

## Мова реклами

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*У статті досліджено особливості сучасної реклами. Визначено види та функції реклами, а також перелік мовних норм, які порушують у рекламі.*

*Ключові слова: реклама, мова реклами, росіянізм, помилка.*

### *Abstract*

*In this article features of modern advertisement were observed. Kinds and functions of advertisement as well as list of language standarts that are broken up in advert.*

*Keywords : advertisement, language of advertisement, Russianism*

Сьогодні реклама – рушій економіки. Реклама супроводжує людину скрізь: у вагонах метро, на шпальтах газет, у радіо- й телеєфірі, в Інтернеті. Але бездумно читаючи рекламні слогани й ролики, мовці рідко замислюються про її справжню сутність. Реклама диктує тренди та чи не привчає вона мовців до росіянізмів й помилок?!

Реклама (франц. *reclame*, від лат. *Reclamo* – вигукую) – це інформація про споживчі властивості товарів і різні види послуг з метою їхньої реалізації чи створення попиту на них, а також поширення відомостей про особу, організацію, твори літератури і мистецтва і т. п. з метою їхньої популяризації.

Сучасна реклама має безліч різноманітних форм. Одним з найдорожчих видів реклами на сьогодні залишається реклама на телебаченні. Відомо, що телебачення є найбільш масовим з усіх ЗМІ, саме тому телевізійна реклама має низку переваг. Та незважаючи на всі свої переваги, телевізійна реклама має недоліки – це дуже висока вартість розміщення і обмеження в часі.

Досить поширеним видом реклами є реклама на радіо. Головний плюс реклами на радіо – широке охоплення цільової аудиторії.

Останнім часом все більшої популярності набуває реклама на транспорті. Іноді цей вид реклами відносять до зовнішньої реклами, однак реклама на транспорті відрізняється саме своєю мобільністю, на відміну від стаціонарних рекламних щитів, перетяжок і т.п. Перевагою такої реклами є великий розмір, тому вона ефективна.

Реклама –це засіб масової комунікації, тому існують особливі вимоги до рекламного тексту. Синтаксис рекламних текстів обмежується в основному простими конструкціями, за допомогою яких якнайкоротше і якнайясніше формулюють слоган.

Серед складних речень переважають безсполучникові, наприклад: «Знак доброго смаку і традицій приклад – вищий сорт чаю Lipton завжди під рукою».

Використання каламбуру, мовної гри, цитати з художнього твору – все це вносить в текст стилістичне розмаїття, робить його цікавим, оригінальним, помітним, наприклад, слоган у рекламі ліків «Нам не страшний ти, грибок!» - перифразування першого рядка пісеньки з мультфільму «Троє поросят»: «Нам не страшний сірий вовк!»

Іноді реклама може бути кумедною. У рекламі вживають жаргони, росіянізми або роблять стилістичні помилки, наприклад: «Обувнийдворік», «Плати скільки забажаєш», «Друкуючі пристрої» тощо.

Які помилки роблять у рекламі?

- Пунктуаційні помилки(відсутність коми чи лапок).
- Орфографічні помилки, наприклад: «невпусти свій час», «котеджи», «Ціни для будь якого гаманця». Неправильне написання власних назв(«площа європейська», «Музей ВВС», а має бути музей ВПС.
- Граматичні: «самі низькі ціни»самий найкращий.
- Використання росіянізмів («клубнічка», «мусор з кабінетів».

До реклами висувають такі вимоги:

1. Будь-яка реклама повинна бути законною, пристойною, достовірною.
2. Реклама не має містити заяв чи зображень, які порушують загальноприйняті норми моралі.
2. Реклама не повинна зловживати довірою споживача або його недостатнім досвідом або знаннями.
4. Реклама, яка містить порівняння, повинна бути виконана так, щоб саме порівняння не могло виявитися оманливим, а також повинна відповідати правилам добросовісної конкуренції [6].

Отже, рекламний текст повинен бути лаконічним, відповідати нормам літературної мови. Рекламний текст не лише інформує про подію чи послугу, а й здійснює вплив на читача. З цією метою використовують у мові реклами різні стилістичні, лексичні прийоми.

### **Список використаної літератури**

1. Запущено проект про мовні помилки: ляпи в рекламі [https://gazeta.ua/articles/chistota-movlennya/\\_zapuscheno-proekt-pro-movni-pomilki-lyapi-v-reklami/566026](https://gazeta.ua/articles/chistota-movlennya/_zapuscheno-proekt-pro-movni-pomilki-lyapi-v-reklami/566026)

2. «Очепятки» по-киевски: самые нелепые ошибки со столичных рекламных щитов (фото): <https://ukr.segodaya.ua/kyev/kpeople/ochepyatki-po-kyevski-samye-nelerye-oshibki-so-stolichnyh-reklamnyh-shchitov-foto-531313.html>

3. Психологічний вплив реклами  
<https://www.radiosvoboda.org/a/945612.html>

4. Топ–5 помилок на вивісках, які щодня бачать лучани:  
<https://slovovolyni.com/ukr/report/13231/>

5. «Самі безглузді» вивіски і реклама. Помилки по-вінницьки:  
<https://vn.20minut.ua/Podii/sami-bezgluzdi-viviski-i-reklama-pomilki-po-vinnitski-10559002.html>

6. Цветкова Н. Суржик – феномен не тільки мовної, а й геополітичної стратегії. Це симптоматичний варіант відповіді на питання вибору України: <http://fakeoff.org/culture/surzhik-problema-suchasnoi-ukrainskoi-movi>

*Гончарук Вікторія Олександрівна, студентка групи КОІС-18Б, факультет комп'ютерних систем та автоматики, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, [viktoriagg306@gmail.com](mailto:viktoriagg306@gmail.com)*

*Науковий керівник: Стадній Алла Сергіївна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, [stadniy.alla@ukr.net](mailto:stadniy.alla@ukr.net)*

**Goncharuk Victoria Alexandrovna, Faculty of Computer Systems and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, [viktoriagg306@gmail.com](mailto:viktoriagg306@gmail.com)**

*Stadniy Alla Sergiyivna – senior researcher of Philology, associate professor of Linguistic's Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, [stadniy.alla@ukr.net](mailto:stadniy.alla@ukr.net)*