

RU

Морфологические и синтаксические особенности башкирских рекламных текстов (на материале периодических изданий)

Ганиева З. Ю., Абдуллина Г. Р.

Аннотация. Цель исследования – выявление морфологических и синтаксических особенностей рекламных текстов в башкирском языке. В статье уточняются понятие «рекламный текст» и его структурные элементы. Основное внимание в исследовании уделяется описанию морфологических и синтаксических особенностей башкирских рекламных текстов на примере газетных изданий «Башкортостан» («Башкортостан»), «Киске Өфө» («Вечерняя Уфа») и «Торатау» за 2022-2023 годы. Научная новизна исследования заключается в том, что нами впервые предлагается анализ современных башкирских рекламных текстов на уровне морфологии и синтаксиса. В результате доказано, что рекламный текст в башкирских газетных изданиях представляет собой эффективное использование разнообразных языковых средств различных уровней, его прагматический аспект проявляется в выборе грамматических единиц и особого синтаксиса. Функционирование морфологических средств в рекламных текстах характеризуется информативностью, императивностью, прагматичностью, эмоциональностью и придает тексту выразительность, эффективность, усиливает смысловую нагрузку. Особое значение в синтаксисе рекламного текста приобретает использование простых, односоставных предложений, подчинительных связей, вводных конструкций, инверсии, вопросов и восклицаний. В представленной статье рекламные тексты носят информативно-описательный характер.

EN

Morphological and syntactic features of Bashkir advertising texts (based on the material of periodicals)

Ganieva Z. Yu., Abdullina G. R.

Abstract. The study aims to identify the morphological and syntactic features of advertising texts in the Bashkir language. The paper clarifies the notion of “advertising text” and its structural elements. Main attention is paid to the description of the morphological and syntactic features of Bashkir advertising texts using the example of the newspapers Башкортостан (Bashkortostan), Киске Өфө (Evening Ufa) and Торатау (Toratau) for 2022-2023. The study is novel in that it is the first to propose an analysis of modern Bashkir advertising texts at the level of morphology and syntax. As a result, it was proved that the advertising text in Bashkir newspapers is an effective use of various linguistic means of different levels, its pragmatic aspect is manifested in the choice of grammatical units and special syntax. The functioning of morphological means in advertising texts is characterized by informativeness, imperativeness, pragmatism, emotionality and gives the text expressiveness, effectiveness, enhances the semantic load. The use of simple, one-member sentences, subordinate relations, parenthetical constructions, inversion, questions and exclamations is of particular importance in the syntax of the advertising text. The advertising texts presented in the paper are informative and descriptive in nature.

Введение

В настоящее время реклама как неотъемлемая часть современного мира, как важнейший элемент неценовой конкуренции широко представлена во всех средствах массовой коммуникации.

Рекламный текст выполняет в основном коммуникативные функции информирования, убеждения, акцентирования для адресата привлекательных свойств товара либо услуг, а, по мнению И. Имшинецкой, это

«совершенно особый текст, который не похож ни на какой другой – ни на художественный, ни на публицистический, ни даже на агитационно-пропагандистский» (2002, с. 23).

Существует несколько различных классификаций рекламных текстов. Так, И. А. Сазонова (2006) указывает на такие критерии классификации рекламных текстов, как рекламируемый объект, целевая аудитория, этап жизненного цикла товара, СМИ-рекламоноситель, а М. А. Леутко и Р. Н. Назар (2022, с. 35) в качестве основных выделяют престижность, напоминание, информативность и разъяснительность рекламных текстов.

В башкирском языке рекламные тексты не являлись объектом специального лингвистического исследования. Если профессор Д. С. Тикеев (1999) изучал текст как лингвистический объект, Ф. С. Искужина (2000) – как сложное синтаксическое целое, то Г. Д. Валиева (2002) рассматривала пейзажные и интерьерные описательные тексты.

