УДК 811.11-112

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2021.4.52

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕЧАТНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ НА БАШКИРСКОМ ЯЗЫКЕ

© 3. 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

Целью данной статьи являются выявление, описание и систематизация языковых особенностей рекламных текстов в башкирской печати. Для анализа взяты подборки газет «Башкортостан», «Киске Өфө», «Торатау» за 2019–2021 гг. В этой статье мы попытались проанализировать особенности газетной рекламы как средства выражения национальных особенностей. Исследование доказало, что использование в текстах рекламы национально-маркированных лексических единиц создает положительный и благоприятный образ товара, тем самым побуждает потенциальных потребителей к покупке и показывает эффективность рекламного воздействия. В рекламе, как правило, используются ярко выраженные слова с национально-культурным значением, усиливающие воздействие на определенную аудиторию читателей.

Ключевые слова: реклама, рекламный текст, башкирский язык, языковые особенности, печатная пресса.

В рекламе отражается мир современного общества, а язык рекламы мгновенно реагирует на любые изменения в жизни. Это неизбежно отображается в рекламных текстах. Реклама не может существовать в отрыве от общества, без учета национальных особенностей и языковых реалий. Рекламные печатные тексты на башкирском языке не являются исключением. В них используется тот языковой материал, который отображает особенности общественно-политической и культурной жизни башкирской целевой аудитории. «Именно в тексте отражается языковое сознание, национальный менталитет, национально-культурные ценности и стереотипы» [6, с. 4]. По этой причине оказывается актуальным изучение средств и способов, используемых для достижения основной цели рекламы на башкирском языке – побуждению к приобретению товаров и услуг. Создатели печатных рекламных текстов на башкирском языке – статей, репортажей, интервью, объявлений и т.д. – понимают внушительный потенциал влияния рекламы: тексты, основанные на национальной идентичности, активизируют воздействие рекламы на целевую аудиторию, усиливают систему национально-культурных ценностей, влияют на поведенческие реакции и последовательность действий получателей рекламных сообщений.

В нашей работе нас интересуют рекламные тексты на башкирском языке в печатных изданиях Республики Башкортостан. Для этого рассмотрим газеты «Башкортостан», «Киске Өфө», «Торатау» за 2019–2021 гг. «Сегодня «Башкортостан» – республиканская общественно-политическая газета, выходящая на башкирском языке пять раз в неделю (кроме воскресенья и понедельника). Издается в столице Республики Башкортостан – Уфе в республиканском издательстве «Башкортостан». Ее чита-

ют жители всех городов и районов республики, выписывают в соседних областях. Тираж газеты из года в год держится стабильно» [7].

«Если Вы ищете свое место в жизни, нуждаетесь в духовной и моральной поддержке, если вам нужен настоящий друг, то еженедельная общественно-политическая и художественно-литературная газета «Киске Өфө» протягивает вам руку и предлагает свою дружбу. «Киске Өфө» – это отражение интеллектуальной и творческой жизни столицы и республики, «Киске Өфө» – это «диалог» людей, обладающих высоким интеллектом, чутьем, добрым и открытым сердцем, «диалог» между представителями двух-трех поколений о жизни и бытии, о прошлом, настоящем и будущем. «Киске Өфө» – это трибуна ваших откровений, размышлений, фантазий, чаяний, это ваше сердце, открытое своим родным и близким, друзьям» [8].

«Торатау» – общественно-политическая газета города Ишимбай и Ишимбайского района. Выходит с июля 2001 г. как самостоятельное издание. Газета публикуется на башкирском языке два раза в неделю – по вторникам и пятницам в формате А3, 104 номера в год» [9].

Вышеперечисленные газеты являются разновысокими, каждая характеризуется наличием определенной аудитории, выполнением просветительской и воспитательной роли среди башкирского общества. «Чтение прессы (особенно газет) предполагает определенный образовательный уровень аудитории. Из этого проистекают две важные особенности, которые следует учитывать при создании рекламы для прессы. Первая из них касается категории продуктов, которые можно успешно рекламировать через прессу, а именно – товаров и услуг, для представления которых потребителю необходимо привести фактическую информацию и

рациональные аргументы, нередко – в значительном объеме. Вторая: что текст следует рассчитывать на восприятие достаточно образованными, умеющими аналитически мыслить людьми» [5].

