

Секция «Журналистика»

Ай-стопперы в пресс-рекламе региональных изданий (на примере Курской области)

Ревкова Кристина Николаевна

Студент

*Юго-Западный Государственный Университет, Лингвистики и межкультурной коммуникации, Курск, Россия
E-mail: kristina.revkova@bk.ru*

Сегодня, когда каждого потребителя ежедневно окружают сотни рекламных объявлений, актуализируется вопрос об использовании так называемых ай-стопперов. **Ай-стоппер** (от англ. *eye-stopper*, пер. «нечто, что привлекает внимание») – элемент рекламы, который привлекает взгляд человека; это определенный объект, образ или «крючок» в рекламном послании, который моментально захватывает внимание потребителя.

Стоппер как маркетинговый ход широко применяется не только в ВТЛ-рекламе, но и в печатных изданиях. Применительно к пресс-рекламе ай-стоппером мы будем называть центральный элемент макета, от которого взгляд потребителя скользит к остальной важной информации. На страницах газет и журналов стоппер призван привлекать внимание целевой аудитории необычной задумкой, креативным подходом. Таким образом, стоппер может представлять собой практически все что угодно, способное своим видом привлечь внимание потребителя, – цепкие заголовки, оригинальная композиция, необычный метод напечатания текста (например, вверх ногами).

Какие же ай-стопперы встречаются на страницах региональной периодики (в частности, изданий Курской области)? В результате проведенного исследования нами были выделены следующие разновидности.

1. Использование слов «бесплатно», «акция», «скидка» и т.п. Например, «Акция – 25% дополнительная скидка на украшение из золота, 100% в подарок на украшение с бриллиантами» (реклама сети ювелирных магазинов «Яшма золото», «Курские известия», №07 (305), 18 февраля 2014 г.); «Парад звёзд 80-х», предъявителю купона скидка 300 рублей («Друг для друга», №8 (1010) 18 февраля 2014 г.); «Детский развлекательный центр «Лукоморье» – вырежи купон и получи скидку 5%» («Регион 46», №08 (118) 25.02.2014г.); «Звезды цирковых фестивалей» – бесплатный билет» («Курская правда», №9 (25590) 30 января 2014 г.).

2. Расположение рекламного объявления на газетной полосе также можно считать своеобразным ай-стоппером. Общеизвестно, что самое выгодное место для расположения рекламы на правой странице, ближе к сгибу газеты [1]. И курские издания активно используют этот прием. Например, «Первый супермаркет объявлений» («Друг для друга», №8 (1010) 18 февраля 2014 г.); «Сеть профессиональных салонов ортопедии «Ортодоктор» («Курские известия», №07(305), 18 февраля 2014 г.).

(Рис.1.)

Безусловно, не менее выгодным местом для размещения рекламного объявления является и непосредственно первая полоса («Сантехника» и «Точка займа» («Житье-бытье», №8 25 февраля 2014 г.); аптечная сеть «Целитель» и сеть стоматологических клиник «Сазур» («Курские известия», №07(305), 18 февраля 2014 г.).

(Рис.2.)

3. **Масштаб объявления.** Здесь действует принцип «чем больше, тем заметнее». Например, реклама банка «Авангард-АГРО» занимает половину газетной полосы и уже одним своим размером невольно привлекает внимание («Житье-бытье», №8 25 февраля 2014г.)

4. **Шрифт.** В рекламном объявлении в качестве ай-стоппера могут служить заголовки, напечатанные более крупным, по сравнению с основным текстом, шрифтом. За счет этого объявление сразу выделяется на газетной полосе, «бросается» в глаза (например, реклама займов в газете «Житье-бытье» (№8 25 февраля 2014 г.) или книжного магазина «Читай-город» («Курские известия», №07 (305), 18 февраля 2014г.).

(Рис.3.) (Рис.4.)

