

УДК 811.11-112

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2021.3.42

## СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ НА БАШКИРСКОМ ЯЗЫКЕ)

© З. Ю. Ганиева

*Башкирский государственный университет  
Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

*Тел.: +7 (347) 272 63 70.*

*Email: ganievabox@yandex.ru*

*Цель исследования – определить структурные особенности построения рекламных текстов в печатной прессе на башкирском языке. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые в башкирском языкознании рекламные тексты рассматриваются как особые коммуникативные единицы. В результате анализ рекламных текстов в башкирской периодике позволил выявить основные структурные особенности, которые позволяют читателям – потенциальным покупателям – воспринимать текст как рекламный. В статье проясняется, что реклама влияет на потенциальных покупателей путем создания рекламных текстов о предлагаемых товарах и услугах, структурная особенность которых привлекает внимание читателей и побуждает их к действию – покупке рекламируемых продуктов, описанных в текстах.*

*Ключевые слова:* реклама, рекламный текст, структура рекламного текста, рекламная коммуникация, печатная продукция.

### Введение

С каждым годом, динамично развиваясь, реклама затрагивает все сферы жизни современного общества. Реклама быстро реагирует на все происходящее в мире и является источником формирования жизненных приоритетов потребителей. Широкий охват целевой аудитории, особенности воздействия и восприятия, многообразие форм рекламной продукции делают печатную продукцию эффективным рекламным носителем. Реклама на страницах периодических изданий определяет своеобразие языковой и культурной ситуации в обществе.

Актуальность нашего исследования обуславливается тем, что рекламные тексты в газетах приобретают все большую значимость для жителей Башкортостана, и исследования структурных особенностей рекламных текстов на башкирском языке позволяют выявить, как составляющие элементы построения текстов рекламы влияют на восприятие подобных текстов читателем. В рамках достижения поставленной цели предполагалось решение следующих задач: 1) рассмотреть рекламные тексты как часть рекламной коммуникации; 2) изучить структуру рекламного текста на башкирском языке на примере газет «Башкортостан», «Торатау».

При решении указанных задач в исследовании были использованы следующие методы: описательно-аналитический, сравнительный, структурный анализ.

Теоретическую базу данного исследования сформировали работы таких зарубежных авторов, как Дж. Р. Росситер, Л. Перси, У. Уэллс, С. Мориарти, Дж. Бернетт, К. Л. Бове, У. Ф. Аренс, Л. Сал-

ливан, из отечественных – Е. В. Ромат, А. Н. Назайкин, Е. В. Медведева, И. А. Имшинецкая.

Практическая значимость исследования состоит в том, что оно вносит определенный вклад в исследование рекламы и, в частности, печатной рекламы, а также может послужить основой для дальнейшего более детального анализа рекламных текстов в башкирском языкознании.

Материалом для исследования послужили рекламные тексты на башкирском языке, опубликованные в газетах «Башкортостан» и «Торатау» за 2019–2021 гг.

### Рекламные тексты как часть рекламной коммуникации

В данном исследовании термин «коммуникация» мы используем в значении «средства массовой информации» – это пресса, наружная реклама, телевидение, радио, интернет, с помощью которых распространяются рекламные сообщения. Коммуникация осуществляется через рекламные тексты, транслируемые через эти каналы информации. Несмотря на то, что телевидение и интернет являются популярными каналами передачи рекламы, рекламные тексты, доставленные целевой аудитории в печатных средствах массовой информации, на сегодняшний день не теряют актуальности. Печатная реклама привлекает читателей тем, что является доступным локальным источником информации и рекламы товаров и услуг. И поэтому качественные, хорошо продуманные, созданные с учетом национальных и культурных особенностей читателей рекламные тексты являются частью рекламной коммуникации.

