

деятельности, что было характерно для других славянофилов. К тому же И. С. Аксаков шёл на встречу западникам и даже стремился примирить два течения общественной мысли России [3, с. 41].

Таким образом, рассматриваемый период оказал огромное влияние на дальнейшую судьбу И. С. Аксакова, так как именно тогда под влиянием идей славянофилов сформировались основы его мировоззрения. Получив большой опыт на государственной службе, Иван Сергеевич займётся переосмыслением своей деятельности и интерпретацией славянофильского учения, что можно будет увидеть в его публицистике.

Литература

1 Русский биографический словарь: в 25 т. / изд. под наблюдением пред. Имп. Рус. ист. о-ва А. А. Половцова. – Санкт-Петербург : Имп. Рус. ист. о-во, 1896 – 1913. – Т. 1: Аарон–Император Александр II. – 1896. – 897 с.

2 Аксаков Иван Сергеевич: материалы для летописи жизни и творчества. 1848–1851: Годы службы при Министерстве Внутренних Дел Российской Империи / под ред. С. В. Мотина. – Уфа : УЮИ МВД России, 2009. – 175 с.

3 Цимбаев, Н. И. Славянофильство: Из истории русской общественно-политической мысли XIX в. / Н. И. Цимбаев. – Москва : Изд-во МГУ, 1986. – 271 с.

УДК 811.161.3'42'373:659.1:641.1

М. М. Поляков

ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ МОТИВОВ В РЕКЛАМЕ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ БЕЛАРУСИ

Статья посвящена национальным мотивам в оформлении и рекламе продовольствия в Республике Беларусь. Рассмотрена продукция ряда предприятий пищевой отрасли промышленности: «Рогачевский МКК», «Брестский мясокомбинат», кондитерская фабрика «Коммунарка». Автором выявлено и проанализировано включение элементов белорусских орнаментов, образов национального костюма и др. в создание упаковки пищевых продуктов в целях пропаганды белорусской народной культуры.

В современном обществе такие вещи как реклама, маркетинг и красочная упаковка, стали довольно популярными. Для качественной работы по реализации продукции необходимо заинтересовать потенциального покупателя. Этот вопрос решается разными способами: подборкой цветовой гаммы, правильным расположением текста и т. д. В Беларуси, как и в ряде других стран, кроме общепринятых маркетинговых ходов в рекламе и оформлении отдельных продуктов получило распространение привлечение национальных мотивов. Как правило, они представляют собой различные формы стилизации элементов белорусской народной культуры. Предприятия Беларуси систематически используют традиционные орнаменты. В исследовании О. А. Лобачевской «Белорусский народный костюм» указывается, что орнаментация, которую сохранила до нашего времени традиционная вышитая одежда белорусов, чрезвычайно разнообразна. Она состоит преимущественно из геометрических и более поздних по происхождению геометризовано-растительных узоров [1, с. 45].

Актуальностью данной темы является возрастающий интерес в белорусском обществе к своему историко-культурному наследию. Национальные мотивы выступали предметом изучения искусствоведов, этнографов и других специалистов, но еще не вовлекались в сферу исторического исследования.

Целью работы является выявление и историко-культурная характеристика применения в рекламе и оформлении пищевой продукции предприятий Беларуси белорусских национальных мотивов. В качестве источников для изучения привлекались изображения на билбордах, рекламных щитах самих предприятий, иллюстративные изображения на сайтах заводов и фабрик, упаковочная продукция (наклейки, обертки, ярлыки и пр.). Обратимся к рассмотрению отдельных примеров на материалах Беларуси.

ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат», расположенный в Гомельской области, специализируется на производстве молочной продукции (молоко, ряженка, творог, сгущенка и т. д.). История предприятия берет начало в 30-е годы XX столетия, когда комбинат начал свою работу. Его проектная мощность тогда составляла 11 миллионов условных банок молочных консервов в год [2]. На современном этапе спектр продукции достаточно разнообразен и обширен. В качестве примера автором выбраны «Коктейль молочный для питания детей дошкольного и школьного возраста» и «Молоко стерилизованное». «Коктейль молочный для питания детей дошкольного и школьного возраста» представляет собой небольшую упаковку (Тетра Брик Асептик, 200 г) белого цвета с изображением одного из четырех животных: обезьянка, пингвинчик, медвежонок или зайчик. На нижнем ярусе упаковки прослеживается традиционный белорусский орнамент, но выполненный в гамме одного из четырех цветов (розовый, голубой, синий или коричневый). «Молоко стерилизованное» – молочный питьевой продукт, представляющий собой среднюю упаковку (Брик Асептик, 1000 мл) белого цвета с орнаментом одного из трех цветов (синий, голубой и красный) на нижнем ярусе. В обоих случаях орнаментальные мотивы создают привлекательность продукции и отражают культурные истоки Беларуси.