Многообразие форм рекламы и широкий охват целевой аудитории, национально-культурная значимость рекламных текстов в печатных изданиях для башкирского народа определили актуальность исследования. В связи с функциональными особенностями рекламы актуальным становится и изучение языковых средств, создающих вербальный образ товара в глазах целевой аудитории рекламного воздействия. Характеристика рекламных текстов на материале башкирских газет решает проблему изучения их специфики на морфологическом, синтаксическом уровнях языка.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: 1) определить понятие «рекламный текст» в башкирском языке; 2) рассмотреть морфологические особенности рекламных текстов; 3) исследовать характерные особенности синтаксиса; 4) выявить различные методы воздействия (как морфологические, так и синтаксические) на потенциального покупателя на примере газетных изданий «Башкортостан» («Башкортостан»), «Киске Өфө» («Вечерняя Уфа») и «Торатау».

Методы исследования, использованные в работе, – это описательный и сравнительный методы.

Теоретическая значимость результатов состоит в том, что данное исследование вносит вклад в изучение морфологии и синтаксиса рекламного текста в башкирском языке.

Материалом исследования явились газетные издания на башкирском языке: «Башкортостан». URL: <https://bashgazet.ru/>; «Киске Өфө». URL: <http://www.kiskeufa.ru/>; «Торатау». URL: <https://gazeta-toratau.ru/> – за 2022-2023 годы.

Теоретической базой исследования послужили работы Н. Х. Ишбулатова, М. В. Зайнуллина (1986), Г. Г. Саитбатталова (1999; 2002), М. Г. Усмановой (2002), А. М. Азнабаева (2007), Д. С. Тикеева (2004; Тикеев, Тикеев, 2008), М. В. Зайнуллина (2013), посвященные описанию морфологических и синтаксических особенностей башкирского языка. Кроме того, учитывались работы Н. А. Баскакова (1979), Н. К. Дмитриева (2008), отражающие вопросы башкирского и тюркского языкознания в сопоставительном аспекте. Важной в исследовании явилась и коллективная монография «Грамматика башкирского языка» (2018, т. 2, т. 3) в трех томах, характеризующая морфологический и синтаксический строй башкирского языка.

Практическая значимость работы заключается в том, что собранный иллюстративный материал и результаты проведенного анализа могут быть использованы при разработке вузовских лекционных курсов по теории коммуникации и рекламы, выполнении выпускных квалификационных работ.

Обсуждение и результаты

Рекламный текст – это коммуникативная единица, функционирующая в сфере маркетинговой коммуникации для неличного продвижения товара, услуги, лица или субъекта идеи, социальной ценности, имеющая в структуре формальный признак – сигнализирование о характере информации, обязательное по закону о рекламе, один или несколько компонентов бренда или рекламного реквизита и отличающаяся равной значимостью вербально и невербально выраженного смысла. Рекламный текст обладает полисемиотичностью, императивностью и суггестивностью (Фещенко, 2003, с. 48).

Рекламный текст, как правило, создается из большого разнообразия средств речевого воздействия. К основным структурным элементам такого рода текста следует отнести заголовок (связь между визуальным восприятием объявления и текстовым содержанием), основное содержание (основная информация) и слоган (краткий текст для привлечения внимания, побуждения к действию).

При создании рекламного текста необходимо учитывать не только лексико-семантические, но и морфологические особенности текста. На морфологическом уровне особенность рекламного текста проявляется в предпочтении существительных, выполняющих информационную функцию обозначения (называния) предметов, явлений, процессов. Например:

(1) **Мансур граниты.** Роспатент Башкортостандың Учалы районында сығарылған Мансур граниты брендын теркәгән (Киске Өфө. 2023. № 11). / **Мансуровский гранит.** Роспатент зарегистрировал бренд Мансуровского гранита, выпускаемого в Учалинском районе Башкортостана (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи. – З. Г., Г. А.).