В работе мы акцентируем внимание на рекламных текстах на башкирском языке в печатных

изданиях Республики Башкортостан. Местные периодические издания охватывают все города и районы региона, тем самым вызывают доверие у читателей. На своих страницах они предоставляют новости, полезную справочную информацию, развлекательные материалы и сведения о товарах, услугах. Как показывает анализ, в газетах «Башкортостан» и «Торатау» преобладают рекламные тексты в виде статей, интервью, репортажей, информационных сообщений. Рекламу тот или иной товар или услугу, описываются их преимущества и положительные качества, констатируются факты, чем привлекают внимание читателей скидками, убеждают обратиться к рекламодателям для приобретения. Например, в тематических рубриках газет «Йома хулышы» / «Дыхание пятницы», «Йома ҡунағы» / «Гость пятницы», «Шифаханаларҙа» / «В санаториях», «Сәләмәт булайыҡ» / «Будем здоровы», «Белем һәм тәрбиә» / «Образование и воспитание», «Рухиәт» / «Духовность», «Иҡтисад» / «Экономика», «Мәрхәмәтлелек» / «Благотворительность» читателям – предполагаемым потребителям данной местности – предлагаются рекламные тексты в виде статей, репортажей и интервью с известными деятелями культуры, руководителями организаций, которые рекламируют свои концертные туры, объявляют начало театрального сезона, предлагают услуги медицинских, образовательных учреждений: «Тәбиғәт биргән мөғжизә» / «Чудо, данное природой» (Башкортостан. 2019. 24 мая. №60. С. 8), «Бөгөнгөбөз менән бәхетлебез...» / «Счастливы сегодняшним днем» (Башкортостан. 2019. 7 июня. №66. С. 16), «Безгә карап йәштәр үсә» / «Молодежь растет, глядя на нас» (Башкортостан. 2019. 28 июня. №75. С. 3), «Үземде йондоҙ итеп тоймайым» / «Не чувствую себя звездой» (Башкортостан. 2019. 12 июля. №80. С. 16), «Бер ярҙам да артыҡ түгел» / «Помощь лишней не бывает» (Торатау. 2020. 17 сентября. №74. С. 2), «Турбаҫлы бройлерҙары» сит илгә сығырға йыйына» / «Турбаслинские бройлеры» собираются за границу» (Башкортостан. 2019. 1 ноября. №126. С. 8), «Венецияны барып күрәйек» / «Поедем и посмотрим на Венецию» (Башкортостан. 2019. 8 апреля. №39. С. 9), «Борондан килгән һөнәр» / «Древняя профессия» (Торатау. 2020. 25 августа. №68. С. 2), «Ишембайҙың өстөнлөгө – иҡтисади зона эшләүендә» / «Приоритетность Ишимбая в работе экономической зоны» (Торатау. 2020. 12 ноября. №94. С. 1).

Текст является важной частью рекламы. Примерами рекламных текстов в башкирской печатной публикации являются объявления, заметки, статьи, очерки, репортажи, интервью. Почти все публицистические жанры используются в рекламных целях. Рекламный текст – звено рекламной коммуникации, в таком тексте нет ничего случайного. Он обладает такими же качествами, как и текст, целостностью, связностью, структурированностью и за-

вершенностью. По мнению американского рекламного деятеля Л. Салливана, текст рекламы должен быть «остроумным, убедительным и понятным» [9, с. 98]. Рекламный текст должен быть понятным для усвоения, но в то же время обладать необходимым уровнем влияния на разную целевую аудиторию. Его можно будет назвать эффективным тогда, когда создатели рекламы выявят специфические национальные и культурные особенности, характерные черты и отличия потребителей, стиль их жизни.