В дальнейшем рассмотрим языковые особенности рекламных текстов на башкирском языке. По тематике тексты в башкирской печати можно разделить на следующие группы:

- информационные;
- предлагающие;
- поощряющие;
- имиджевые.

Информационные печатные рекламные тексты сообщают о важных общественно-политических событиях, предстоящих концертных программах, гастрольных турах известных деятелей культуры, конкурсах и соревнованиях в различных сферах, о выходе книг и т.д. *«Баллы йүкә» бәйгеһен башлайбыҙ! Урман генофондын һаҡлау максатында Рәсәй ауыл хужалығы үзәгенең Башҡортостан буйынса филиалы айырыуса киммәтле ағастарҙы клонлаштырыу менән шөгөлләнә башлаясаҡ ... Тәү сиратта был йүкә ағасына җағыла, сөнки ул Башҡортостан өсөн зур әһәмиәткә эйә. Республикабыҙҙың иң тәмле балы ла тап йүкәнеке бит. Шуға күрә «Башҡортостан» гәзитте «Россельхозцентр» менән берлектә «Баллы йүкә» тип аталған конкурс иғлан итә.*

Районығыҙға, ауылығыҙғағы ерлеккә бәйлә тарихи йүкә ағасын фотоға төшөрөп, безгә ебәрегеҙ, уның тарихын да яҙырга оңотмағыҙ ... Иң ҡыҙыҡты ижади эштәр өсөн бүләктәр әҙерләнгән.

Конкурска эштәрегеҙгә хат менән безгә редакцияға йәки bashkortostan.gazeta@mail.ru электрон почтаһына «Баллы йүкә» конкурсына тип билдәләп ебәрегеҙ...

Әүҙемәрәк булайыҡ, дуһтар, һеҙҙән хаттар көтөп ҡалабыҙ!

Начинаем конкурс «Медовая липа»! В целях охраны лесного генофонда филиал Российского сельскохозяйственного центра по Республике Башкортостан проводит мероприятия по клонированию особо ценных пород деревьев ... В первую очередь это касается дерева липы, которая имеет огромное значение для Республики Башкортостан. Ведь именно липовый мед считается самым вкусным в нашей республике. В связи с этим газета «Башкортостан» совместно с «Россельхозцентром» объявляет конкурс под названием «Медовая липа».

Сфотографируйте липовое дерево, которое исторически связано с вашим районом, сельской местностью, не забудьте написать ее историю и отправьте нам ... Для наиболее интересных творческих работ подготовлены призы.

Отправляйте свои письма в нашу редакцию или на электронную почту bashkortostan.gazeta@mail.ru с указанием названия конкурса «Медовая липа»...

Поактивнее, друзья, ждем от вас писем!» (Башкортостан. 24 сентября. 2019. №110).

Хәҙер яҡташтарыбыҙ ҡала һәм районыбыҙғағы һуңғы яңылыҡтарҙы һәр йома 14.30 һәм 18.00 сәғәттәрҙә башҡорт телендә «Хәбәрҙәр. Башҡортостан» сығарылышында ҡарай ала 'Теперь наши земляки могут ознакомиться с последними новостями города и района каждую пятницу в 14.30 и 18.00 часов на башкирском языке в выпуске программы «Новости. Башкортостан»' (Торатау. 8 февраля. 2019. №11).

Предлагающие печатные рекламные тексты предназначены для продажи или покупки различных товаров или услуг. Они отвечают на интересующие потребителя вопросы: кто, что, где, когда продает товар или предлагает услугу. Они также призывают потенциального потребителя к определенному действию, например, сходить на концерт, принять участие в мероприятии, купить или прочесть книгу, отдохнуть в санаториях, проконсультироваться у специалистов, поступить в рекламируемое учебное заведение и т.д.

«Талкаш» ҡа ял итергә килегеҙ!

Ошо көндәрҙә Баймак районындағы Талкаш күле янында урынлашкан шиһаханала заман талаптарына яуап биргән өр-яңы корпус сафҡа инде ... Яңы асылған корпустан 36 урынлыҡ 18 бүлмә ял итеүселәрҙе бөгөндән ҡабул итергә әҙер ... Бында йыл әйләнәһенә ял итеү мөмкинлеге булдырылған: йылы һәм һыуыҡ һыу бар, бинаға эҙгәр яғыулыҡ, IP-телевидение, Wi-Fi тоташтырылған ... Шиһахана шиһалы ҡымыҙы менән дан тота. Күптән түгел Учалы районында «Талкаш» исеме астында минераль һыу етештерелә башлаган...

