

FEATURES OF ARMENIAN-LANGUAGE ADVERTISING ON SOCIAL MEDIA *

UDS 81'1:339.138

DOI: 10.52063/25792652-2024.4.23-131

SPARTAK MKHITARYAN

*Brusov State University, Faculty of General and Comparative Linguistics,
English Communication Department, Lecturer, Ph.D. Student
Yerevan, the Republic of Armenia*

mspartak97@gmail.com

ORCID: 0009-0007-1843-1166

The given article explores how language is creatively used in Armenian-language advertising on social networks to capture attention and engage audiences. The goal is to understand what makes certain ads more appealing and effective, offering practical insights for anyone navigating the fast-paced world of digital marketing.

The research sets the following tasks:

- to explore Language in Ads: Look at real examples of Armenian-language ads and uncover the clever linguistic strategies behind them.*
- to analyze how specific words, phrases, and styles resonate with people, tapping into their emotions and cultural background.*
- to evaluate which language choices help brands stand out and motivate action, whether it's raising awareness or encouraging a purchase.*
- to provide practical advice for marketers on how to use language more effectively in their advertising, especially in the Armenian market.*

Qualitative approach was employed to analyze the linguistic characteristics of Armenian online advertisements in this research. A combination of several methods were used to achieve a comprehensive analysis, such as:

discourse analysis was applied to examine how language in the ads construct meaning and influences the audience. This method focuses on how particular words or structures of the sentences may contribute to the persuasive power of the ad.

content analysis method is used to categorize the types of language and stylistic devices used in the analyzed ads. By analyzing expression and topics, this article can reveal unique linguistic patterns of Armenian online ads.

By analyzing the art of language in advertising, this article reveals how words can shape the success of digital campaigns in an ever-evolving online world.

Keywords: *linguistic strategies, online ads, social media advertising, audience engagement, advertising tactics, marketing tactics, language use, audience persuasion.*

Introduction

In today's digital era, our lives are saturated with an overwhelming number of advertisements and commercial announcements, creating an omnipresent phenomenon that is impossible to avoid. Whether we are on the street, watching TV, or using a

* Հոդվածը ներկայացվել է 27.09.2024թ., գրախոսվել՝ 18.10.2024թ., տպագրության ընդունվել՝ 31.12.2024թ.:

computer, we are constantly exposed to a variety of ads. Social media platforms, especially Facebook and Instagram have become key channels for advertising. The development of technology has radically changed the process of creating advertisements, and more companies now use social networks to promote their products and services.

The purpose of this article is to explore and analyze the unique linguistic features and strategies used in Facebook social network advertisements. The focus is on Armenian-language ad texts and their components within the context. Through a comprehensive study of these aspects, we aim to gain a deep understanding of the dynamic relationships between language and digital advertising practices in the modern digital era.

Components of Advertising Texts

To effectively analyze advertising texts, it is essential to first define what advertising entails and what its core components are. In the 21st century, advertising plays a key role in promoting products, seamlessly integrating into our daily lives filled with various visual and auditory advertising materials. This has prompted scholars worldwide to study the characteristics and types of advertising texts. An advertising text represents a form of paid, non-personal communication aimed at promoting products or services using persuasive messages targeted at a specific audience through various media platforms, including interactive ones (Wells, Burnett and Moriarty 6).

The structure of written advertising texts and word choice are of particular importance, as the text can influence individuals, evoking a desire to purchase the product. Depending on the purpose of the ad text, it may stimulate someone to buy or perform specific actions. The ad text must be accessible, concise, vivid, informative, and expressive. Therefore, those who write ad texts use various psychological and linguistic techniques. An advertising text comprises several parts, each serving a specific function and purpose. The main components of advertising texts are:

- Slogan
- Headline
- Main body of the ad text

A slogan embodies a concise version of the advertising idea, honed to linguistic perfection, capturing a memorable concept; an expressive verbal description of a company, product, or political figure. Not every advertising text contains a slogan. Key criteria for a slogan include brevity, memorability, logical consistency, brand symbol integration, and translatability into different languages.

Example: "Just do it" (Nike official website, 1988). Nike's famous slogan "Just do it" is globally recognized for embodying the brand's ethos, promoting action and self-sufficiency. This brief phrase motivates consumers worldwide to associate Nike with overcoming challenges and achieving personal success through determination and persistence.