### Структура рекламного текста

Большинство исследователей рекламы считают, что заголовок, основной текст и заключение являются основными структурными элементами рекламных текстов. Но количество элементов, а иногда их расположение в тексте могут меняться в зависимости от характера предлагаемых товаров и целевой аудитории, на которую рассчитаны рекламируемые товары и услуги. Например, К. Л. Бове и У. Ф. Арнс ключевыми элементами печатного объявления считают заголовок, визуальные средства, рубрики, основной текст, подзаголовок, вставки и рамки, девизы, логотипы, печати и автографы [1, с. 163]. Е. В. Ромат в структуру или композицию рекламного текста включает следующие части: слоган, зачин, информационный блок, справочные сведения, эхо-фразу [6, с. 94]. А. Н. Назайкин выделяет три элемента: заголовок, текст и кода [5, с. 24]. Е. В. Медведева добавляет к этим трем элементам четвертый – слоган, или рекламный лозунг [4, с. 99]. И. А. Имшинецкая первой составляющей называет зачин, второй – ОРТ (основной рекламный текст), третьей – эхо-фразу [3]. В нашем исследовании мы, анализируя рекламные тексты в башкирских газетах, рассмотрим традиционную структуру из трех компонентов: заголовок, основной текст и заключение.

Заголовок служит для привлечения внимания читателей. Потребители должны быть заинтригованы, от этого зависит, будут ли они вообще читать текст рекламы и запомнят ли его. В газетах «Башкортостан» и «Торатау» небольшие рекламные тексты, объявления выходят под такими названиями, как «Тормош хулышы» / «Дыхание жизни», «Һайлау 2019» / «Выборы 2019», «ОСАГО: яңылыҡтар көтөлә» / «ОСАГО: ожидаются новости», «Матбуғат-2020» / «Печать-2020», «Иғтибар: конкурс!» / «Внимание: конкурс!», «Аҙаҡ белмәнем тимәгез!» / «Потом не говорите, что не знали!», «Конкурска ҡушылабыҙмы?» / «Присоединяемся к конкурсу?», «Тизерәк, унайлыраҡ, арзаныраҡ» / «Быстрее, удобнее, дешевле», «Проекта катнаш» / «Принимай участие в проекте», «Әйзәгез...» / «Давайте...», «Йәшел Башкортостан» акцияһында катнашығыҙ!» / «Принимайте участие в акции «Зеленый Башкортостан!», «Өфөлә – башкорт балы фестивале» / «В Уфе – фестиваль

башкирского меда», «Сэлэм, студент!» / «Привет, студент!», «Салауаттар Өфөлә йыйын йыя» / «Салаватцы собирают йыйын в Уфе», «Яны китап сыжты» / «Вышла новая книга», «Сәнғәт көндәлеге» / «Дневник культуры», «Афарин!» / «Молодцы!», «Баш калала» / «В столице», «Бәйгеләр» / «Состязания». Таким образом, заголовок должен быть понятным и кратким, чтобы заинтересовать потенциальных покупателей.

В основном тексте рекламы должна содержаться достоверная информация, вызывающая доверие к рекламируемому товару. Она должна привести потребителя к желанию приобрести его, т.е. мотивировать на действие. По мнению К. Л. Бове и У. Ф. Аренса, «основной текст рекламного сообщения может быть повествовательным, изобразительным, трюковым (оригинальным); он может быть написан в форме монолога или диалога» [1, с. 70], что и подтверждает большое количество рекламных статей в виде репортажей об учреждениях образования, культуры и т.д., интервью с известными деятелями культуры, руководителями организаций, предлагающими товары и услуги в республиканской общественно-политической газете «Башкортостан», которую читают жители всех городов и районов региона, выписывают в соседних областях. Назначение рекламных текстов состоит в том, чтобы убедить человека или группу людей в необходимости совершения действия. Немаловажно, что в таких рекламных текстах, каким бы длинными они ни были, красной нитью проходит основная мысль, которая выражена в заголовке, и каждый элемент структуры текста логически связан друг с другом.

Заключение рекламного текста побуждает к действию, еще раз напоминая о качественных преимуществах рекламируемого товара или услуги.

#### **Анализ структуры рекламных текстов на башкирском языке в газетах «Башкортостан», «Торатау»**

Приведем подтверждающие примеры из рекламных текстов.