5. **Заголовок как ай-стоппер.** Одна из функциональных задач любого, в том числе и рекламного, заголовка – привлечь внимание. Эффективнее всего с задачей стопперов, на наш взгляд, справляются следующие виды заголовков: **заголовки-вопросы** («Любите комфорт?» – реклама такси, «Регион 46», №08 (118) 25.02.2014г.); «Проблемы с кредитом? Банками или коллекторами?» («Друг для друга», №8 (1010) 18 февраля 2014г.); **заголовки, содержащие прямое указание на рекламируемое предложение** («Экран сервис лимитед» – Ремонт гарантийный и послегарантийный («Курские известия», №07 (305), 18 февраля 2014г.); «Набор в школу моделей «Новые лица» («Друг для друга», №8 (1010) 18 февраля 2014г.); заголовки с иноязычными словами («IL Патику» итальянский ресторан («Регион 46», №08 (118) 25.02.2014 г.); «Avangard cash-card» («Друг для друга», №8 (1010) 18 февраля 2014 г.).

6. **Использование эхо-фраз.** Эхо-фраза – выражение или предложение, поставленное в конце текста печатного объявления, которое повторяет (дословно или по смыслу) главную часть основного мотива в объявлении. Это своеобразный завершающий элемент структуры рекламного текста, по форме приближенный к слогану. Придавая законченность рекламному тексту, закрепляет информацию в памяти потребителя. Она фиксирует в третий раз внимание читателя на основном рекламном мотиве и резюмирует основной текст рекламы [2]. Мы выделяем следующие функции эхо-фразы: **использование названия марки** («АВАНГАРД-АГРО» предприятие ОАО «Авангард-АГРО», «Курские известия», №07 (305), 18 февраля 2014г); **придает законченный вид рекламе** («Попробуйте перемены на вкус!» («Регион 46», №08 (118) 25.02.2014г.)).

7. **Использование цвета.** Очевидно, что многокрасочное объявление на общем фоне черно-белой полосы привлекает больше внимания, становясь своеобразным стоппером. Наглядный пример – рекламный модуль «Автошкола 100 дорог» («Курские известия», №07 (305), 18 февраля 2014г.).

(Рис.5.)

Литература

1. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR. М., 2008.
2. Учебный словарь терминов рекламы и публичных рилейшенз. Воронеж, 2007.

Иллюстрации

Сеть профессиональных салонов ортопедии **орто доктор**

ОРТОПЕДИЧЕСКАЯ ПОДУШКА ПОД СПИНУ

Ортопедическая подушка под спину необходима каждому офисному работнику, а также всем тем, кто ведёт малоподвижный образ жизни. Конструкция изделия разработана для правильного положения нижнегрудного и поясничного отделов позвоночника в положении «сидя». Подушка легко крепится на любое сиденье. Подушка под спину – отличное средство профилактики остеохондроза, невралгий, сколиоза.



Идея для подарка!

ОРТОПЕДИЧЕСКАЯ СИСТЕМА В АВТОМОБИЛЬ

Стереобразное средство терапии позвоночника. Система выполняет несколько функций: теплоизоляция и виброизоляция, служит профилактикой при болезнях спины, оказывает массажный эффект. Конституция автосистемы снижает вибрацию на позвоночник, поддерживает правильную осанку во время управления автомобилем, снижает нагрузку на позвоночник и межпозвоночные диски.



Идея для подарка!

ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ

Подарите любимым комфорт и здоровье! В сети профессиональных салонов ортопедии «Орто-Доктор» вы можете приобрести подарочные сертификаты номиналом 1000 руб., 1500 руб. и 3000 руб. Подарочный сертификат станет приятным и полезным подарком для ваших близких!



Идея для подарка!

МАССАЖЕРЫ

Массажеры нужны для снятия напряжения и усталости мышц после тяжёлых рабочих будней. Закругленные шипы эффективно воздействуют на нервные окончания и способствуют улучшению кровообращения. Массажёр поддерживает мышцы в тонусе, снижает утомляемость стоп при длительной сидячей работе, а также стимулирует биологически активные зоны.



Идея для подарка!

Профессиональная ортопедическая помощь!