(2) **Ерҙәге олма** (Киске Өфө. 2023. № 11). / **Рай на земле** (реклама турбазы);

(3) **Үзбөзгә йәнһүрәт** (Киске Өфө. 2023. № 4). / **Наш мультфильм** (реклама мультфильма на башкирском языке);

(4) **Илһөйәрлек мәктәбе** (Киске Өфө. 2023. № 4). / **Школа патриотизма** (реклама патриотического кружка в Центре детского творчества);

(5) *Ерем, телем, илем – Башкортостаным. Ил тамырын базар балтаһы өзөргә тейеш түгел* (Башкортостан. 2022. 19 июля). / *Наша земля, наш язык, наша страна – наш Башкортостан. «Топор» рыночных отношений не должен рубить под корень нашу страну* (реклама социального проекта);

(6) *«Туған тел» – милләт кото* (Башкортостан. 2022. 28 января). / *«Родной язык» – спасение нации* (реклама телеканала);

(7) *Бөрйәндә – Миндек байрамы. Кейекбай һәм Мәндәғол катын-кызлары миндек бәйләү байрамына сыккан* (Башкортостан. 2023. 11 июня). / *В Бурзяне – Праздник веника. Женщины сел Киекбаево и Мандагулово вышли на праздник вязания веников* (реклама общественного мероприятия);

(8) *Казанда – башкорт фольклоры байрамы* (Башкортостан. 2023. 23 мая). / *В Казани – Праздник башкирского фольклора* (реклама общественного мероприятия);

(9) *Бөгөн – Әбйәлилдә һабантуй!* (Башкортостан. 2023. 27 мая) / *Сегодня – сабантуй в Абзелиле!* (реклама общественного мероприятия);

(10) *«Артылыш» сакыра! Мәскәүзә йәшәгән башкорт йәштәре якташтарын көтә* (Башкортостан. 2023. 20 марта). / *«Артылыш» зовет! Башкирская молодежь в Москве ждет земляков* (реклама общественного мероприятия);

(11) *Узбәкстандағы милләттәштәрәбез өсөн – осталык дәрестәре* (Башкортостан. 2023. 20 марта). / *Мастер-классы для соотечественников из Узбекистана* (реклама общественного мероприятия).

Имена существительные в данных примерах относятся к разряду собственных (1, 6, 7, 10) и нарицательных (2, 3, 4, 5, 8, 9, 11), с помощью которых рекламная информация становится более эффективной и соответствующей реалиям действительности.

В рекламных текстах распространены и глаголы, несущие в себе основную смысловую нагрузку. Чаще всего употребляются глаголы в форме изъявительного и повелительного наклонения настоящего времени. Например:

(1) *Уйынға рәхим итегез!* (Торатау. 2023. 15 июня) / *Добро пожаловать на игру!*;

(2) *Байрам концертына кил* (Торатау. 2023. 7 июня). / *Приходи на праздничный концерт!*;

(3) *Һабантуй – 2023 сакырабыз* (Торатау. 2023. 13 июня). / *Приглашаем на Сабантуй-2023!*;

(4) *Һөйөнсө! Концертка билеттар отторабыз!* (Торатау. 2023. 8 мая) / *досл. Радостная весть! Разыгрываем билеты на концерт!*;

(5) *Китап байрамына килегез!* (Торатау. 2023. 26 мая) / *Приходите на Праздник книги!*;

(6) *Зәйнәтдин Ишембайға килә!* (Торатау. 2023. 12 апреля) / *Зайнетдин приезжает в Ишимбай!* (реклама концерта);

(7) *Уянам да йокомдан йылмаям!* (Торатау. 2023. 4 мая) / *Просыпаюсь и улыбаюсь!* (реклама стоматологической клиники);

(8) *Акса эшләйек!* (Торатау. 2023. 6 июня) / *Заработаем!* (реклама вакансий вахтовой работы);

(9) *Мөһим саранан ситтә калмағыз* (Торатау. 2023. 23 мая). / *Не оставайтесь в стороне от важного события* (реклама общественного мероприятия);

(10) *«Минең ғаиләм» фотоконкурсанда катнашығыз!* (Торатау. 2023. 5 июня) / *Участвуйте в фотоконкурсе «Моя семья»!*

Основная роль императива в рекламном тексте заключается в создании положительного образа с использованием различных способов призыва и убеждения (примеры 1-5, 8-10). Наиболее употребительными в башкирских рекламных текстах являются формы вежливого обращения (примеры 1, 5, 9, 10), а также 1 и 2 лица множественного числа (*отторабыз – разыгрываем; сакырабыз – приглашаем; килегез – приходите* и др.).