Туған телде онлайн тәртиптә өйрәнгез!  
(Башкортостан. 2019 йыл. 24 сентябрь. №110. С. 3).  
'Изучайте родной язык онлайн!' – заголовок.

Сит илдә йәшәгән милләттәштәребез өсөн  
башкорт телен дистанцияла өйрәнеү курсы асыла.  
'Для наших соплеменников, живущих за границей,  
открыт курс дистанционного изучения башкирско-  
го языка.' – подзаголовок.

«Баш.easy» порталында башкорт теленә виртуаль кабинеты төзөлгән. Бында онлайн дәрестәр үтәсәк. Бөтәһе 34 дәрес планлаштырылган. Улар 2019 йылдың 15 сентябренән 2020 йылдың 31 майына тиклем һәр йәкшәмбе ойшторола. 'На портале «Баш.easy» создан виртуальный кабинет башкирского языка. Здесь будут проходить онлайн уроки. Всего запланировано 34 занятия. Они будут

проводиться каждое воскресенье с 15 сентября 2019 г. по 31 мая 2020 г.' – основной текст.

Башкорт телен өйрәнергә теләүселәргә <https://www.basheasy.com> адресы буйынса инет теркәлергә кәрәк. Тулырак мәғлүмәт өсөн телефон +7 (347) 216 36 35, электрон. почта: [rsentr@inbox.ru](mailto:rsentr@inbox.ru). 'Желающим изучать башкирский язык необходимо зарегистрироваться по адресу <https://www.basheasy.com>. Подробная информация по тел. +7 (347) 216 36 35, электронная почта: [rsentr@inbox.ru](mailto:rsentr@inbox.ru).' – заключение.

Һөйөнсө! 10-сы том донъя күрзе (Башкортостан. 2019. 11 октябрь. №118. С. 3). 'Радостная новость! Вышел в свет 10-й том.' – заголовок.

Башкортостандың халык шағиры Мостай Кәрим әсәрзәренә тулы йыйынтығының 10-сы томы сыжты. Ул республика Хөкүмәтенә финансы ярҙамы менән З. Бишсева исемдәгә «Китап» нәшриәтендә баһылды. 'Вышел в свет 10-й том Полного собрания сочинений Народного поэта Башкортостана Мустая Карима. Он опубликован при финансовой поддержке Правительства Республики Башкортостан в издательстве «Китап» имени Зайнаб Бишевой.' – подзаголовок.

Яңы томда укыусылар Мостай Кәримдән көндәлектәре, шәхси хаттары, рецензиялары һәм очерктары менән таныша ала. Әсәрзәренә тулы йыйынтығы өстөндә эш халык шағиры вафат булғас та башланғаны. 2009 йылдан алып көз һайын яңы том донъя күрзе. 'В новом томе читатели могут ознакомиться с дневниками, личной перепиской, рецензиями и очерками Мустая Карима. Работа над полным собранием сочинений началась почти сразу после смерти Народного поэта. Начиная с 2009 г. каждую осень появлялся новый том.' – основной текст.

Баһманың 10-сы томы Мостай Кәримдән тыуыуына 100 йыл тулыуға арнала. Мәғлүм булыуына, төп юбилей тантаналары 19–20 октябрьҙә Өфөлә һәм Шишмә районында үтәсәк. '10-й том издания приурочен к 100-летию со дня рождения Мустая Карима. Как известно, основные юбилейные торжества пройдут 19–20 октября в Уфе и Чишминском районе.' – заключение.

В общественно-политической газете города Ишимбая и Ишимбайского района «Торатау» объявления пишутся кратко, на понятном для местных жителей простым и доступном языке.

Һатыла (Торатау. – 2019. 27 сентябрь. №77. С. 4).  
'Продается.' – заголовок.