The headline stands out as the most crucial verbal element in advertising. Traditionally, headlines succinctly describe the main appeal and arguments of the ad,

aimed at conveying the central message, considering that consumers may entirely skip the main text.

In his book "Confessions of an Advertising Man" David Ogilvy highlights several key functions of headlines, including:

- Attracting attention
- Arousing interest
- Identifying buyers/target audience
- Describing products/services
- Selling products/services (David Ogilvy 27)

Example: "F3: Charge your body, focus your mind, and finish your fight" (F3 Energy drinks' official X account, 2024).

This headline effectively promotes the F3 Energy drink as a performance-enhancing product, attracting readers with the desire to gain energy and vitality through powerful phrases like "Charge your body" and "Focus your mind." It captures attention, identifies the target audience, and describes the product's benefits, fulfilling key functions to engage consumers.

Language of Advertising in Social Media

Armenian-language advertising on social media has specific features aimed at effectively engaging the audience. It often uses direct appeals to the consumer, highlighting unique offers and advantages of the product or service. Important elements include vivid illustrations or photographs, concise and memorable slogans, and the use of current trends and hashtags to increase visibility and audience engagement. Let's consider some examples of Armenian-language advertising.

Example 1 (KFC Armenia's official Facebook account, 2024)



Imperative mood: The ad uses imperative verbs (շտապիր - hurry, վայելի - enjoy, պատվիրի - order). This creates a direct and commanding tone, which is common in advertisements to motivate immediate action from the audience.

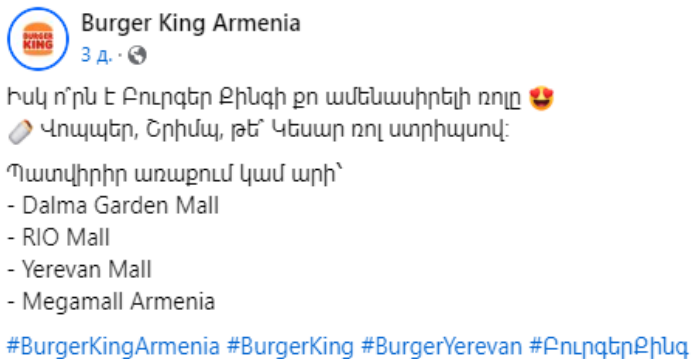
Simplicity and Clarity: The message is straightforward and easy to understand. It directly communicates what the customer should do (enjoy and order) and how they can do it (by calling).

Contact Information: Providing the delivery number directly in the ad facilitates easy action from the consumer, reducing any potential barriers to ordering.

Visual elements: The use of "😊" emoji adds a visual element to express warmth and friendliness.

Hashtags: Hashtags encourage social media interaction, which can increase visibility and engagement on platforms like Instagram, Twitter, and Facebook. Using both the brand-specific hashtag (#KFC_Armenia) and a general category hashtag (#FastFood) helps in reaching a broader audience.

Example 2 (Burger King Armenia's official Facebook account, 2024)



Engaging Question: The ad opens with a question "And what is your favorite Burger King roll?" (Իսկ ո՞րն է Բուրգեր Զինգի քո ամենասիրելի ուլը), making it interactive and inviting the audience to think about their preferences. This can increase engagement as people are prompted to consider their favorite product.

Imperative mood: The use of the imperative form "Պատվիրիր" (Order) and "արի" (come) creates a direct and commanding tone, encouraging immediate action.

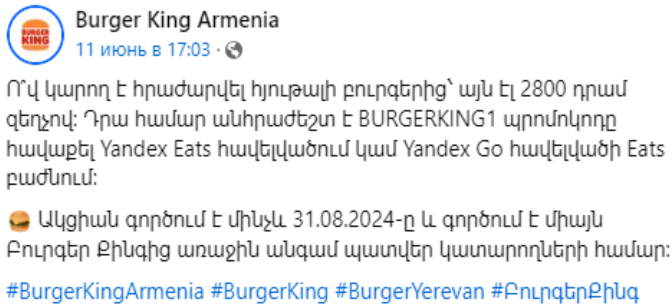
Visual elements: The use of "🍔" and "🌮" emoji adds a visual element to express warmth and friendliness.