Прилагательные, обозначающие постоянный признак предметов, различны по своей семантике. Для придания выразительности тексту рекламы чаще всего используются качественные прилагательные (примеры 2-6) и превосходная степень (пример 1): (1) *Иң шәп бүләк – китап!* (Киске Өфө. 2023. № 3) / *Самый лучший подарок – книга!*; (2) *Төрлө илдәр, төрлө телдәр* (Башкортостан. 2022. 21 февраля). / *Разные страны, разные языки!*; (3) *Кызыклы сара көтә* (Башкортостан. 2022. 21 февраля). / *Вас ждет интересное мероприятие!*; (4) *Йырлы-моңло, дәртле, күңелле тамашаға рәхим итегез!* (Торатау. 2023. 2 марта) / *Добро пожаловать на зазорное, веселое музыкальное мероприятие!*; (5) *Сағыу байрамдан ситтә калмағыз!* (Башкортостан. 2023. 15 июня) / *Не оставайтесь в стороне от яркого праздника!*; (6) *Балалар өсөн шәп байрам* (Торатау. 2023. 1 июня). / *Отличный праздник для детей.*

Употребление в рекламных текстах местоимений создает иллюзию доверительных отношений, дружеского общения и сближения. Подобные морфологические средства либо выделяют, либо усиливают основную идею, играют важную роль в восприятии рекламного текста. Примеры:

(1) *Һин дә катнаша алаһың!* (Башкортостан. 2022. 5 августа, 2022) / *И ты можешь участвовать!* (реклама фотоконкурса); (2) *К. Әхмәдиев дәртле йырҙарын тик һезгә генә бүләк итә!* (Торатау. 2023. 2 марта) / *К. Ахмадиев только вам дарит свои зазорные песни!* (реклама концерта); (3) *«Башкорт аты» фестиваленә 11-13 августа Баймак районының Граф күле янындағы һабантуй майҙанына һин дә килмәй калма!* (Башкортостан. 2023. 10 июня) / *Приходи и ты на фестиваль «Башкирская лошадь», который пройдет в Баймакском районе возле Графского озера с 11 по 13 августа!* (реклама общественного мероприятия); (4) *«Bash.lingua» проекты һине көтә, йәш дуһым!* (Башкортостан. 2023. 18 февраля) / *Проект «Bash.lingua» ждет тебя, юный друг!* (реклама языковой площадки); (5) *Red Wings авиакомпанияһы осоштар географияһын киңәйтәсәк, һин дә, кәзерле пассажир, ситтә калма* (Башкортостан. 2023. 20 марта). / *Авиакомпания Red Wings расширяет свою географию полета, и ты, дорогой*

пассажир, не оставайся в стороне (реклама авиакомпании); (6) «Әйзәгез, башкортса кейенәйек!» тип өндәшәбез һиңә, кәзерле укыусым (Киске Өфө. 2022. № 1). / Со словами «Давайте одеваться по-башкирски!» обращаемся к тебе, дорогой читатель (реклама одежды с национальным принтом); (7) **Без** йондоззар токандырабыз! (Киске Өфө. 2023. № 11) / **Мы** зажигаем звезды! (реклама танцевального конкурса).

Итак, употребление в рекламных текстах собственных и нарицательных существительных, качественных прилагательных, формы превосходной степени прилагательных, личных местоимений, глаголов в форме императива либо вежливого обращения в форме 1 и 2 лица множественного числа придает тексту выразительность, эффективность, усиливает основную идею и смысловую нагрузку, при этом характеризуясь информативностью, императивностью, прагматичностью, эмоциональностью. Таким образом, следует подчеркнуть информативно-описательный характер рекламных текстов в башкирском языке.

Немаловажную роль в рекламных текстах играют не только морфологические ресурсы, но и строение предложения с его прагматической установкой.

Особое значение в синтаксисе рекламного текста приобретает использование простых, односоставных предложений, подчинительных связей, вопросов и восклицаний.