Бәрәңге, кишер, һуған, сөгөлдөр, кабак. Барыһы ла килограммы һумдан. Үзгезгә килеп алырға, Үрге Өрмет ауылы, күләме сикләнгән. Тел. +7 987 617 04 32. 'Картофель, морковь, лук, свекла, тыква. Все за один рубль за один килограмм. Самовывоз, село Верхнеарметово, количество ограничено. Тел. +7 987 617 04 32.' – основной текст.

#Йәшел\_урманды\_һаҡлайыҫ (Торатау. 2020. 1 декабрь. №99. С. 2). Сохраним #зеленый\_лес.' – заголовок.

Ишеттегеҙме әле? 'Уже слышали?' – подзаголовок.

Мәҙәниәт хезмәткәрҙәре ошо исем астындағы флешмобка кушылған. Интернет селтәрәндә якташтарыбыҙдың Яңы йыл байрамына яһалма шыршы ултыртуҙарын дәлиллегән күркәм фотолар арткандан-арта. 'Работники культуры присоединились к одноименному флешмобу. В интернете возрастает количество ярких фотографий, свидетельствующих о том, что наши земляки ставят искусственные елки на новогодний праздник.' – основной текст.

Һеҙ ҙә кушылығыҙ!'Вы тоже присоединяйтесь!' – заключение.

15 октябрь (Торатау. – 2019. 8 октября. №80. С. 4). '15 октября'.

Ишембай мәҙәниәт һарайы 'Дворец культуры г. Ишимбай'

19.00 сәғәттә 'В 19.00 часов'

Изел Нурғалин 'Идель Нурғалин' – основной текст.

Кемгә 30? 'Кому 30?' – заголовок.

100 % шәп кәйеф '100% отличное настроение' – подзаголовок.

Билет хаҡы 300 һум. 'Стоимость билета 300 рублей' – заключение.

### Выводы

Таким образом, рекламные тексты относительно свободны по своему содержанию и форме. Заголовок рекламного текста обращает внимание на проблему (необходимость товара), предлагает ее решение (покупка товара), основной текст предлагает информацию по ее решению (где, когда купить товар выгодно), заключение еще раз показывает преимущества (необходимость именно данного товара). Рекламные тексты являются эффективными только тогда, когда хорошо структурированы. В таком тексте важным является правильный подбор

и проработанность каждого элемента, от этого зависит успех продаж.

Подводя итоги проведенного исследования, следует отметить, что анализ рекламных текстов на башкирском языке в газетах «Башкортостан», «Торатау» позволил выявить их основные структурные компоненты. Рассмотрев структуру рекламных текстов, мы пришли к **выводу**, что она обеспечивает текстам понятность и читаемость, в результате тексты приобретают присущие только им черты как части рекламной коммуникации и позволяют читателю воспринимать их как рекламные. Задача современной башкироязычной рекламы заключается не только в создании у потребителей положительного впечатления о продукте и побуждении к совершению покупки, но и во включении людей в процесс коммуникации, что делает ее своеобразной и специфичной формой коммуникации. **Перспективы дальнейшего исследования** проблемы мы видим в изучении жанровых особенностей рекламных текстов в башкироязычных газетах.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Бове К. Л., Арнс У. Ф. Современная реклама. М., 2005. 179 с.
2. Газеты «Башкортостан», «Торатау», 2019–2020 гг.
3. Имшинецкая И. А. Креатив в рекламе. URL: <http://evartist.narod.ru/text11/58.htm> (дата обращения: 02.07.2021).
4. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация. М., 2016. 304 с.
5. Назайкин А. Н. Практика рекламного текста. М.: Бератор-Пресс, 2003. 211 с.
6. Ромат Е. В. Реклама. 7-е издание. СПб: Питер, 2010. 512 с.
7. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров / Дж.Р. Росситер, Л. Перси; пер. с англ. СПб: Питер, 2001. 656 с.
8. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама. Принципы и практика / пер. на рус. яз., изд-е на рус. яз. СПб: ООО «Питер Пресс», 2008. URL: <https://www.rulit.me/books/reklama-principy-i-praktika-read-412109-5.html> (дата обращения: 02.07.2021).
9. Hey, Whipple, squeeze this: A Guide to Creating Great Advertising. Luke Sullivan. 3rd edition, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. New Jersey, 2008. 329 p.

