

БЕЛАРУСКАЯ МОВА ЯК СРОДАК МАРКЕТЫНГУ

Папова Б.І.

*Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт інфарматыкі і радыёэлектронікі
г. Мінск, Рэспубліка Беларусь*

Албут А.А. — магістр філал. навук

Разглядаецца выкарыстанне беларускай мовы ў сферы маркетынгу. Аналізуюцца спосабы, дзякуючы якім выкарыстанне беларускай мовы спрыяе поспеху бізнесу, абмяркоўваюцца прыклады паспяховых кампаній, якія выкарыстоўваюць беларускую мову ў сваёй рэкламе, і ацэньваецца яе ўплыў на лаяльнасць кліентаў і іх успрыманне брэнда.

У сучасным свеце маркетынг стаў неад'емнай часткай штодзённага жыцця. Ён акружае нас паўсюль – ад рэкламных банераў на вуліцах да таргетаванай рэкламы ў сацыяльных сетках.

Маркетынг з'яўляецца сістэмай мерапрыемстваў, накіраваных на стварэнне, распаўсюджванне і прасоўванне тавараў і паслуг. Асноўная мэта – задавальненне патрэб спажывцоў. Менавіта дзякуючы маркетынгамым стратэгіям мы даведваемся аб новых прадуктах, акцыях і паслугах, якія могуць палепшыць наша жыццё. Маркетынг ўключае ў сябе ўсе дзеянні, накіраваныя на прыцягненне і ўтрыманне кліентаў, а рэклама з'яўляецца адным з інструментаў маркетынгу, які дапамагае данесці інфармацыю аб прадукце або паслуге да мэтавай аўдыторыі [1].

Адным з ключавых аспектаў маркетынгу з'яўляецца яго здольнасць фарміраваць перавагі і паводзіны спажывцоў. Рэкламныя кампаніі ствараюць вобразы і асацыяцыі, якія ўплываюць на наш выбар. Мы пачынаем ўспрымаць пэўныя брэндзі як сімвал якасці, статусу або стылю. Гэта не проста купля тавару – гэта выбар ладу жыцця.

Камерцыйная рэклама – гэта рэклама тавараў, паслуг і іншых таварных і нетаварных прапаноў з канчатковай мэтай здабывання прыбытку. Стратэгічнай мэтай любой камерцыйнай рэкламы з'яўляецца стымуляванне збыту і / або стварэнне попыту на той ці іншы тавар ці паслугу [2]. Таксама існуе такі від рэкламы, як сацыяльная, яна аказвае сур'ёзны ўплыў на выхаванне духоўных і маральных каштоўнасцей. Прысутнічаючы ў штодзённым жыцці, яна павінна фарміраваць ўяўленні аб нармальных ўзаемаадносінах паміж людзьмі, дэманстраваць правільныя мадэлі паводзінаў і звяртаць увагу на грамадскія праблемы [3].

З цягам часу беларускія кампаніі (Аліварыя, Бабруйскі бровар, А1, Mac.by, Mark Formelle і інш.) усё больш актыўна ўключаюць родную мову ў сваю рэкламу (мал. 1), што сведчыць пра рост усведамлення важнасці культурнай ідэнтычнасці. Гэтая тэндэнцыя не толькі падтрымлівае нацыянальную мову, але і стварае больш цесную сувязь паміж брэндамі і спажывцамі.