В рекламных текстах чаще всего встречаются назывные предложения. Например: *Бөгөн – Баймакта һабантуй!* (Башкортостан. 2023. 2 июня) / *Сегодня в Баймаке сабантуй!*; *Уйзарға уйылыр спектакль* (Киске Өфө. 2023. № 14). / *Спектакль, полный дум; Иғтибар! Ошолай за театр икән!* (Киске Өфө. 2023. № 15) / *Внимание! Вот такой театр!*; «*Езнәкәй*» *йәнә сәхнәлә!* (Киске Өфө. 2023. № 16) / «*Зятек*» *снова на сцене!*; *Юбилярға арналған сағыу байрам кисәһе* (Торатау. 2023. 30 мая). / *Яркий праздничный вечер, посвященный юбиляру; Ауыл мәктәбәндә – Микеланджело* (Торатау. 2023. 15 мая 2023). / *Микеланджело в сельской школе* (реклама выставки).

Синтаксические особенности рекламных текстов башкирских газет проявляются:

1) в преобладании простых предложений: *Баймакта «Башкорт аты» фестивале була* (Башкортостан. 2023. 15 июня). / *В Баймаке состоится фестиваль «Башкирская лошадь»;* *Мультиквалификациялы белгестәр кәрәк* (Башкортостан. 2023. 9 июня). / *Нужны мультиквалифицированные специалисты;* *Кытай маркетплейстарында махсус бит асыу мотлак* (Башкортостан. 2023. 27 мая). / *Специальные страницы на китайских маркетплейсах обязательны;* *Башкортостан хезмәттәшлек өсөн һәр вақыт асык* (Башкортостан. 2023. 25 мая). / *Башкортостан всегда открыт для сотрудничества;* *Яңғызлыктаң ауырлығын яңғыз кеше генә белә* (Торатау. 2023. 28 апреля). / *Только одинокий знает трудность одиночества;* «*Бионорд*» *зыяңлы түгел* (Киске Өфө. 2022. № 4). / «*Бионорд*» *не опасен.* Данные простые предложения являются легкими для восприятия, поскольку читатель отдает предпочтение нераспространенным кратким сообщениям, нежели сложным синтаксическим конструкциям;

2) в употреблении в некоторых случаях однородных членов для придания ритма слогану-предложению: *Газиткә языл да булук от!* (Торатау. 2023. 4 июня) / *Подпишись на газету и выиграй приз!* *Бейе лә йырла – йондоз бул!* (Торатау. 2023. 17 апреля) / *Танцуй и пой – стань звездой!*; *Әй, туған тел, әй, матур тел* (Торатау. 2023. 20 февраля). / *Ах, родной язык, ах, красивый язык* (реклама конкурса стихов); *Бәхетәңде танып, татып өлгөр* (Торатау. 2023. 20 февраля). / *Успей узнать, почувствовать свое счастье;*

3) в использовании вводных конструкций, обращений, которые придают тексту непринужденность, характер разговорности, доверительных отношений: *Хәл белергә кайт, туған* (Торатау. 2023. 11 февраля). / *Приезжай навестить, родня* (реклама мероприятия, посвященного встречи односельчан); *Сәй көнө менән, дуһтар!* (Торатау. 2023. 15 декабря) / *С Днем чая, друзья!*; *Быйыл Түңгәүерзәрзәң 5-се Йыйыны 1-2 июль көндәрәндә Баймак районында үтәсәк. Түңгәүерзәр, саранан ситтә ятып калмағыз!* (Башкортостан. 2023. 10 июня) / *5-ый съезд рода тунгаур в этом году состоится 1-2 июля в Баймакском районе. Тунгауровцы, не оставайтесь в стороне от мероприятия!*;