Hashtags: Hashtags [#BurgerKingArmenia](#) [#BurgerKing](#) [#BurgerYerevan](#) [#ԲուրգերԶինգ](#) help in categorizing the content and reaching a larger audience interested in similar topics.

Rhetorical Question: The ad begins with a rhetorical question "Ո՞վ կարող է հրաժարվել հյութալի բուրգերից՝ այն էլ 2800 դրամ զեղչով" (Who can refuse juicy burgers with a discount of AMD 2800?), which grabs attention and creates a sense of curiosity. It implies that it would be hard to refuse such an offer, which can make the audience more inclined to consider the promotion.

Example 3

(Burger King Armenia's official Facebook account, 2024)



Clear Instructions: It provides clear instructions on how to avail the discount by using the promo code "BURGERKING1" in specific apps (Yandex Eats and Yandex Go), making it easy for customers to take action.

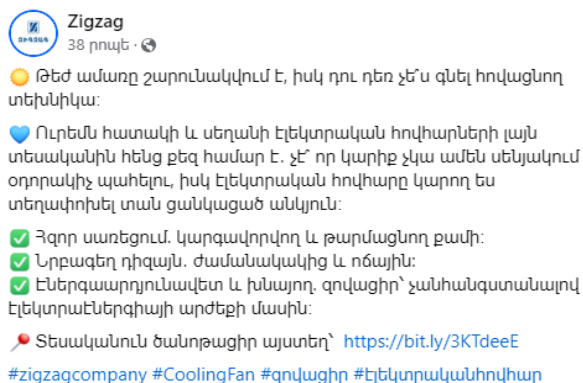
Urgency and Exclusivity: The promotion end date (31.08.2024) and the restriction to first-time orders "Ակցիան գործում է մինչև 31.08.2024-ը և գործում է միայն Բուրգեր Զինգից առաջին անգամ պատվեր կատարողների համար" create a sense of urgency and exclusivity, encouraging prompt action from potential customers who don't want to miss out.

Visual elements: The use of "🍔" visual element highlights that the ad belongs to a fast-food industry and can provoke hunger and stimulate a would-be customer to buy the advertised product.

Hashtags: Hashtags [#BurgerKingArmenia](#) [#BurgerKing](#) [#BurgerYerevan](#) [#ԲուրգերԶինգ](#) help in categorizing the content and reaching a larger audience interested in similar topics.

Example 4

(Zigzag's official Facebook account, 2024)



Engaging Question: "Թեժ ամառը շարունակվում է, իսկ դու դեռ չե՞ս գնել հովացնող տեխնիկա:" (Summer heat continues, and haven't you bought a cooling technology yet?) This question immediately engages the reader by addressing a common concern - staying cool during hot weather.

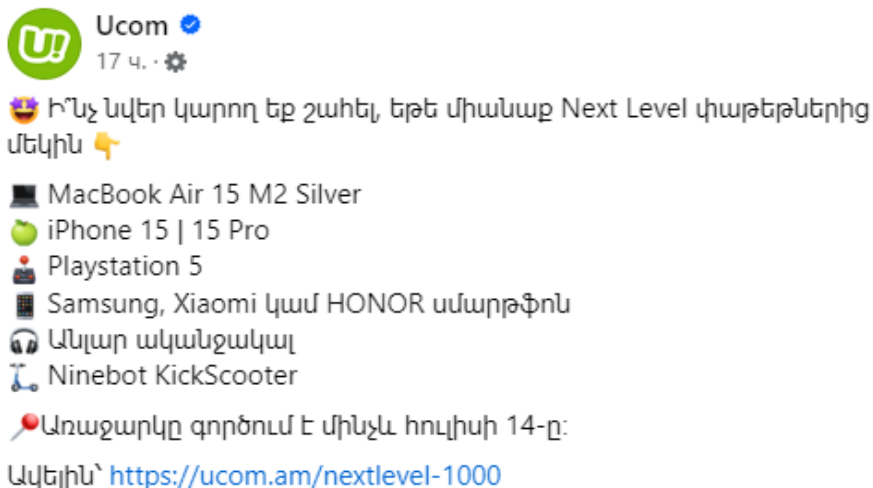
Imperative mood: "Տեսականուն ծանոթացիր այստեղ՝ <https://bit.ly/3KTdeeE>" (Learn more here: <https://bit.ly/3KTdeeE>). This encourages potential customers to learn more about the fan's visual aspects and possibly make a purchase decision.

