, занимаются разработкой сайтов. Срок обучения - 5 месяцев.

Программа «Дизайн среды» объединяет программы по дизайну интерьера, ландшафтному дизайну, сметному делу и архитектурному проектированию. Итогом обучения является проект загородного дома, включая разработку конструкции здания, решение интерьера, фасада, ландшафтный дизайн участка и расчет стоимости строительства. Срок обучения – 1,5 года. По окончании выдается диплом.

Адрес: Киров, ул. Герцена, 56  
Тел. 44-23-25, 43-23-25  
[www.kirovdiz.ru](http://www.kirovdiz.ru)  
Прием до 10 сентября.

Тел. 44-23-25

7

## Тур выходного дня «ЮЖНОЕ КОЛЬЦО ВЯТКИ»

Туроператор «Вездеход» предлагает нам обратить свой взор на родные края! В новинке этого сезона - двухдневном туре «Южное кольцо Вятки» - собраны самые сливки великолепной пятёрки городов: **Орлов → Котельнич → Советск → Уржум → Нолинск**

Каждый из них хорош по своему. Орлов знаменит уникальным производством шахмат, Котельнич — динопарком. Советск потрясает своей природой, Уржум является центром паломничества православных верующих. Нолинск — родина единственной в мире матрешки, которую украшают соломкой. Все это бесценно!



Тур состоится уже **03.10.2015г.**

В стоимость тура - 3600 руб./чел. — входит: экскурсии по программе, питание полупансион, проживание, услуги сопровождающего, транспортное обслуживание.

тел.: (8332) 212-065,  
35-36-31, 8-922-995-37-20

8

## САЙДИНГ: В РОССИИ КАК ДОМА!

Термин «сайдинг» пришел к нам из английского языка: фасады зданий впервые стали отделывать этим прочным и практичным материалом именно на севере США и в Канаде. С тех пор многое изменилось – сегодня качественный сайдинг производится не только в Америке, а его ассортимент и цветовая палитра значительно расширились.

Вертикальный сайдинг – новое слово в отделке зданий. Он позволяет создавать неординарный дизайн для фасадов любых строений. Панели этой серии имеют оригинальную геометрию и тиснение, по своим визуальным качествам имитируют структуру натурального дерева. Очень

часто именно этот материал используется для облицовки домов, рассчитанных на несколько семей – квадрохаусов, дуплексов, ланхаусов. Использование вертикального сайдинга в этом случае позволяет визуально выделять элементы и части фасада зданий. Которые даже через 50



лет будет таким же аккуратным и привлекательным, как и сразу после облицовки.

Виниловый сайдинг сегодня является одним из самых функциональным, практичных, долговечных и красивых вариантов отделки как новых строений, так и отреставрированных зданий!

Адрес: г. Киров, ТЦ «Город мастеров»,  
ул. Производственная, 29, т. 70-43-23, 49-22-32, 703-233



**У САНАТОРИЙ «АВИТЕК» ПРИГЛАШАЕТ ПРОЙТИ КУРС  
АМБУЛАТОРНОГО ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ (без проживания):**

- нервной и сердечно-сосудистой системы
- желудочно-кишечного тракта, органов дыхания, почек и мочевых путей
- суставов и позвоночника
- кожи (псориаз, экзема, себорей, нейродермит)
- осложнений сахарного диабета, нарушения обмена веществ (ожирение)
- гинекологических заболеваний и бесплодия

**ПРОВОДИТСЯ ОЗДОРОВЛЕНИЕ  
БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН И  
ПОДГОТОВКА К РОДАМ.**

г. Киров, ул. Северная набережная, д.3  
(за Северной больницей). [www.medavitek.ru](http://www.medavitek.ru)  
т: 24-58-59, 74-00-96, 24-58-69,