Районда туризмды үстөрөгә үз өлөшөн индергән «Талкаш» шиһахананы ял итеүселәрҙе көтөп ҡала

«Приезжайте отдыхать в «Талкас»!

На днях введен в эксплуатацию совершенно новый, отвечающий современным требованиям, корпус санатория на берегу озера Талкас в Баймакском районе... В недавно открывшемся корпусе 18 комнат на 36 мест готовы принять отдыхающих уже сегодня... Здесь созданы условия для круглогодичного отдыха: имеется горячее и холодное водоснабжение, подключены голубое топливо, IP-телевидение, Wi-Fi ... Санаторий славится лечебным кумысом. Недавно в Учалинском районе под брендом «Талкас» начали производить минеральную воду...

Внесший свой вклад в развитие туризма в районе санаторий «Талкас» ждет отдыхающих» (Башкортостан. 16 апреля. 2019. №43).

Һарыҡтар һәм тәкаләр, бәрәстәр. Роман токомло. Хатһы килешеп буйынса. Тел. 8-917-48-58-190. 'Овцы и бараны, ягнята Романовской породы. Цена по договору. Тел. 8-917-48-58-190' (Торатау. 9 августа. 2019. №64).

Поощряющие рекламные тексты побуждают читателя приобрести товар за выгодную цену, предлагают дополнительную выгоду – акции, подарки, бонусы. Но они имеют ограничения по времени, количеству товара.

Матбугат-2020

Ташламалы хакка язылып кал!

4 октябрьҙән 14 октябргә тиклем Рәсәй почтаһы аша ваҡытлы матбугатта ташламалы хактар менән язылыу иглан ителде. «Башкортостан» гәзитенә был ун көнлөктә 10 процентка арзан хакка язылырға була. Почта бүлексәләрендә һеҙгә көтәләр, ашығығыҙ, кәҙерле дуҫтар!

Йылдағыса «Башкортостан» гәзите тоғро дуҫтарына «Башкортса дини календарь», Ишембай районының Макар урмансылығы етештергән «Боланут» сәйе һәм башка бүләктәр әҙерләне. Һеҙҙән ҡитанцияларҙың күсермәһен көтәбеҙ. Тел.: 8(347)272-62-61.

БЕРГӘ БУЛДЫК – БЕРГӘ КАЛАЙЫК!

Пресса-2020

Подпишись за льготную цену!

С 4 октября по 14 октября объявляется подписка через Почту России за льготные цены на периодическую печать. Подписаться на газету «Башкортостан» в эти дни можно со скидкой 10 процентов. Вас ждут в почтовых отделениях, торопитесь, дорогие друзья!

Газета «Башкортостан» подготовила для своих верных друзей «Башкирский религиозный календарь», чай «Боланут», который производится Макаровским лесничеством Ишимбайского района, и другие ежегодные подарки. От вас ждем копии квитанций. Тел.: 8(347)272-62-61.

БЫЛИ И ОСТАНЕМСЯ ВМЕСТЕ! (Торатау. 8 февраля. 2019. №11).

Имиджевые рекламные тексты создаются для формирования положительного образа рекламоателя. Создание благоприятной общественной оценки вызывает к нему доверие, в дальнейшем активизируя продвижение товаров и услуг. Тексты бывают большими по формату, показывая этим престиж, благонадежность, репутацию компании, производителя, бренда. «*Тиңдәр араһында тиң булырға ынтылып*» «Стремясь быть равными среди равных» (Башкортостан. 23 апреля. 2019. №45). Интервью с исполняющим обязанности декана факультета башкирской филологии и журналистики Башкирского государственного университета, доктором филологических наук, профессором Г. Р. Абдуллиной «*Кешеләрҙең рәхмәтен тойоп*» «Чувствуя благодарность людей» (Киске Өфө. 18 октября. 2019. №130). Репортаж о Республиканском проектно-исследовательском институте «Башкир-дортранспроект».