г.КУРСК		г.КУРЧАТОВ	
Держинского, 8б.	т.:(4712)54-63-59	ул. Энергетиков, 1б,	т.:(8(915)510-80-75
Карла Маркса, 43,	т.:(4712)58-11-33		
Дубовинского, 1а,	т.:(4712)51-11-16		
плк, 18а,	т.:(4712)740-770, 740-744		

www.orto-doktor.ru

Получите консультацию наших специалистов

тираж 56 000 экземпляров

Что по

Выбрать подарок гораздо сложнее. Долго «ломать голову» подарить подарок? 7 вещей, которые можно подарить

- 1. Одежда.** Мужчины любят шопинг, и чаще всего их бросает в дрожь при выборе подарка. Подарок должен быть в цвет и размер.
- 2. Парфюм.** Можно подарить парфюм, которым мужчина уже пользуется, на случай, если он полагается на свой вкус. Или подарить близкому мужчине набор для бритья, чтобы избежать неприятных запахов. И не ошибиться в выборе, ведь большинство мужчин не пользуются парфюмом, а если и используют, то только в очень скромных количествах.
- 3. Набор для бритья.** Если мужчина пользуется бритвой, подарите ему набор для бритья. Если он ещё не начал бриться, подарите ему бритву. Если он пользуется бритвой, подарите ему набор для бритья.
- 4. Техника.** Мужчины любят технику. Если вы знаете, что ваш мужчина любит технику, подарите ему что-нибудь из этой области. Например, беспроводные наушники, фитнес-трекер, умные часы.
- 5. Подарок для хобби.** Если ваш мужчина имеет какое-либо хобби, подарите ему что-нибудь, связанное с этим хобби. Например, набор инструментов для садоводства, набор для рыбалки, набор для игры в настольные игры.

Рис. 1: Рис.1.

ЭНЦИКЛОПЕДИЯ
КУРСКОЙ ЖИЗНИ

ЖИТЬЕ

БЫТЬЕ

Курский выпуск № 8 (7) 25 февраля 2014 г.

Должникам по квартплате БУДУТ ОТКЛЮЧАТЬ ГАЗ СТР. 3

КУРСКИЕ СТУДЕНТЫ собрали для Перу КОСМИЧЕСКИЙ СПУТНИК СТР. 7

Где куряне могут получить БЕСПЛАТНУЮ ПОМОЩЬ АДВОКАТА СТР. 10

1518 1904-9160

АКЦИИ УПАЛИ В ЦЕНЕ АКЦИИ УПАЛИ В ЦЕНЕ АКЦИИ УПАЛИ В ЦЕНЕ АКЦИИ УПАЛИ В ЦЕНЕ АКЦИИ УПАЛИ В ЦЕНЕ

ВРЕМЯ ПОКУПАТЬ АКЦИИ ЗАПИСЬ НА БЕСПЛАТНЫЙ СЕМИНАР ПО ТЕЛ. 393-424

САНТЕХНИКА **САНСИТИ** 39-61-40, 39-61-42

ВСЁ ДЛЯ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И КАНАЛИЗАЦИИ ул. Добролюбова, Т3А

ЧЕГО ЖДАТЬ НЕ ПО-СОСЕДСКИ

Курской области ОТ НОВОЙ ВЛАСТИ НА УКРАИНЕ

СТР. 2

ЧТО губернатор Курской области обсуждал по телефону с мэром Харькова и почему Александр Михайлов не поехал туда на съезд депутатов в составе делегации руководителей приграничных регионов

ЧИТАЙТЕ ТАКЖЕ
Как федеральные СМИ нашли «вербовщицу» бойцов Майдана в Курске

Наименование акций	Цена в руб. на 20.02.13	Цена в руб. на 20.02.14
Аэрофлот	62,48	77,45
Пик	65,99	80,62
Новатек	323,27	410,09

№ 1197

ТОЧКА ЗАЙМА
ДЕНЬГИ от 0.5% в день

- до 30 000 рублей
- без справок и поручителей

8-800-100-38-80 www.tz38.ru

Рис. 2: Рис.2.



Рис. 3: Рис.3.



Рис. 4: Рис.4.



Рис. 5: Рис.5.