4) в использовании большого количество вопросительных предложений, чаще всего в форме риторических вопросов: *Әбейзәргә ни етмәй?* (Торатау. 2023. 20 февраля) / *Чего не хватает старушкам?; Бөрйән катынкызылары кышкылыкка миндек әзерләгән. Ә һез миндек ишләнегезме әле?* (Башкортостан. 2023. 3 июня) / *Бурзянские женщины подготовили веники к зиме. А вы подготовили веники?; Быйыл «Салауат йыйыны» кайза һәм касан үтә? Шәмбе, 10 июндә, Салауат районында башкорт халкының милли геройы Салауат Юлаевтың тыуыуына 269 йыл тулыуға арналған «Салауат йыйыны» зур республика фольклор байрамы үтә* (Башкортостан. 2023. 5 июня). / *Где и когда проведут «Салават йыйыны» в этом году? – В субботу, 10 июня, в Салаватском районе пройдет большой республиканский фольклорный праздник «Салават йыйыны», посвященный 269-летию со дня рождения национального героя башкирского народа Салавата Юлаева; «Миллионер» ауылда нимә уза?* (Башкортостан. 2023. 24 мая) / *Что проведут в селе-«миллионере»?* (реклама общественного мероприятия). Данные вопросительные предложения обеспечивают иллюзию ведения диалога;

5) в использовании восклицательных предложений, служащих усилению экспрессии: *Ауылдарға адвокаттар кәрәк!* (Киске Өфө. 2022. № 3) / *Селам нужны адвокаты!*; *Ишембайзар һынатмай!* (Торатау. 2023. 21 мая) / *Ишимбайцы не подведут!*; *Дүрт ауыл – һизез билет!* (Торатау. 2022. 30 декабря) / *Четыре села – восемь билетов!*; *Торатау Бабайға хат яз!* (Торатау. 2022. 24 декабря) / *Напиши письмо Торатау Бабаю (старик)!; Берлинғаса хәрби юл үткән атка дан!* (Башкортостан. 2023. 3 мая) / *Слава лошади, прошедшей военный путь до Берлина!*; *Хәйбулла районында республикала тәүге тапкыр «Корот байрамы» фестивале ойшторола. Хатта иң зур йомарлам коротто хәйбуллалар Рәсәйзәң «Рекордтар китабы» на индерергә уйлай!* (Башкортостан. 2023. 11 июня) / *В Хайбуллинском районе впервые в республике пройдет фестиваль «Праздник курута». Хайбуллинцы планируют занести в «Книгу рекордов» России самый большой комок-шар из курута!*; *Иртәгә, 21 февралдә, «Торатау» конгресс-холында Халык-ара туған тел көнө билдәләңә. Килмәй калма!* (Башкортостан. 2023. 20 февраля) / *Завтра, 21 февраля, в конгресс-холле*

«Торатау» пройдет Международный день родного языка. Не оставайся в стороне!; Ризык дарыу булһын, дарыу ризык булмаһын! (Киске Өфө. 2023. № 3) / Пусть еда будет лекарством, а не лекарство едой!; Укырға... Кайза? Сибайза! (Киске Өфө. 2023. № 10) / Учиться... Где? В Сибай!; 21 майға Ишембайға велоузышка килегез! (Торатау. 2023. 10 мая) / 21 мая приходите на велогонку в Ишимбай!;

б) в использовании инверсии для обращения внимания читателя на определенные детали сообщения: *Швед өстәле кеүек безең тормош* (Торатау. 2023. 3 апреля). / *Как шведский стол наша жизнь*; *Әсәм айтә ине* (Торатау. 2022. 26 декабря). / *Говорила моя мать* (реклама социального проекта). Благодаря обратному порядку слов в предложении различные члены предложения, кроме подлежащего, выносятся на первое место.

Вышеприведенные примеры позволяют сделать вывод о том, что рекламный текст в башкирских газетных изданиях представляет собой эффективное использование разнообразных языковых средств различных уровней, его прагматический аспект проявляется в выборе грамматических единиц и особого синтаксиса.

Заклучение

Таким образом, необходимо заключить, что до настоящего времени не уделялось должного внимания лингвистическому описанию современных рекламных текстов в башкирском языке. Необходимость многоуровневого изучения принципов построения рекламного текста и использования тех или иных языковых средств, обеспечивающих реализацию целей рекламного воздействия, определили актуальность данной статьи.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что рекламные тексты в башкирской прессе носят больше информативно-описательный характер и форму императива.

