

асаблівым светапоглядам. І таму галоўная задача сучаснасці – зберагчы яе і перадаць наступным пакаленням.

1. Лінгвістычная геаграфія і групоўка беларускіх гаворак / пад рэд. А.І. Аванесава, К.К. Атраховіча (К. Крапівы), Ю.Р. Мацкевіч – Мінск, 1968. – 576 с.
2. Мажэйка, З. Песні Беларускага Паазер'я/ З. Мажэйка. – Мінск, 1987. – 763 с.
3. Традыцыйная культура беларусаў. У 6 т. Т. 2. Віцебскае Падзвінне / склад. Т.Б. Варфаламеева. – Мінск : Беларуская навука, 2004. – 910 с.
4. Цітовіч, Г. Анталогія беларускай народнай песні / Г. Цітовіч. – Мінск, 1984. – 723 с.
5. Ćerny A. Pieśni Białoruskie z powiatu Dziśnieńskiego gubernii Wileńskiej. Zbór Wiadomości do antropologii krajowej. T.18 / A. Ćerny. – Kraków, 1895. – 41 с.

Грыцэвіч Ю.І., студ. 114 гр.

Навуковы кіраўнік – Гулак А.А.

ЖАРТОЎНЫЯ ВЫСЛОЎІ І ЗЫЧЭННІ Ў КАНТЭКСТЕ ВЯСЕЛЬНОЙ АБРАДНАСЦІ

З праявітых гумарыстычных жанраў малой формы найбольшую папулярнасць у народзе маюць анекдоты, жарты, гумарэскі, або досціпы. Мы спынімся на жартоўных зычэннях, якія выконваліся і цяпер часткова бытуюць на вяселлі.

Спачатку нагадаем, што зычэнні ўваходзяць у вялікую групу выслоўяў і цесна звязаны з прыказкамі і прымаўкамі. *Прымаўка* – спалучэнне слоў, якое вылучаецца адноснай устойлівасцю, узнаўляльнасцю, экспрэсіўнасцю і цэласным значэннем; адна з форм выслоўя. Гэта вобразны выраз, які характарызуе чалавека, яго характар, з’явы прыроды і грамадскага жыцця, але толькі ў пэўным канкрэтным выпадку без абагульнення і вывадаў з іншых аналагічных сітуацый ці чалавечых паводзін [2, с. 389]. Прымаўкі – сінтаксічна і кампазіцыйна не завершаны паэтычны твор, не здольны да самастойнага функцыянавання, мае запатрабаванасць у кантэксце. Па сваёй форме падобныя на словазлучэнні разнастайнага характару ці сказы (*абое рабое, як дурань з дзвярыма, як дурны ў ягадах, вочы на лоб лезуць, на свінныя галасы і інш.*). *Прыказка* – устойлівы народны выраз-афарызм, які ў граматычна завершанай, сціслай, найчасцей вобразна-паэтычнай форме характарызуе гаспадарчыя, сацыяльна-гістарычныя і бытавыя з’явы, павучае і дае практычныя парады; жанр народнай паэтычнай творчасці [2, с. 389].

Прыказка не толькі адлюстроўвае фрагмент рэчаіснасці, але і ўяўляе сабой формулу народнай мудрасці. Прыказкі прэтэндуюць на універсальнасць заключэнняў. Сярод спецыфічных рыс прыказкі спасылка на народны вопыт, нагляднасць і канкрэтнасць вобразаў, наяўнасць і перамога пераноснага значэнняў, што стварае аснову для іх успрымання як яркіх вобразных выказванняў: *Адной рукою і вузла не завяжаш; У дурнога салаўя дурныя і песні; Ад кахання няма спакою ні ў касцёле, ні ў дзеле, ні на пасцелі і інш.* Прыказкі выкрываюць дурасць, злосць, зайздасць, няўдзячнасць, баязлівасць, хітрасць, сквапнасць, самахвальства, нехайнасць, пляткарства і г.д. (*Ад гарэлки розум мелкі; Ён цябе прадасць і грошы падлічыць; Гаварыла свіння, што даўно б каралем была, але лыч не пускае*). Прыказкі характарызуюцца сатырычнымі колерамі,

выкарыстаннем трапных параўнанняў і алегорый пры стварэнні вобразаў, што забяспечвае іх экспрэсіўнасць і дыдактычны ўхіл. Многія з іх пабудаваны на кантрастах, маюць адточаную форму, строгую, часта сіметрычную кампазіцыю [2, с. 389].