Рекламные тексты на башкирском языке также концентрируют в себе большое количество информации о культуре и истории носителей языка. Заголовки текстов демонстрируют обилие национально-

маркированных лексических единиц: *Башкорт китапханаһында – укыуҙар* «В башкирской библиотеке – чтения» (Башкортостан. 23 апреля. 2019. №45). *Торатау байрамға көтә!* «Торатау ждет на празднике!» (Торатау. 28 июня. 2019. №75). *Бөрйәндәрҙең матур йолаһы* «Красивая традиция бурзянцев» (Башкортостан. 1 марта. 2019. №24). *Күргәзмәлә – Ямантау тарихы* «На выставке – история Ямантау» (Башкортостан. 23 апреля. 2019. №45). *Башкортса википедияны төҙөүгә катнашығыҙ!* «Участвуйте в создании башкирской википедии!» (Башкортостан. 23 апреля. 2019. №45).

В соответствии с основной задачей рекламных текстов существуют ключевые слова, которые служат для привлечения внимания читателя и воздействия на него с целью сформировать желание купить товар или воспользоваться услугой. К таким словам относятся единицы лексической системы, которые несут положительный и побудительный заряд: *беренсе тапҡыр (впервые), иң яҡшы (самый лучший), тәмле (вкусный), һөҙөмтәле (результативный), ташламалар (скидки), хакы килешеү буйынса (цена по договоренности), һатыла (продается), тәҡдим итә (предлагает), кәңәш итәбеҙ (советуем), шылтыратығыҙ (звоните), саҡырабыҙ (приглашаем)* и т.д.

Имена существительные играют ключевую роль в создании рекламных текстов, выполняя следующие функции: 1) называют объект рекламы – товар или услугу, 2) номинируют ценности и блага, получаемые посредством их покупки. *Көмөш йөзөк – күл күрке, оҫта – донъя тотҡаһы* «Серебряное кольцо – украшение руки, мастер – мира» (Башкортостан. 29 марта. 2019. №36). *Гүзәллеге – зинһен еткелһеҙ, дауалары – һанап бөткөһөҙ* «Красоту не описать, лечебные свойства не сосчитать» (Башкортостан. 5 апреля. 2019. №39). *Журай – халҡыбыҙҙың моң дареслеге* «Журай – музыкальный учебник нашего народа» (Башкортостан. 23 апреля. 2019. №45). *Өҫтәлдәге бал – ғаиләләге сәләмәтлек* «Мед на столе – здоровье в семье» (Башкортостан. 23 апреля. 2019. №45). *Берҙәм карта – бөтә транспортта* «Единая карта – на всех видах транспорта» (Башкортостан. 13 февраля. 2019. №17).

Также в рекламных текстах преобладают имена известных людей, географические названия, которые имеют символическое значение для жителей республики. *Лайнерға – Мостай Кәрим исеме* «Лайнеру – имя Мустая Карима» (Башкортостан. 15 марта. 2019. №30). *Күргәзмәлә – Ямантау тарихы* «На выставке – история Ямантау» (Башкортостан. 23 гинуар. 2019. №2). *Сәхнә йәме – Регина Төхвәтуллина* «Украшение сцены – Регина Тухватуллина» (Торатау. 22 октября. 2021. №85). *Мәскәүгә – мәшһүр бейеүсегә арналған күргәзмә* «В Москве – выставка, посвященная великому танцору» (Башкортостан. 12 ноября. 2019. №129). *Сорғоттан Казангаса безҙекеләр һынатмай!* «Из

Сургута до Казани наши не сдаются!» (Башкортостан. 5 апреля. 2019. №39).

Все изменения современного мира отражаются на языке рекламы. В башкирских рекламных текстах часто встречаются иноязычные заимствования, в большинстве случаев из английского языка. Например: конгресс-холл, мониторинг, вакансии, супер-акция, амфитеатр, портал, флешмоб, лазер-шоу, ток-шоу, фейерверк, онлайн-фестиваль, хедлайнер, директ, тарификация, проект и т.д. Английский язык стал универсальным средством общения в современном мире, поэтому англоязычная лексика в рекламе товара или услуги воспринимается аудиторией адекватно и верно, что способствует продвижению товара или услуги. «*BashDic*» *ниҙәр тәкдим итә?* 'Что предлагает «*BashDic*»? (диктант на башкирском языке)' (Башкортостан. 3 марта. 2019. №25). *Йәйҙе «ЯкшыFest» менән оҙатабыҙ* 'Провожаем лето с «ЯкшыFest» (хороший фестиваль)' (Торатау. 28 августа. 2020. №69).