Visual elements: The use of "☀️", "💙" visual elements express warmth and friendliness and "✅", "👉" point out the important parts of the advertisement.

Hashtags: Hashtags like "#zigzagcompany #CoolingFan #գովացիկ #Էլեկտրականհովար" - These hashtags help in categorizing and promoting the advertisement on social media platforms, increasing visibility.

Example 5

(Ucom Armenia's official Facebook account, 2024)



Engaging Question: The advertisement begins with a question "Ի՞նչ նվեր կարող եք շահել" ("What gift can you get?") that engages the reader's curiosity and desire for premium products like MacBook Air, iPhone 15 | 15 Pro, Playstation 5, Samsung, Xiaomi, or HONOR smartphones, wireless headphones, and a Ninebot KickScooter.

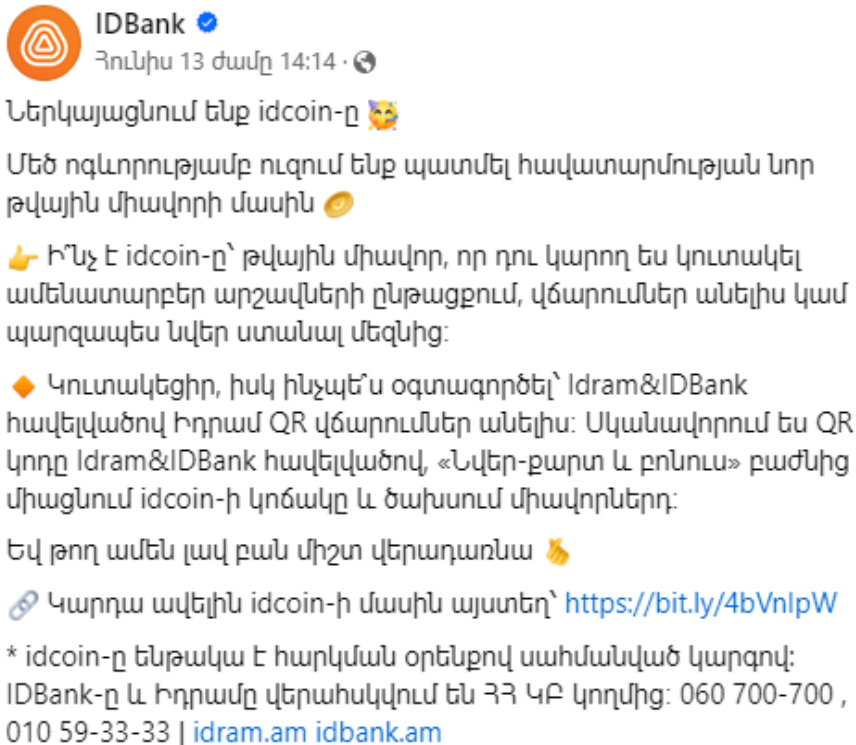
Limited-Time Offer: By highlighting that the offer is valid "մինչև հուլիսի 14-ը" (until July 14), it creates a sense of urgency, encouraging potential customers to act quickly to secure these desirable items.

Call to Action: The inclusion of a link (<https://ucom.am/nextlevel-1000>) directs interested individuals to gather more details, potentially leading to further engagement or a purchase decision.

Visual elements: The use of “🖥️”, “😄”, “🍏”, “👤”, “📱”, “🎧”, “🔧” visual elements create playful and joyful atmosphere for the reared and “🔍”, “👉” point out the important parts of the advertisement.

Example 6

(IDBank's official Facebook account, 2024)



Clarity and Purpose: The advertisement starts by introducing idcoin clearly “Մեծ ոգևորությամբ ուզում ենք պատմել հավատարմության խոր թվային միավորի մասին”, emphasizing it as a new digital currency of trust, enticing potential users to learn more.

