

БЕЛАРУСКАЯ МОВА І ЛІТАРАТУРА

А. Бабінец, С. А. Сігаева

РЭКЛАМА ЯК СРОДАК РАСПАЎСЮДЖВАННЯ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ

Беларуская мова – мова беларускага народа, форма яго духоўнай культуры. Нацыянальная мова – матэрыялізаваная душа народа, які выпрацаваў на працягу сваёй доўгай гісторыі спецыфічныя фанетычныя, лексічныя, граматычныя адзнакі.

Мова адлюстроўвае жыццёвы вопыт народа, асаблівасці яго мыслення, маральна-этычныя і эстэтычныя нормы. Яна з'яўляецца спецыфічным спосабам існавання і захавання культуры.

На зямным шары налічваецца больш за 3,5 тысячы моў, мы сутыкаемся з той сітуацыяй, што вельмі імкліва мовы знікаюць з твару зямлі. А калі страціцца мова, то і страціцца частка культуры. З беларускай мовай ёсць пэўныя праблемы ў плане яе становішча і стану ў сучасным грамадстве, у плане яе запатрабаванасці як рэальнага сродку зносін. Сёння людзям не хапае беларускамоўнага асяроддзя. Для распаўсюджвання беларускай мовы неабходна ствараць яго. Асаблівасцю сённяшняга існавання беларускай мовы з'яўляецца тое, што яна пранікае ў новыя, вельмі актуальныя для жыцця сучаснага грамадства сферы дзейнасці.

XXI стагоддзе нельга ўявіць без рэкламы. Газеты, радыё, тэлебачанне, а цяпер яшчэ і Інтэрнэт знаходзяцца пад уладай рэкламы. Роля рэкламы ў жыцці грамадства павялічваецца, разам з гэтым пашыраюцца спосабы ўздзеяння на аўдыторыю пры дапамозе рэкламных паведамленняў. Рэклама можа стаць сродкам уздзеяння на чалавека і сродкам распаўсюджвання мовы. Унікальнай рэкламу робіць і той факт, што яна мае вялікія інфармацыйныя магчымасці.

Рэклама (ад лац. *reclame* 'выгукваць') – адзін з патокаў масавай інфармацыі, – уяўляе сабой трансляцыю актуальных ведаў аб надзённых сацыяльных каштоўнасцях для шырокай аўдыторыі ў экспрэсіўнай форме, закліканай падштурхнуць рэцыпіента да жадаемых рэкламадаўцу паводзін.

Мэта рэкламы – данясенне інфармацыі ад рэкламадаўца да мэтавай аўдыторыі. Задача рэкламы – заахоціць прадстаўнікоў мэтавай аўдыторыі да дзейнасці.

Прынцыпы рэкламы:

1) у памяці даўжэй утрымліваецца тая інфармацыя, якая была ўспрынята свядома;

2) звычайна лепш запамінаецца пачатак і канец паведамлення, чым яго сярэдзіна;

3) матэрыял разнастайны і незвычайны ўспрымаецца і запамінаецца лепш;

4) інфармацыя лепш запамінаецца, калі яна не супярэчыць склаўшымся паняццям, меркаванням, поглядам;

5) неабходна адчуваць напрамку, тэндэнцыі сучаснага жыцця.

Функцыі рэкламы:

– эканамічная – развівае эканоміку і ўплывае на наш узровень жыцця;

– псіхалагічная – пабуджае і развівае патрэбы у якіх-небудзь дзеяннях шляхам уплыву на пачуцці, імкненні спажываўцаў;

– стымулюючая – калі патрэба ўжо ўсвядомлена, ажыццяўляецца напамін, пабуджэнне да дзеяння;

– інфармацыйная – заява аб існаванні тавара/паслуг, фарміраванне ведаў пра тавар/паслугі;

– камунікатыўная – змяшчае разгорнутую тэкставую і фактаграфічную інфармацыю.

Зыходзячы з пералічаных вышэй асаблівасцей, можна зрабіць высновы, што рэклама мае важнае сацыяльнае значэнне.

Базу нашага даследавання склалі тэксты знешняй рэкламы, размешчанай у гарадах Беларусі.

Яшчэ ў 2003 годзе кампанія Bosch выкарыстоўвала беларускую мову ў рэкламе. “Дзерці бульбу? Няма дурных!” Слова *бульба* вядомае кожнаму беларусу. А вось *дзерці* запомняць многія, калі сустрэнуць такую рэкламу.

Аператар сувязі Velcom актыўна выкарыстоўваў беларускую мову на ўсіх асноўных тэлевізійных каналах. Асабліва можна вызначыць серыю іміджавых ролікаў на тэлебачанні ў 2013 годзе “Заўтра пачынаецца сёння”.