Следует отметить, что рекламные тексты отражают словарный состав современного башкирского языка. В ходе анализа рекламных текстов нам встретилось большое количество примеров кальки – словосочетаний: *виртуаль кабинет* (виртуальный кабинет), *электрон почта* (электронная почта), *оператив кәңәшмә* (оперативное совещание), *кисәнәң хедлайнерҙары* (хедлайнеры вечера), *онлайн-дәрестәр* (онлайн-уроки), *экоэкиәттәр* (эко-сказки), *социаль селтәрҙәр* (социальные сети), *медиафайлдар* (медиафайлы). Следовательно, грамотно составленный национальный текст, используя самые актуальные языковые процессы, позволит привлечь внимание потребителя, манипулировать спросом и создать благоприятную среду для продвижения товаров и услуг в дальнейшем.

Имена прилагательные используются в рекламных текстах для указания свойств товара и услуг, обозначенных существительными. Анализ рекламных текстов в газетах показал, что самыми употребляемыми прилагательными являются описывающие качество и дающие оценку тому или иному товару, услуге: *яңы мөмкинлектәр* (новые возможности), *йәшел Башкортостан* (зеленая Башкирия), *заманса проекттар* (современные проекты), *ҡыҙыҡлы сюжеттар* (интересные сюжеты), *традицион йүнәлештәр* (традиционные направления), *күркәм йола* (прекрасная традиция). «*Баллы йүкә*» *байрамын башлайбыҙ* 'Начинаем праздник «Медовая липа»' (Башкортостан. 24 сентября. 2019. №110). *Матур хоккей кәрәкмәй. Был плей-офф!* 'Не нужен красивый хоккей. Это плей-офф!' (Башкортостан. 2 апреля. 2019. №37). *Матур сара күркәм йолаға әүерелде* 'Красивое мероприятие превратилось в прекрасную традицию' (Башкортостан. 3 марта. 2019. №25).

Использование имен прилагательных в превосходной степени в рекламных текстах акцентирует внимание потребителей на лучшие качества

рекламируемого товара, которые выделяют его из ряда подобных. Тем самым привлекается внимание читателей. *Иң тәмле балды сара ҡунағы билдәләй* 'Самый вкусный мед определяет гость мероприятия' (Башкортостан. 6 сентября. 2019. №103). *Иң ҡыҙыҡлы ижади эштәр өсөн бүләктәр кәтә* 'За самые интересные творческие работы ждут подарки' (Башкортостан. 24 сентября. 2019. №110). *Уларға иҫтәлекле бүләктәр әҙерләнгән, ә иң даланлы яҙылыусыны суперприз кәтә* 'Для них приготовлены памятные призы, а самого активного подписчика ждет суперприз' (Торатау. 22 октября. 2021. №85).

Башкортостан является одним из ведущих сельскохозяйственных регионов России, и это оказывает влияние на использование в рекламных текстах профессиональных терминов из этой сферы деятельности. Прилагательные выступают важным элементом привлечения внимания к положительным качествам товара или услуги: *ҡыйбатлы мал азығы культураһы* (дорогие кормовые культуры), *мул уңыш* (богатый урожай), *тәҗрибәле механизаторҙар* (опытные механизаторы), *уңышлы урып-йыйыу кампанияһы* (успешная уборочная кампания), *ҙур йәрминкәләр* (крупные ярмарки). *Байрамда ныҡлы әҙерлек менән килгән райондар, сауҙа үзәген матур бизәүселәр, иң тәмле бал, иң шәп кортсолар династияһы билдәләнгәсәк, ассортименттың төрлөлөгө буйынса ярыш үтәсәк* 'Во время праздника пройдут соревнования среди районов с лучшей подготовкой, красиво украсивших торговый центр, по определению самого вкусного меда, самой лучшей династии пчеловодов, по разнообразию ассортимента' (Башкортостан. 6 сентября. 2019. №103).

Не менее интересный материал можно подобрать при помощи рекламных текстов с числительными. Они привлекают внимание потребителей:

- количеством, ценой товара и достоверностью информации: *Дүртөйләл – дүрт объект* 'В Дюртюлях – четыре объекта' (Башкортостан. 12 июля. 2019. №80). *Утын (имән, ҡайын), өс машина* 'Дрова (дуб, береза), три машины' (Торатау. 27 сентября. 2019. №77). *Ауылың биш миллион отһон эле!* 'Пусть твое село выиграет пять миллионов!' (Торатау. 16 октября. 2020. №83). *Ике ҙур бүләк оторға мөмкин!* 'Можно выиграть два больших приза!' (Торатау. 4 декабря. 2020. №97);