Вясельныя пажаданні, як мы ўжо адзначалі, таксама вельмі выразныя творы і, як правіла, таксама адлюстроўваюць нормы народнай маралі. Іх гаварылі пры адорванні маладых на вяселлі. Яны выступаюць значным элементам у вясельным абрадзе, асабліва ў паўднёва-заходняй частцы Беларусі. Выкарыстанне іх звязана этапам вяселля, калі госці і блізкая радня падносяць дарункі маладым. Кожны вясельнік не проста дае рэч ці грошы, а стараецца зрабіць гэта эфектна, цікава, прамаўляючы найлепшыя зычэнні. Амаль усе зычэнні напоўнены гумарыстычнай экспрэсіяй і, разлічаныя на публіку, прызначаны для таго, каб выклікаць дабразычлівы смех, вясёлы настрой. Падарункам можа быць любы, нават самы нязначны прадмет, галоўнае, каб назва яго рыфмавалася са словам у пажадальнай частцы. Напрыклад: *Дару лебяду, каб ніколі не сустрэлі бяду*. Часам у якасці падарунка называецца ўяўны прадмет, які немагчыма даставіць у хату, напрыклад: *дару табе кватэру, карову*.

Традыцыйнае выкарыстанне зычэнняў носіць камедыйна-забаўляльны характар і суправаджаецца, як правіла, прэзентаваннем дзіцячых цацак, малюнкаў, іншых прадметаў. Тэматыка пажаданняў часткі разнастайная: вернасць жонцы, мужу, нараджэнне дзяцей, шанаванне бацькоў, узаемаадносіны цешчы і зяця, нявесты і свекрыві і інш. Асобныя зычэнні патрабуюць ад удзельнікаў вяселля абавязковых дзеяў. Напрыклад, малады вымушаны падпаракавацца і пад агульны смех выканаць такія просьбы-загады: *Дару палена, каб малады маладую пацалаваў у калена; Дару дзесятку, каб малады маладую пацалаваў у пятку*. Ужыванне вясельных зычэнняў мае даўнюю традыцыю, пра што

сведчаць архаічныя моўныя элементы ў іх складзе: *Дару дукаты, каб мужык пільнаваўся хаты; Дару паленам, каб сын быў бізнесменам.* Зычэнням уласціва шырокая варыянтнасць. Тлумачыцца гэта бытаваннем іх у вуснай форме, а таксама значнай доляй экспромту пры выкарыстанні.

У літаратурна-мастацкім значэнні вясельныя зычэнні (прыгаворкі) часцей не маюць высокага ўзроўню мастацкасці. Гэта просьценьскія творы, часам фрывольнага зместу. Аднак яны надзелены значным эмацыйна-настраёвым патэнцыялам і вельмі цёпла ўспрымаюцца кожным удзельнікам вяселля. Паводле тэматычнай накіраванасці вясельныя зычэнні можна падзяліць на чатыры групы: адрасаваныя маладой, маладому, маладой і маладому разам, а таксама іншым удзельнікам вяселля. Спынімся на некаторых з іх. Зычэнні маладой: *Дару табе абрус, каб мужык не быў гарбуз; Дару бочку агуркоў, каб не бегала да чужых мужыкоў; Дару гарбатай, каб мужык не быў рагаты; Дару гарбуз, каб праз год нарадзіўся каратуз; Дару грошы і пірог, каб нявестка не гнала свекра за парог; Дару зайчыка, каб купіла Мікалайчыка; Дару каня і воза, каб маладая нарадзіла старшыню калхоза [1].*