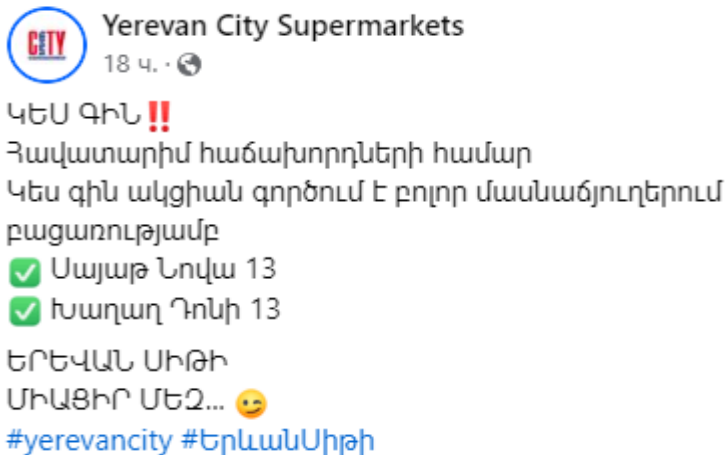
Call to Action: It prompts action by explaining how to use idcoin with Idram & IDBank apps “Սկանավորում ես QR կոդը Idram&IDBank հավելվածով, «Նվեր-քարտ և բոնուս» բաժնից միացնում idcoin-ի կոճակը և ծախսում միավորներդ”, guiding users through the process of redeeming and spending their rewards.

Contact Information: The advertisement provides clear contact details for further inquiries or assistance, reinforcing accessibility and customer support.

Visual elements: The use of 🍌, 🍌, 🍌, visual elements create friendly and playful atmosphere and "💎", "👉" "🔗" point out the important parts of the advertisement.

Example 7

(City Supermarket's official Facebook account, 2024)



Promotion Description: The advertisement informs about the "Half Price" promotion specifically targeting "loyal" customers "ԿԵՍ ԳԻՆ!! Զավատարիմ հաճախորդների համար".

Imperative mood: Encourages participation with the phrase "ՄԻԱՑԻՐ ՄԵԶ..." (JOIN US...), inviting potential customers to take advantage of the promotion.

Visual elements: The use of 😊 emoji adds a visual element to express warmth and friendliness.

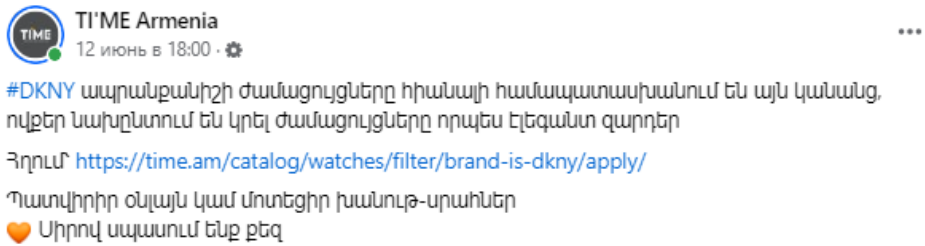
Hashtags: Includes hashtags #yerevancity and #YerevanCity for social media engagement and visibility.

Target Audience: The advertisement specifically targets women ("այն կանանց, ովքեր նախընտրում են" translates to "those women who prefer").

Tone and Style: The tone is elegant and inviting, aiming to appeal to the sophistication and fashion sense of the target audience. Words like "հիանալի" (wonderful), "էլեգանտ" (elegant), and "սիրով սպասում ենք" (we are waiting for you with love) contribute to a warm and welcoming tone. The phrase "Սիրով սպասում ենք քեզ" (We are waiting for you with love) personalizes the invitation, creating a sense of hospitality and eagerness to serve the customer.

Example 8

(Time Armenia's official Facebook account, 2024)



Imperative mood: The text includes a clear call to action with "Պատվիրիր օնլայն կամ մոտեցիր խանութ-սրահներ" (Order online or visit our stores).

Visual elements: The use of "❤️" emoji adds a visual element to express warmth and friendliness.

Hashtags: Using a hashtag "#DKNY" aligns with modern social media marketing strategies, making it easy to find and promote online.

Contact and Accessibility: The advertisement provides a link for online orders and encourages physical visits to stores, catering to different customer preferences.

Conclusion

Armenian online advertisements are crafted with strategic linguistic and visual elements to engage and stimulate potential customers. One of the primary techniques used is the call-to-action, which often employs imperative sentences. These direct commands, such as "Պատվիրիր օնլայն" (Order online) or "Միվճի՛ր Մե՛զ..." (Join us), create a sense of urgency and clearly instruct the audience on the desired action, effectively guiding them towards making a purchase.