- напоминанием о начале или окончании акции, мероприятия: *Биш көнлөк уҡыу башлана* 'Начинается пятидневное обучение' (Башкортостан. 29 марта. 2019. №36). «*Айыҡ ауыл-2021*» *конкурсы башлана* 'Стартует конкурс «Трезвое село-2021»' (Торатау. 7 сентября. 2021. №72);

- превосходством рекламируемого товара или услуги: *Йөҙ төрлө дауанан кәрәген һайлап ал* 'Из ста различных вариантов лечения выбери нужный' (Башкортостан. 15 марта. 2019. №30). *Биш йыл көткәнде – дүрт айға* 'Пять лет ожиданий – за четыре месяца' (Башкортостан. 19 марта. 2019. №31).

Важную роль в создании рекламных текстов играет глагол. Исследование показало, что наиболее часто употребляемые глаголы в рекламных текстах на башкирском языке следующие: *һатыла* (продается), *көтә* (ждет), *саҡыра* (зовет), *ҡушылығыҙ* (присоединяйтесь), *ҡатнашығыҙ* (примите участие/ участвуйте), *тәкдим итә* (предлагает), *ситтә ҡалмағыҙ* (не упускайте), *уҙғарыла* (проводится), *һатып алам* (покупаю).

В текстах рекламы используются глаголы в повелительном наклонении 2-го лица в форме единственного: «*Азна һайын – бүләк*» акцияһына *ҡушыл!* 'Присоединяйся к акции «Приз каждую неделю»!' (Башкортостан. 13 ноября. 2019. №130). *Һаулығыңды хәстәрлә!* 'Береги здоровье!' (Башкортостан. 2 апреля. 2019. №37). *Ҡомарлы уйындан йыраҡ тор* 'Держись подальше от азартных игр' (Башкортостан. 13 февраля. 2019. №17) и множественного числа, которые призваны убеждать читателя, призвать к действию: *Тәүге этник байрамда ҡатнашығыҙ* 'Участвуйте в первом этническом празднике' (Башкортостан. 6 сентября. 2019. №103). *Бәйгенән ситтә ҡалмағыҙ!* 'Не оставайтесь в стороне от конкурса!' (Башкортостан. 22 ноября. 2019. №134). Также часто употребляются глаголы изъявительного наклонения 1-го лица множественного числа в форме настоящего времени, информируя и убеждая читателей: *Уҡытабыҙ ға, эшкә лә өйрәтәбеҙ* 'И обучаем, и учим работать' (Башкортостан. 27 сентября. 2019. №112). *Бөйөк Еңеүең юбилейын лайыҡлы билдәләргә тейешбеҙ* 'Юбилей Великой Победы должны отметить достойно' (Башкортостан. 1 ноября. 2019. №126).

Для установления контакта с потребителем в рекламных текстах часто используются личные местоимения. *Һәр саҡ фәһемле фекерҙәргә, тәкдимдәргә юлығаһың. Шуға күрә һеҙ – беҙгә, беҙ һеҙгә кәрәк* 'У вас всегда находишь разумные идеи, предложения. Поэтому вы нужны нам, мы – вам' (Башкортостан. 27 марта. 2019. №35). *Донъяны түңәрәк итеүселәр һеҙ!* – 'Правители мира вы!' (Торатау. 27 ноября. 2020. №95). Такие предложения способствуют появлению доверительного контакта между рекламодателем и потребителем.

Для рекламных текстов наиболее характерны следующие синтаксические особенности: информативность, лаконичность, экспрессивность, побудительность.

В экспрессивно-побудительном значении довольно часто используются эллиптические предложения, в которых пропускается сказуемое. *Кроска – командаң менән!* 'На кросс – со своей командой!' (Торатау. 13 сентября. 2019. №73). *Республика – үҫеш юлында* 'Республика – на пути развития' (Башкортостан. 11 октября. 2019. №118). *Төп каналда – үҙебеҙ!* 'На главном канале – мы сами!' (Торатау. 9 июля. 2019. №55). *Өфөлә – башҡорт балы фестивале* 'В Уфе – фестиваль башкирского меда' (Башкортостан. 6 сентября. 2019. №103).

«Звезда» телеканалында – легендар комдивты данлаған фильм 'На телеканале «Звезда» – фильм, прославляющий легендарного комдива' (Башкортостан. 12 июля. 2019. №80).