У зычэннях маладому адлюстроўваецца тэматыка абавязкаў мужа: *Дару агурок, каб малады не хадзіў да дзявок; Дару бураком, каб не быў у цешчы пад каблуком; Дару табе бэз, каб ты на чужых жонак не лез; Дару палку бярозы, каб быў заўсёды цвярозы; Дару бутэльку гарэлкі, каб малады заўсёды мыў талеркі; Дару дайніцай, каб не заглядаў пад чужыя спаdnіцы; Дару табе дзеркача, каб цешча купіла «Масквіча»; Дару капустаю, каб твая жонка была заўсёды тлустаю; Дару сялёдку, каб мужык не бегаў па водку; Дару сярпок, каб не хадзіў да чужых жанок [1].* У пажаданнях маладым увасабляецца ўяўленне аб ідэальным шчасці: *Дару агурочки, каб былі добрыя дочки; Дару акрайчык, каб быў сын Мікалайчык; Дару аладкаю, каб жонка была гладкаю; Дару дзве анучы, каб усе жыццё*

былі ў кучы; Дару аўса дзве жмені, каб грошай было поўныя кішэні; Дару бліны, каб не было ругні; Дарую буракоў, каб не радзілі дуракоў, а радзілі хлопчыкаў – маракоў і летчыкаў; Дару бутэльку, каб сям'я была велька; А маладой – насенне гуркоў, каб не глядзела на чужых мужыкоў; Дарую маладым каробку медзякоў, каб не слухалі чужых языкоў! Дарую кароўку, шчэ й бычка, каб першы быў сыноч, другая – дачка [3].

Застолле – гэта ўрачыстае, каллектыўнае і вельмі важнае ў розных пазаўтылітарных момантах дзеянне. Падчас застолля часам вырашаліся важныя пытанні, але галоўным ў застоллі было цёплае, часам вельмі жартоўнае ўзаемадзеянне ўдзельнікаў. Тады гучалі і жартоўныя зычэнні, пажаданні: *Каб жылося і вялося, каб елася і пілося, каб пілося і елася і яшчэ хацелася; Дай вам бог здароўя у ручкі, ножкі і паміж ног трожкі; Каб вы пілі, елі і спераду гарбацелі [4].*

Гумар у вясельных зычэннях дасягаецца прыёмам рыфмавання рознародных паняццяў: *паленам / бізнесменам; дзесятку / пятку; агуркоў / мужыкоў* і інш. Таксама камічны эфект выклікае сумяшчэнне ў адным творы канкрэтнага і абстрактнага паняццяў: *агурок / не хадзіў да дзявок; бураком / пад каблуком; бэз / каб на чужых жонак не лез* і іншае. Многія з народных зычэнняў настолькі выразныя, што актыўна ўжываюцца і сёння.

1. Адною толькі сілы слова [Электронны рэсурс]. Рэжым доступа : [<http://www.sb.by/ng/kultura-5/article/adnoy-tolk-s-lay-slova.html>]. – Дата доступа : 04.03.2016.

1. Беларускі фальклор: энцыклапедыя у 2 т. Т 2 : Лабараторыя традыцыйнага мастацтва – «Яшчур» / рэдкал.: Г.П. Пашкоў і інш. – Мінск : БелЭН, 2006. – 832 с.

2. Вясельныя пажаданні (зычанні) [Электронны рэсурс]. Рэжым доступа : <http://myland.by/vyasel-ny-ya-pazhadanni-zy-channi>. – Дата доступа : 05.03.2016.

3. Застолле [Электронны рэсурс]. Рэжым доступа : <http://belsat.eu/programs/zastolle/>. – Рэжым доступа : 01.03.2016.

Гура-Щербакова Н.С., студ. 411 а гр.

Научный руководитель – Карнажицкая Т.В.

ФИЛАРМОНИЯ КАК ОБЪЕКТ БРЕНДИНГА

Понятие «бренд» (англ. brand «клеймо», «пламя факела») произошло от древненорвежского brandr, что значит «жечь, выжигать» и первоначально ассоциировалось с операциями по клеймению (маркировке) домашнего скота и предметов домашнего обихода. С развитием торговых отношений, бренд (клеймо, тавро) использовался для обозначения различия между аналогичной продукцией разных производителей. В определении одного из классиков маркетинга, Ф. Котлера, бренд – это термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг продавцов и их дифференциации от товаров или услуг конкурентов [1].

Процесс создания и развития брендов называется брендинг. Е. Ромат пишет о том, что инструментарий и цели брендинга выходят далеко за рамки системы маркетинговых коммуникаций и включает также элементы товарной политики, стратегии в сфере ценообразования и решения в бытовой сфере. Так же, как и PR, брендинг не поглощается полностью и системой маркетинговых коммуникаций, и даже всей системой