

*Язык рекламы***На рынке недвижимости**

© Т.В. ИГНАТЬЕВА,
кандидат филологических наук

Объявление о продаже жилой недвижимости является элементом деловой коммуникации. Оно сочетает черты стандартизации и экспрессивности, испытывает влияние разговорной речи.

Ключевые слова: язык рекламы, объявление, речевой жанр.

The announcement of sale of the residential real estate is an element of business communication. It combines traits of standardization and expressivity. The announcement is influenced by informal conversation.

Key words: advertizing language, announcement, speech genre.

Мы можем наблюдать, как активно развивается рынок недвижимости на протяжении последнего десятилетия, а потому создается большое количество разнообразных рекламных текстов, связанных с продажей и покупкой объектов. Объявление о продаже недвижимости является уникальным рекламным текстом, так как может быть распространено по различным каналам (газеты, журналы, Интернет). В работе проанализированы объявления о продаже жилой недвижимости, размещенные на сайтах avito.ru, domofond.ru, yarmarka-gyazan.ru.

Т. А. Козина предлагает следующую классификацию рекламных текстов в соответствии с их структурой: 1) только заголовочное высказывание; 2) заголовок и основное рекламное сообщение; 3) только рекламное сообщение [1 С. 8–9]. По этой классификации объявление о продаже недвижимости относится ко второму типу.

Важнейшая конкретная информация сообщается в первых строках, что позволяет усилить рекламное воздействие. В заголовках объявлений о продаже недвижимости можно выделить несколько смысловых единиц: сообщение о товарной категории, площади, цене и районе размещения. Набор этих компонентов является вариативным, часто сообщение о товарной категории в рекламе жилых помещений заменяется информацией о площади. Приведем пример, содержащий обозначенные смысловые единицы: «2 комн. кв. Цена: 4 500 000 р. Центр,

Осенний 1-й переулок, 5/10 кирпичного дома, 76/68/40/11,5, комнаты 19,5 и 20,2 кв. м, кухня 11,5 кв.м. ...Квартира с удачной планировкой, теплая, сухая, светлая, тихие соседи. Рядом центр. рынок, бизнес-центр «Флагман»...» (в заголовке содержится сообщение о цене и площади; uaformat-guazan.ru, дата обращения: 5.03.2015).

Концовка (кода) в объявлении о продаже недвижимости побуждает покупателя к немедленному действию: покупке, запросу более подробной информации и т.д. Обычно она состоит из двух частей: первая – это фраза, призывающая совершить покупку; вторая часть содержит контактную информацию (номер телефона, электронный адрес и др.).

Нужно отметить, что в анализируемых нами рекламных текстах примеров использования концовки (коды) с призывающей частью немного. Призывающая часть может быть выражена устойчивыми формулами: *въезжай и живи; заезжай и живи; заходи и живи; звоните сегодня, заселяйтесь завтра* и др.: «Продается 3-х комн. квартира С РЕМОНТОМ. 67/45/8,5 кв.м, с/у совм. в плитке, окна ПВХ, РЯДОМ С 3-МЯ ШКОЛАМИ И Д/САДОМ, зеленой зоной и великолепной инфраструктурой. Звоните расскажу!» (пунктуация из первоисточника; domofond.ru, дата обращения: 26.01.2015).

Некоторые авторы объявлений стремятся к наибольшей эффективности и выразительности текста и создают индивидуальные призывные выражения, например: «Дом находится на Московском (Мервино), вне досягаемости ... кровельное покрытие мягкая черепица шинглас. водосточная система. СРОЧНО!!! ХОЗЯИН!!! P.S Также могу построить дом по вашему проекту, любой сложности за короткие сроки» (avito.ru, дата обращения: 9.02.2015); «Продается 3-х комнатная квартира 50 кв.м, 1 этаж 2-х этажного кирпичного дома ... Реальному покупателю торг» (domofond.ru, дата обращения: 26.01.2015).

Объявления о продаже недвижимости также можно разделить на две категории: редактируемые сотрудниками газеты или сайта и не редактируемые. Нередилируемые объявления демонстрируют специфические представления авторов об особенностях жанра и эффективных языковых средствах. Например, наряду с обратным порядком слов из разговорной речи заимствуются конструкции с дательным падежом: «3-к квартира, 100 м², 5/10 эт. Для большой, дружной семьи, квартира площадью 100 м², изолированные комнаты, кабинет, кладовка, отапливаемая лоджия. В центре города, кому рядом нужен детский сад и школа, стоимость ниже аналогичных квартир. Звоните сегодня, заселяйтесь завтра!!!» (domofond.ru, дата обращения: 26.01.2015).

Конструкции экспрессивного и разговорного синтаксиса (сегментированные, парцеллированные, эллиптические, повторы, параллельные конструкции) являются мощным средством воздействия на

потребителя, выполняют контактоустанавливающую и эстетическую функции. Синтаксический строй текста рекламного объявления характеризуется наличием общих черт стереотипности, эллиптичности, экспрессивности, субстантивности [1. С. 19].

Важнейшей характеристикой жилой недвижимости является уровень комфорта [2]. Жилье по уровню комфорта и маркетинговым характеристикам принято разделять на эконом-класс, комфорт- и бизнес-класс. Некоторые объекты характеризуются как элитное жилье. Вместе с тем, официальной классификации типов жилья не существует, это затрудняет исследование семантических единиц.

Объявление – необходимый, доступный многим инструмент деловой коммуникации. Успех продавцу обеспечивает индивидуализация объявления при помощи различных языковых средств и стремление всесторонне охарактеризовать объект, т.е. полнота текста. В центре семантической сферы объявления о продаже жилой недвижимости находится концепт «комфорт», отождествляемый с традиционными ценностями и современными маркетинговыми характеристиками.

Литература

1. Козина Т. А. Синтаксис рекламного объявления как средство реализации основных функций рекламы: Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.19. Саратов, 2008.
2. Игнатьева Т. В., Брызгунова Н. С. Концепт «комфорт» в речевом жанре объявления о продаже недвижимости // М-лы VI Международной научно-практической конференции «Текст: проблемы и перспективы. Аспекты изучения в целях преподавания русского языка как иностранного»: филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 26–28 ноября 2015. М., 2015. Вып. XVI. С. 251–253.

*Рязанский государственный медицинский университет
им. академика И. П. Павлова*