Малюнак 1 – Камерцыйная рэклама

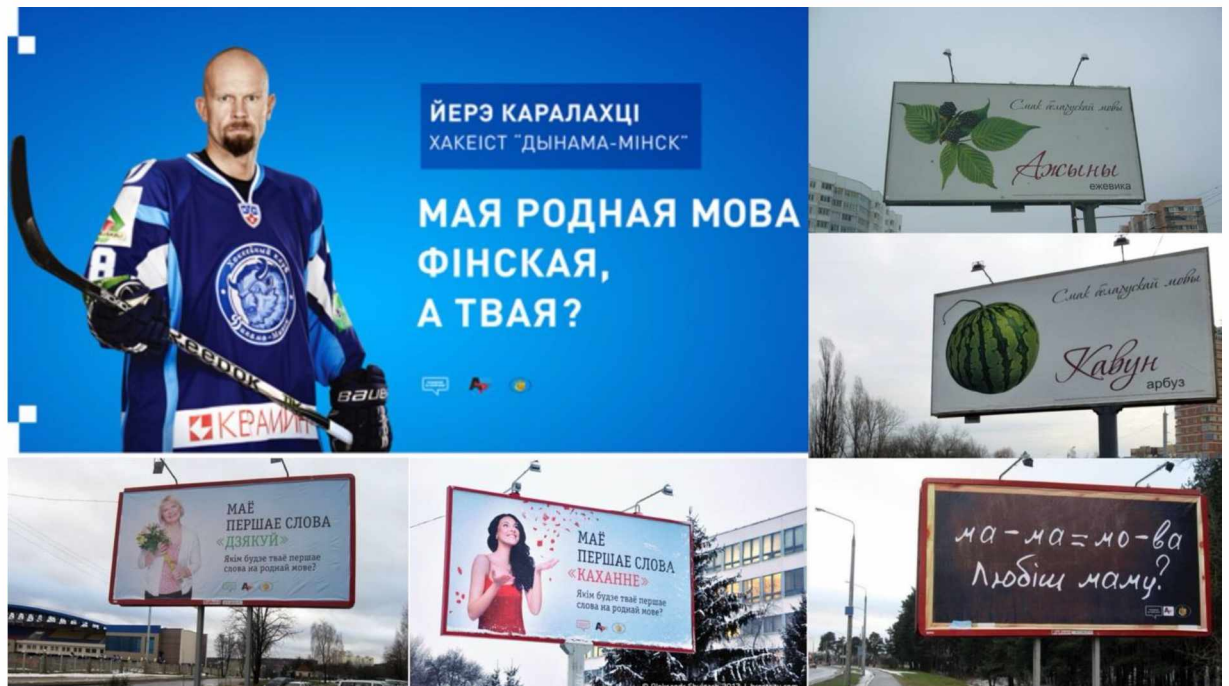
Выкарыстанне беларускай мовы ў сферы камерцыйнай рэкламы мае некалькі істотных пераваг. Па-першае, беларуская мова дапамагае ўсталяваць давер паміж брэндам і пакупніком. Калі рэклама гучыць на роднай мове, яна ўспрымаецца як больш шчырае і блізкае паведамленне. Гэта асабліва актуальна для мясцовых вытворцаў, якія хочуць падкрэсліць сваю прыхільнасць да культуры і традыцый краіны. Па-другое, выкарыстанне беларускай мовы дазваляе брэндам вылучыцца на фоне іншых кампаній ва ўмовах высокай канкурэнцыі. Гэта можа стаць важным канкурэнтным козырам, асабліва ў нішах, дзе акцэнт на лакальныя каштоўнасці і культурныя асаблівасці мае значэнне. Па-трэцяе, беларускамоўныя выказванні прыцягваюць увагу людзей сваёй незвычайнасцю і нязвыкласцю, тым, што яны з'ява рэдкая ў нашай сучаснасці. У сваю чаргу, прыцягваюць увагу – адна з самых важных задач любой рэкламы.

У ходзе аналізу разнастайных прыкладаў выкарыстання беларускай мовы ў камерцыйных банерах, прасочваецца тэндэнцыя выкарыстання мовы ў рэкламе прадуктаў харчавання, дзе яна служыць асацыяцыяй з родным і знаёмым смакам. Спажываўцы, якія бачаць рэкламу на роднай мове, часта адчуваюць эмацыйную сувязь з прапанаванымі прадуктамі. Гэта выклікае ў іх успаміны аб традыцыйных стравах, сямейных вечарах і культурных каштоўнасцях, што ў сваю чаргу ўзмацняе іх цікавасць да прапанаваных тавараў. Рэкламны ролік пра тэлевізар SAMSUNG [4] з лозунгам *Бачыць больш! Адчуваць больш!* з'яўляецца выдатным прыкладам эфектыўнага маркетынгавага паслання. *Бачыць больш* намякае на высокую якасць выявы, вялікі экран або новыя тэхналогіі візуалізацыі, у той час як *адчуваць больш* адлюстроўвае інтэрактыўныя функцыі, якія дазваляюць гледачам паглыбіцца ў кантэнт. Такі лозунг стварае адчуванне, што набыццё гэтага прадукту не толькі палепшыць якасць відэапраглядаў, але і ўзбагаціць эмоцыі і ўражанні ад прагляду.

Інтэграцыя беларускай мовы ў камерцыйную рэкламу не толькі спрыяе росту бізнесу, але і забяспечвае ўстойлівае развіццё кампаній на мясцовым рынку, павышаючы іх шанцы на поспех у канкурэнтным асяроддзі. Увогуле, выкарыстанне беларускай мовы ў рэкламе становіцца не толькі моўным, але і эканамічным фактарам, які спрыяе развіццю прадпрыемальніцтва і эканомікі краіны, з'яўляецца стратэгічным крокам, які спрыяе росту бізнесу і павышэнню канкурэнтных пераваг кампаній у Беларусі.