ОАО «Брестский мясокомбинат» изготавливает продукцию мясного характера: от пельменей до консервов. 19 ноября 1939 года считается днем рождения предприятия [3]. Автором проанализировано оформление следующих товаров: «Сервелат финский “Беларускі смак”» и «Сосиски “Молочные”» и «Колбаса ливерная “Молодечненская”». «Сервелат финский “Беларускі смак”» является мясной продукцией, на белую упаковку нанесено большое количество орнаментов красного и черного цвета (по всей поверхности), в центре размещено изображение зубра красного цвета. «Сосиски “Молочные”» – это набор сосисок от 7 и более штук. Сама общая упаковка имеет этикетку белого цвета с ромбическим орнаментом бело-красного цвета с белой буквой «Б» по центру, что делает продукцию предприятия узнаваемой. Тара продукта «Колбаса ливерная “Молодечненская”» имеет специальную упаковку (среда модифицированного газа). На ней также изображен ромбический орнамент бело-красного цвета с белой буквой «Б» по центру. Данный орнамент относится к такому элементу белорусского народного орнамента, как «ромб с отростками» (трактовка О. А. Лобачевской).

Интересные примеры оформления продукции дает «Кондитерская фабрика “Коммунарка”», расположенная в Минске. История фабрики “Коммунарка” началась 15 февраля 1905 года, когда в Минском казначействе впервые получило промышленное свидетельство «“Кафе с кондитерскими продуктами, пекарня кондитерских продуктов Георгия Викентьевича Рачковского”» [4]. На протяжении всего периода существования фабрика специализируется на производстве кондитерских изделий. Рассмотрим примеры современной продукции: «Конфеты “Беларускія”», «Шоколадная плитка “Президент”» и «Подарочный набор конфет “Беларускія строі”».

Конфеты «Беларускія» представляют собой небольшую упаковку зелёно-красного цвета с орнаментом в центре (бело-чёрно-желтого цвета) и на верхнем и нижнем ярусе (белого цвета). «Шоколадная плитка “Президент”» – это средняя упаковка горького шоколада с орнаментом золотистого цвета, расположенным под названием, и небольшим белым линейным орнаментом на зелёном фоне. Также фабрика производит другие изделия, которые также имеют белорусские мотивы (фольклорные сюжеты, образы природы и пр.).

«Подарочный набор конфет “Беларускія строі”» выделяется среди других товаров. Здесь целенаправленно для оформления упаковки выбраны картинки с изображением белорусских народных костюмов. Белорусские строи – это те изделия белорусских крестьян, которые отражали своеобразие и неповторимость локальных вариантов костюма и способы ношения одежды. В самом слове «строй» отразилось творческое отношение человека к своей одежде. Костюм «выстраивается» из отдельных частей по художественным законам [1, с. 10]. Современные дизайнеры умело применяют такие образы национального костюма для придания продукции привлекательности, в том числе для туристов, посещающих Беларусь. Красочные портреты девушек, одетых в андараки, паневы, намитки и пр. формируют представление покупателя о национальном наследии белорусского народа.

Все заводы и фабрики пищевой промышленности Беларуси занимаются рекламой своей продукции (щиты в городском пространстве, рекламные буклеты, представление продукции на выставках, информационные строки в средствах массовой информации и пр.). дизайнеры и художники по созданию подобных проектов постоянно прибегают к включению образов белорусской природы, знаковых изображений (зубр и пр.), народных орнаментов в свои разработки. Такие подходы имеют не только маркетинговое значение, но и являются одним из способов укрепления национального самосознания белорусов.

Результаты проведенного исследования показывают, что национальные мотивы в пищевой продукции Беларуси чаще всего прослеживаются в молочном, кондитерском и мясном производстве. Проанализированный разнообразный фактический материал позволяет утверждать, что национальные мотивы широко и эффективно применяются для успешной реализации продовольственной продукции и вместе с тем выступают важным средством в популяризации белорусской народной культуры как в Республике Беларусь, так и за ее пределами.

Литература

1 Лобачевская, О. А. Белорусский народный костюм: крой, вышивка и декоративные швы / О. А. Лобачевская, З. И. Зими́на. – Изд. 3-е. – Минск : Беларус. навука, 2016. – 279 с.

2 ОАО «Рогачевский МКК» : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rmkk.by/about/history>. – Дата доступа: 16.04.2023.

3 ОАО «Брестский мясокомбинат» : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brestmeat.by/>. – Дата доступа: 14.04.2023.

4 Кондитерская фабрика «Коммунарка» : официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.by.kommunarka.by/about/istorija-fabriki/>. – Дата доступа: 17.04.2023.