Однородные члены предложения используются для того, чтобы формировать определенное мнение о рекламируемом товаре или услуге и добавить образности. *Бында юл хәрәкәте ҡағиҙәләрен үтәүсә, хәрәкәттә ҡатнашкан башка кешеләр өсөн ҡурҡыныс тыуҙырмаусы һәм аварияға юлыҡмайынса йөрөүсә шоферҙар тураһында һүҙ бара* 'Речь идет о водителях, не нарушающих правила дорожного движения, не представляющих опасность для других участников движения и не совершающих дорожно-транспортные происшествия' (Башкортостан. 5 апреля. 2019. №39). *Рахим итегеҙ, хөрмәтле кино сәнгәтен, милли фильмдарҙы яратыусылар!* 'Добро пожаловать, уважаемые любители кино и национальных фильмов!' (Башкортостан. 28 июня. 2019. №75). Однородные члены предложения использованы с целью обозначить значимость образа потребителя. Эмоциональная направленность на конкретных потребителей усиливает эффективность рекламного обращения.

Многие заголовки рекламных текстов состоят из восклицательных предложений, вызывая яркие положительные эмоции у читателей. «*Башкортостан таланттары*» *һеҙгә көтә!* '«Башкирские таланты» ждут вас!' (Башкортостан. 8 февраля. 2019. №18). *Республикам, һиңә арнайым!* 'Республика, тебе посвящаю!' (Башкортостан. 11 октября. 2019. №118). *Аҡбузатыбыҙ ҡайтты!* 'Наш Акбузат вернулся!' (Киске Өфө. 16 ноября. 2019. №45).

Побудительный оттенок в рекламных текстах на башкирском языке также вносится словами «эйзә», «эйзәгез». *Эйзә, ҡитап уҡыйыҡ!* – 'Давайте, читать книги!' (Киске Өфө. 16 ноября. 2019. №45). *Ең һыҙған да, эйзә, ярышҡа!* – 'Засучи рукава и, айда, на соревнование!' (Торатау. 1 октября. 2019. №78). Глагол в форме изъявительного наклонения будущего времени может использоваться как сказуемое в побудительном предложении. *Сирҙе бергәләп туктатайыҡ!* 'Вместе остановим болельцы!' (Башкортостан. 22 ноября. 2019. №134).

Рекламные конструкции в виде вопроса заинтересовывают потребителя и привлекают его внимание. *Кем иң етеш пенсионер?* 'Кто самый быстрый пенсионер?' (Башкортостан. 23 гинуар. 2019. №18). *Байрам осоронда ниндәй саралар уҙғарыла?* 'Какие мероприятия проводятся в период праздника?' (Башкортостан. 11 октября. 2019. №118).

Изучив языковые особенности рекламных текстов на башкирском языке, мы пришли к выводу, что реклама может быть эффективной и успешной тогда, когда отражает все нюансы языка того общества, для которого предназначены рекламные тексты. Реклама может быть действенной только в контексте с обществом. «Рекламный текст является источником национально-культурной специфики.

При изучении культурно-специфических языковых фактов, находящихся отражение в языке рекламных объявлений, необходимо учитывать кумулятивную функцию языка, т.е. его способность отражать, фиксировать и сохранять в своих единицах информацию о воспринятой человеком действительности, в т.ч. и культурно-специфической информации, характерной только для данного народа. Такие сведения формируются под воздействием географических, экономических, социальных, политических особенностей изучаемого региона, восходят к особенностям его фольклора, всех видов искусства, науки, быта и обычаев народа. При этом в рекламных текстах в той или иной степени освещаются все эти традиции, фольклор, обычаи, различные жанры искусства» [4]. Создавая рекламу, рекламные тексты, не стоит забывать национальное и языковое своеобразие целевой аудитории. Употребление в рекламных текстах на башкирском языке национально-маркированных лексических единиц создает положительный и благоприятный образ товара, побуждает потенциальных потребителей к действию. Совершенствование языка рекламных текстов способствует улучшению культуры устной и письменной речи, повышению эффективности и информативности массовой коммуникации.