В рекламных текстах башкирских газет чаще всего используются собственные и нарицательные существительные, качественные прилагательные, превосходная степень прилагательных, личные местоимения, глаголы в форме императива либо вежливого обращения в форме 1 и 2 лица множественного числа, которые придают тексту эмоциональность, выразительность, эффективность, а также усиливают смысловую нагрузку.

Особое значение в синтаксисе рекламного текста приобретает преобладание простых, односоставных предложений, использование однородных членов, вводных конструкций, инверсии, вопросов и восклицаний. Синтаксические конструкции, формальная организация предложений обеспечивают иллюзию ведения диалога, обращают внимание читателя на определенные детали сообщения, служат усилению экспрессии, придают слогану особый ритм, а предложению – характер непринужденности и доверительных отношений.

Перспективы дальнейшего исследования морфологии и синтаксиса рекламных текстов в башкирском языке мы видим в более детальном изучении данного вопроса на уровне лексических, морфологических, синтаксических, стилистических особенностей рекламного текста.

Источники | References

1. Азнабаев А. М. Синтаксис сложного предложения башкирского языка. Уфа: Гилем, 2007.
2. Баскаков Н. А. Историко-типологическая морфология тюркских языков: структура слова и механизм агглютинации. М.: Наука, 1979.
3. Валиева Г. Д. Структурная организация описательных микротекстов в башкирском языке: автореф. дисс. ... к. филол. н. Уфа, 2002.
4. Грамматика башкирского языка: в 3-х т. Уфа: Китап, 2018. Т. 2. Морфология / отв. ред. Х. В. Султанбаева.
5. Грамматика башкирского языка: в 3-х т. Уфа: Китап, 2018. Т. 3. Синтаксис / отв. ред. А. М. Азнабаев, Ф. С. Тикеев.
6. Дмитриев Н. К. Грамматика башкирского языка. М. – Уфа: Наука, 2008.
7. Зайнуллин М. В. Современный башкирский литературный язык. Морфология. Уфа, 2013.
8. Имшинецкая И. Креатив в рекламе. М., 2002.
9. Искужина Ф. С. Текст и средства его организации в современном башкирском языке. Уфа, 2000.
10. Ишбулатов Н. Х., Зайнуллин М. В. Современный башкирский литературный язык. Фонетика. Морфология. Уфа, 1986.
11. Леутко М. А., Назар Р. Н. Композиционные и морфологические особенности рекламных текстов // Идеи. Поиски. Решения: сб. ст. и тез. XVI междунар. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов. Мн.: Изд-во Белорусского государственного университета, 2022.
12. Сазонова И. А. Структурно-функциональные особенности печатного рекламного текста на различных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2006.
13. Сайтбатталов Г. Г. Башкирский язык: в 2-х т. Уфа, 1999. Т. 1. Синтаксис простого предложения.
14. Сайтбатталов Г. Г. Башкирский язык: в 2-х т. Уфа, 2002. Т. 2. Синтаксис сложного предложения.
15. Тикеев Д. С. Исследования по синтаксису простого предложения современного башкирского языка. Уфа, 1999.
16. Тикеев Д. С. Основы синтаксиса современного башкирского языка. М.: Наука, 2004.
17. Тикеев Д. С., Тикеев Ф. С. Современный башкирский язык. Синтаксис. Уфа: Гилем, 2008.
18. Усманова М. Г. Функционально-семантическая классификация глаголов башкирского языка. Уфа, 2002.
19. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста. СПб., 2003.

Информация об авторах | Author information**RU**

Ганиева Зульфия Юрисовна¹
Абдуллина Гульфира Рифовна², д. филол. н., проф.
^{1,2} Уфимский университет науки и технологий

EN

Ganieva Zulfiya Yurisovna¹
Abdullina Gulfira Rifovna², Dr
^{1,2} Ufa University of Science and Technology

¹ ganievabox@yandex.ru, ² abguri@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 19.06.2023; опубликовано online (published online): 15.08.2023.

Ключевые слова (keywords): башкирский язык; морфология; синтаксис; рекламный текст; периодика; Bashkir language; morphology; morphology; syntax; advertising text; periodicals.