У Мінску з’явіліся новыя білборды міжнароднай сеткі рэстаранаў “МакДональдс” на беларускай мове. Акрамя таго, на сайце кампаніі mcdonalds.by з’явіўся беларускамоўны інтэрфейс. “Сытны сняданак тое, што нам блізка”. “МакДональдс” знаёміць нас і гасцей краіны са словам *сняданак*.

Першымі і запамінальнымі білбордамі па папулярнасці беларускай мовы былі: “МА-МА= МО-ВА”, “Беларускае – самае маё”.

Тыпы такіх рэкламных тэкстаў не толькі прыцягваюць ўвагу, а і заклікаюць нас не саромецца размаўляць па-беларуску. Гэтыя серыі паказваюць мілагучнасць і непаўторнасць беларускай мовы.

Вельмі пазнавальнай і карыснай была серыя білбордаў “Родныя даты”.

Наша мінулае – гэта перш за ўсё багатая гісторыя перамог і паражэнняў, значных дасягненняў і расчараванняў. А за імі стаяць знакамітыя асобы Беларусі. Задача беларускамоўнай рэкламы была не толькі ў тым, каб паказаць нам гэтыя знакамітыя постаці Беларусі, напаміць важныя падзеі, але і заклікала беларусаў адкрыць для сябе нешта новае.

У 2013–2014 гадах білборды ў падтрымку беларускай мовы з’явіліся і на вуліцах Брэста. Ініцыятарам выступіла Міністэрства культуры Беларусі. Усе сюжэты гэтай прыгожай сацыяльнай рэкламы аднолькавыя: “Маё першае слова”.

На адным з білбордаў прыгожая дзяўчына паведамляе аб тым, якое першае слова па-беларуску яна вывучыла: “Маё першае слова «каханне». Якім будзе тваё першае слова на беларускай мове?” Хтосьці адкрыў для сябе першае слова “дзякуй” і інш.

Праз некаторы час рэкламісты вырашылі звярнуць увагу беларусаў на адну з самых актуальных грамадскіх праблем – малую пашыранасць беларускай мовы ў штодзённым жыцці. І ў кампанію да білбордаў “Маё першае слова” дадаліся “Смак беларускай мовы”, “Прыгажосць беларускай мовы” і “Багацце беларускай мовы”. Жыхары нашай сталіцы ўбачылі плакаты з тлумачэннем, што такое *цынамон, ружы, трус, певень, сталасць, гарэзлівасць* ды іншыя. Пры дапамозе гэтай рэкламы меркавалася папулярываць беларускую мову, а таксама паказаць яе характэрнае і чароўнае. Таксама на мінскіх вуліцах з’явіліся тлумачэнні, што такое *кавун, ажыны, шыпына, агрэт, журавіны і суніцы*.

У 2018 годзе ў сталіцы з’явіліся білборды “Сэрцам адданыя роднай зямлі” з партрэтамі прафесіяналаў сваёй справы. Гэта серыя – новы праект беларускага тэлеграфнага агенцтва.

У рамках акцыі “Прышпіліся!” Гродзенская Дзяржаўная аўтамабільная інспекцыя распрацавала серыю сацыяльнай рэкламы на беларускай мове. Дзякуючы такой рэкламе, мы знаёмімся і з ветлівымі словамі *дзякуй, калі ласка*, а хутчэй за ўсё – з іх напісаннем. Рускае *пожалуйста* пішацца разам, таму *Калі ласка* часта пішуць з памылкам. Зразумела, вядомым стане тое цудоўнае і незвычайнае слова *прышпіліцца*.

Як мы бачым, рэклама на беларускай мове знаёміць нас са словамі на роднай мове, пашырае слоўнікавы запас, фарміруе культуру маўленчых паводзін, што з’яўляецца неад’емнай часткай агульнай культуры чалавека. Нам даюцца гатовыя формулы маўленчага этыкету, якія можна выкарыстоўваць у паўсядзённым жыцці.

Мы знайшлі рэкламныя білборды на беларускай мове, якія звяртаюць увагу на экалагічныя праблемы Беларусі, тым самым павышаючы экалагічную культуру чалавека, яго экалагічную адукацыю і выхаванне. Такім чынам, рэклама на беларускай мове ўяўляе сабой цэлую сістэму, якая становіцца элементам культуры. Тым не менш беларускамоўная рэклама ў сістэме масавай камунікацыі займае празмерна “ціплае” месца.

Калі рэклама будзе беларускамоўная, то ўвесь час будзе нагадваць беларусам, што іх Радзіма – краіна беларускай мовы. Беларуская мова можа даць рэкламе магчымасць быць адметнай і блізкай да беларусаў. Рэклама будзе “працаваць” у сваім непасрэдным значэнні – інфармаваць, прыцягваць увагу. У наш час пры недастатковай увазе да мовы беларускамоўная рэклама будзе выконваць і асветніцкую ролю.