*Поступила в редакцию 26.08.2021 г.*

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2021.3.42

**STRUCTURAL FEATURES OF ADVERTISING TEXTS  
(BASED ON THE MATERIALS OF PERIODICALS  
IN BASHKIR LANGUAGE)**

© **Z. Yu. Ganieva**

*Bashkir State University  
32 Zaki Validi Street, 450076 Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.*

*Phone: +7 (347) 272 63 70.  
Email: ganievabox@yandex.ru*

Every year, dynamically developing, advertising affects all spheres of life in modern society. Advertising quickly reacts to everything that happens in the world and is a source of shaping the life priorities of consumers. A wide coverage of the target audience, features of impact and perception, a variety of forms of advertising products make printed products an effective advertising medium. Advertising on the pages of periodicals determines the originality of the linguistic and cultural situation in society. The relevance of our study is due to the fact that advertising texts in newspapers are becoming increasingly important for the residents of Bashkortostan, and the study of the structural features of advertising texts in the Bashkir language allows us to identify how the constituent elements of the construction of advertising texts affect the perception of such texts by the reader. As part of achieving this goal, it was supposed to solve the following tasks: 1) to consider advertising texts as part of advertising communication; 2) to study the structure of the advertising text in the Bashkir language on the example of the newspapers “Bashkortostan”, “Toratau”. The purpose of the study is to determine the structural features of the construction of advertising texts in the printed press in the Bashkir language. The scientific novelty of the research lies in the fact that for the first time in Bashkir linguistics, advertising texts are considered as special communicative units. As a result, the analysis of advertising texts in Bashkir periodicals made it possible to identify the main structural features that allow readers – potential buyers to perceive the text as advertising. The article makes it clear that advertising affects potential buyers by creating advertising texts about the offered goods and services, the structural feature of which attracts the attention of readers and encourages them to take action – to buy the advertised products described in the texts.

**Keywords:** advertising, advertising text, structure of advertising text, advertising communication, printed matter.

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin\_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

**REFERENCES**

1. Bove K. L., Arens U. F. *Sovremennaya reklama* [Modern advertising]. Moscow, 2005.
2. Gazety «Bashkortostan», «Toratau», 2019–2020 gg.
3. Imshinetskaya I. A. Kreativ v reklame. URL: <http://eva-rtist.narod.ru/text11/58.htm> (data obrashcheniya: 02.07.2021).
4. Medvedeva E. V. *Reklamnaya kommunikatsiya* [Advertising communication]. Moscow, 2016.
5. Nazaikin A. N. *Praktika reklamnogo teksta* [Practice of advertising text]. Moscow: Berator-Press, 2003.
6. Romat E. V. *Reklama* [Advertising]. 7-e izdanie. Saint Petersburg: Piter, 2010.
7. Rossiter J. R., Percy L. *Reklama i prodvizhenie tovarov* [Advertising communications and promotion management] / J. R. Rossiter, L. Percy; per. s angl. Saint Petersburg: Piter, 2001.
8. Wells W., Moriarty S., Burnett J. *Reklama. Printsipy i praktika* [Advertising. Principles and practice] / per. na rus. yaz., izd-e na rus. yaz. SPB: OOO «Piter Press», 2008. URL: <https://www.rulit.me/books/reklama-principy-i-praktika-read-412109-5.html> (data obrashcheniya: 02.07.2021).
9. Hey, Whipple, squeeze this: *A Guide to Creating Great Advertising*. Luke Sullivan. 3rd edition, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken. New Jersey, 2008.

*Received 26.08.2021.*