In addition to imperative sentences, question sentences are frequently utilized to spark curiosity and engage the reader's interest. Questions like "Ի՞նչ նվեր կարող եք շահել" ("What gift can you get?") invite the reader to reflect on their own needs and desires, creating a personal connection with the advertisement. This curiosity-driven approach can subtly lead customers towards considering and ultimately buying the advertised product.

Visual elements play a crucial role in Armenian online advertisements. Almost every ad incorporates imagery, emojis, and design features to enhance its appeal. These visual components are employed for various purposes: to create a friendly and joyful atmosphere, to convey warmth and hospitality, or to draw attention to key parts of the ad, such as special offers or the call-to-action. For instance, the use of the heart emoji (❤️) can evoke feelings of love and care, making the ad more relatable and engaging.

Moreover, hashtags are a common feature in these advertisements. By using hashtags like "#DKNY", advertisers can target specific audiences more effectively, enhancing the visibility of the ad on social media platforms and connecting with users who follow or search for those tags. This not only helps in reaching a broader audience but also in engaging with a community of potential customers who have shown interest in related topics or brands.

In summary, Armenian online advertisements leverage a combination of imperative and question sentences to direct and engage potential customers. They rely heavily on visual elements to create an inviting atmosphere and highlight important information. Hashtags further aid in targeting and reaching a specific audience, making these advertisements comprehensive and effective in promoting products and stimulating customer interest.

References

1. Ogilvy David. *Confessions of an Advertising Man*. Southbank Publishing, 2012, p. 208.
2. Wells William, Burnett John and Moriarty Sandra Ernst. *Advertising: Principles & Practice*. 7th ed, Pearson College, 2005, p. 592.
3. "Nike official website". Nike, 2024, <https://www.nike.com/> (Accessed: 30.10.2024).
4. "F3 Energy drinks' official X account". F3 Energy Drinks, 2024, <https://x.com/F3Energy/status/1760695946437169438> (Accessed: 30.10.2024).
5. "KFC Armenia's official Facebook account". KFC Armenia, 2024, <https://www.facebook.com/KFC.Armenia/> (Accessed: 30.10.2024).
6. "Burger King Armenia's official Facebook account". Burger King Armenia, 2024, <https://ru-ru.facebook.com/burgerkingarmenia> (Accessed: 30.10.2024).
7. "Zigzag's official Facebook account". Zigzag, 2024, https://www.facebook.com/ZigzagAM/?locale=hy_AM (Accessed: 30.10.2024).
8. "Ucom Armenia's official Facebook account". Ucom, 2024, https://www.facebook.com/UcomArmenia/?locale=ru_RU (Accessed: 30.10.2024).
9. "IDBank's official Facebook account". IDBank, 2024, https://www.facebook.com/IDBankArmenia/?locale=hy_AM (Accessed: 30.10.2024).
10. "City Supermarket's official Facebook account". City Supermarket, 2024, https://www.facebook.com/citysupermarkets/?locale=ru_RU (Accessed: 30.10.2024).
11. "Time Armenia's official Facebook account". Time, 2024, https://www.facebook.com/timearmenia/?locale=ru_RU (Accessed: 30.10.2024).

ՀԱՅԵՐԵՆՈՎ ԳՈՎԱԶԴՆԵՐԻ ԱՌԱՋԱՆԱՅԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՑԱՆՅՈՒՄ

ՍԴԱՐՏԱԿ ՄԽԻԹԱՐՅԱՆ

Վ. Բոյունովի անվան պետական համալսարանի ընդհանուր և
համեմատական լեզվաբանության ֆակուլտետի անգլերեն հաղորդակցության
ամբիոնի դասախոս, ասպիրանտ,
ք. Երևան, Հայաստանի Հանրապետություն

Սույն հոդվածն ուսումնասիրում է, թե սոցիալական ցանցերում տեղադրված հայերեն գովազդներում ինչպիսի լեզու է օգտագործվում՝ ուշադրություն գրավելու և լսարանին ներգրավելու նպատակով: Նպատակն է հասկանալ, թե ինչն է որոշ

գովազդները դարձնում ավելի գրավիչ և արդյունավետ և առաջարկել գործնական խորհուրդներ՝ թվային մարքեթինգի արագ փոփոխվող աշխարհի համար:

Հոդվածում առաջադրում է հետևյալ խնդիրները՝

- Ուսումնասիրել գովազդների լեզուն, վերլուծել հայկական գովազդների օրինակներ և բացահայտել դրանց լեզվական ռազմավարությունը:
- Ցույց տալ, թե ինչպես են հատուկ բառեր, արտահայտություններ և ոճեր ներգործում մարդկանց վրա:
- Գնահատել, թե որ լեզվական ռազմավարությունն է ամենաարդյունավետը:
- Տրամադրել գործնական խորհուրդներ մարքեթոլոգներին՝ գովազդներում ավելի արդյունավետ լեզվական ռազմավարություններ կիրառելու համար. հատկապես՝ հայկական շուկայում:

Հոդվածում կիրառվել է համակարգային մոտեցում՝ վերլուծելու հայերեն առցանց գովազդի լեզվական բնութագիրը: Ճշգրիտ վերլուծության հասնելու համար համակցվել են մի քանի մեթոդներ:

Դիսկուրսի վերլուծությունը կիրառվել է ուսումնասիրելու համար, թե ինչպես է գովազդի լեզուն ազդում լսարանի վրա: Այս մեթոդը ցույց է տալիս, թե ինչպես կարող են որոշակի բառեր կամ նախադասությունների կառուցվածքներ նպաստել գովազդի համոզիչ լինելուն:

Բովանդակության վերլուծության մեթոդը օգտագործվում է գովազդների լեզվաոճական միջոցների դասակարգման համար: Հոդվածում վերլուծվում են գովազդների թեմաները, դրանք արտահայտելու ձևերը և դրսևորվում են հայկական առցանց գովազդների լեզվական կադապարները:

Ուսումնասիրելով գովազդների լեզվական արվեստը՝ այս հոդվածով բացահայտում ենք, թե ինչպես կարող են բառերը ձևավորել թվայնացված իրականության հաջողությունը արագ փոփոխվող առցանց աշխարհում:

Հիմնաբառեր՝ *Լեզվական ռազմավարություններ, գովազդ, սոցիալական մեդիայի գովազդ, առցանց գովազդներ, գովազդային մարտավարություն, լսարանի ներգրավվածություն, մարքեթինգային մարտավարություն, լեզվի օգտագործում, լսարանի համոզում:*

ОСОБЕННОСТИ АРМЯНОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

СПАРТАК МХИТАРЯН

*преподаватель, аспирант кафедры английской коммуникации
факультета общего и сравнительного языкознания*

*Ереванского государственного университета им. В. Брюсова,
г. Ереван, Республика Армения*

Основная проблема данного исследования - как язык используется в армяноязычной рекламе в социальных сетях для привлечения внимания и взаимодействия с аудиторией. Цель исследования состоит в том, чтобы понять, что делает некоторые рекламные объявления более привлекательными и эффективными и предложить практические рекомендации для тех, кто работает в стремительно меняющемся мире цифрового маркетинга.

В статье ставятся следующие задачи:

- Исследовать язык рекламы. Рассмотреть реальные примеры армяноязычной рекламы и выявить языковые стратегии.
- Проанализировать, как определённые слова, фразы и стили находят отклик у людей, затрагивая их эмоции и культурные особенности.

- Оценить, какая языковой выбор помогает брендам выделиться и мотивировать аудиторию к действиям, будь то повышение осведомлённости о бренде или стимуляция покупки.
- Предоставить практические советы маркетологам о том, как эффективно использовать язык в рекламе, особенно на армянском рынке.

В данной статье был использован качественный подход для анализа лингвистических характеристик армянской интернет-рекламы. Несколько методов были объединены для проведения всестороннего анализа:

дискурсивный анализ был применен для изучения того, как язык в рекламе конструирует смысл и влияет на аудиторию. Этот метод фокусируется на том, как определенные слова или структуры предложений могут способствовать убедительности рекламы.

метод контент-анализа использовался для категоризации типов языковых и стилистических приемов, используемых в анализируемых объявлениях. Анализируя выражения и темы, в данной статье можно выявить уникальные лингвистические модели армянской интернет-рекламы.

Углубляясь в искусство языка в рекламе, статья проливает свет на то, как слова формируют успех цифровых кампаний в постоянно меняющемся онлайн-мире.

Ключевые слова: языковые стратегии, онлайн реклама, реклама в социальных сетях, вовлечение аудитории, маркетинговые тактики, использование языка, рекламные тактики, убеждение аудитории.