Таким образом, в нашей работе нами рассмотрены языковые особенности рекламных текстов на

башкирском языке. Влияние рекламы сказывается не только на сфере торговли и услуг, но и на общественно-культурной жизни общества, развитии и усовершенствовании норм языка. Рекламные тексты, адресованные массовому потребителю, ориентированы на живую разговорную речь и отражают самые актуальные языковые процессы. Подобранные с учетом национальных особенностей различные приемы и языковые средства влияют на поведенческие реакции и последовательность действий получателей рекламных сообщений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Газета «Башкортостан». 2019–2021 гг.
2. Газета «Киске Өфө». 2019–2021 гг.
3. Газета «Торатау». 2019–2021 гг.
4. Курченкова Е. А. Культурно-языковые характеристики текстов газетных объявлений: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 24 с.
5. Назайкин А. Н. Копирайтинг. Рекламный текст в различных носителях. URL: http://www.nazaykin.ru/_copy_vehicles.htm
6. Трошина Н. Н. Введение // Этнокультурная специфика речевой деятельности. М., 2000. С. 3–4.
7. «Башкортостан» гәзите тарихынан // Из истории газеты «Башкортостан» (bashgazet.ru). URL: <https://bashgazet.ru/pages/ob-izdani>
8. «Киске Өфө» протыгивает вам пыку. URL: <https://ufacity.info/press/news/156238.html>
9. Баҫма тупаһында (gazeta-toratau.ru). URL: <https://bashgazet.ru/pages/ob-izdani>

Поступила в редакцию 10.11.2021 г.

LINGUISTIC FEATURES OF PRINTED ADVERTISING TEXTS 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*

Advertising reflects the world of modern society, and the language of advertising instantly reacts to any changes in life. This is inevitably reflected in advertising texts. Advertising cannot exist in isolation from society, without taking into account national characteristics and linguistic realities. Advertising printed texts in the Bashkir language are no exception. In these texts, the language material is used that reflects the features of the socio-political and cultural life of the Bashkir target audience. The purpose of this article is to identify, describe, and systematize the linguistic features of advertising texts in the Bashkir press. The author of the article is interested in advertising texts in the Bashkir language in the printed editions of the Republic of Bashkortostan and tried to analyze the features of newspaper advertising as a means of expressing national characteristics. For this purpose, the author examined the newspapers “Bashkortostan”, “Kiske Ufk”, “Toratau” published in 2019–2021. The above newspapers are of different levels, each characterized by the presence of a certain audience and fulfillment of an educational role among the Bashkir society. According to the subject matter, the texts in the Bashkir press can be divided into the following groups: informational, offering, encouraging, image. Having studied the linguistic features of advertising texts in the Bashkir language, the author concluded that advertising could be effective and successful when it reflects all the nuances of the language of the society for which the advertising texts are intended. Advertising can only be effective in context with the society. The study proved that the use of nationally-labeled lexical units in advertising texts creates a positive and favorable image of the product, thereby encouraging potential consumers to buy and showing the effectiveness of advertising. The linguistic features of advertising texts in the Bashkir language were considered. The influence of advertising affects not only the sphere of trade and services, but also the social and cultural life of society, the development and improvement of language norms. Advertising texts addressed to the mass consumer are focused on live spoken language and reflect the most relevant language processes. Various techniques and language means that are selected taking into account national characteristics affect the behavioral reactions and sequence of actions of the recipients of advertising messages.

Keywords: advertising, advertising text, Bashkir language, linguistic features, printing press.

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

REFERENCES

1. Gazeta «Bashkortostan». 2019–2021 gg.
2. Gazeta «Kiske Ufk». 2019–2021 gg.
3. Gazeta «Toratau». 2019–2021 gg.
4. Kurchenkova E. A. Kul'turno-yazykovye kharakteristiki tekstov gazetnykh ob'yavlenii: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Volgograd, 2000.
5. Nazaikin A. N. Kopiraiting. Reklamnyi tekst v razlichnykh nositelyakh. URL: http://www.nazaykin.ru/_copy_vehicles.htm
6. Troshina N. N. Vvedenie. Etnokul'turnaya spetsifika rechevoi deyatel'nosti. Moscow, 2000. Pp. 3–4.
7. «Bashkortostan» gazite tarikhynan. Iz istorii gazety «Bashkortostan» (bashgazet.ru). URL: <https://bashgazet.ru/pages/ob-izdani>
8. «Kiske Ufk» protyagivaet vam ruku. URL: <https://ufacity.info/press/news/156238.html>
9. Baçma turahynda (gazeta-toratau.ru). URL: <https://bashgazet.ru/pages/ob-izdani>

Received 10.11.2021.