У ходзе даследавання было выяўлена, што пераважная колькасць рэкламы на беларускай мове – гэта сацыяльная (мал. 2). Дадзены тып рэкламы акцэнтуюе ўвагу на важных грамадскіх праблемах і пытаннях, якія закранаюць шырокі пласт насельніцтва. Сацыяльная рэклама часта накіравана на павышэнне свядомасці народа ў адносінах да здароўя, экалогіі, адукацыі і грамадскай бяспекі, яна актыўна падштурхоўвае людзей да выкарыстання беларускай мовы,

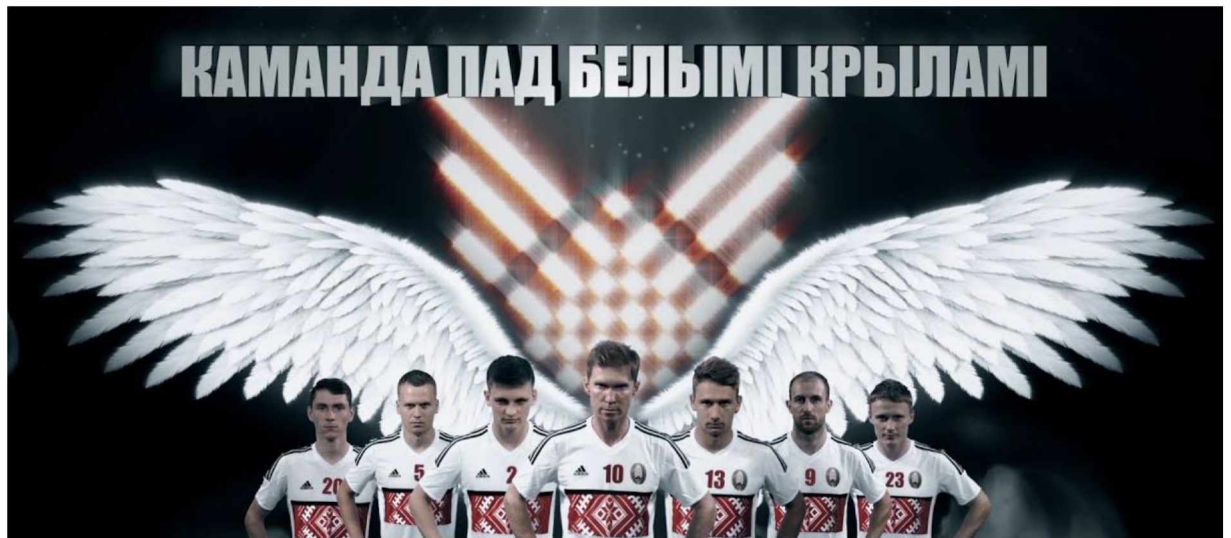
стварае ў беларусаў адчуванне блізкасці і прыналежнасці, што спрыяе павышэнню цікавасці да беларускай культуры.



Малюнак 2 – Сацыяльная рэклама

Серыя банераў «Першае слова» са словамі *каханне*, *сябар*, *дзякуй*, якія чулі нават тыя, хто дрэнна ведае беларускую мову, ііх слоган *Якім будзе тваё першае слова на роднай мове?* заклікае людзей задумацца аб значэнні мовы ў іх жыцці. Выкарыстанне простых слоў дэманструе, як нязмушана і лёгка размаўляць на роднай мове. Серыя білбордаў «Смак беларускай мовы» і «Прыгажосць беларускай мовы» спрыяюць вывучэнню слоў, не падобных на рускія эквіваленты. Некаторыя з іх маюць іншыя марфалагічныя прыметы: *ажыны* (множны лік) – *ежевика* (адзіночны лік). Людзі часта блытаюцца пры перакладзе слова *арбузі* замест *кавун* гавораць *гарбуз*, што азначае *тыква*. Такім чынам, гэтыя банеры носяць адукацыйны характар, вучаць беларусаў правільнаму маўленню і нагадваюць пра існаванне нацыянальнай мовы, што вельмі важна ў нашай рэальнасці, у перыяд, калі беларуская мова знаходзіцца на мяжы знікнення.

Рэклама самага вядомага беларускага ХК «Дынама-Мінск» адначасова рэкламуе саму каманду, папулізуе развіццё спорту ў нашай краіне і прымушае на падсвядомым узроўні адказаць на пытанне, якая твая родная мова. Іміджавы ролік [5] зборнай Беларусі па футболе (мал. 3) не толькі зрабіў адсылку на знакаміты твор Уладзіміра Караткевіча «Зямля пад белымі крыламі», але і паспрабаваў аб'яднаць заўзятараў і ўвесь народ, выкарыстоўваючы ў роліку народную вопратку, лялькі з тканіны і саломы, пейзажы і фразы нахштальт *калі мы разам, нас немагчыма зламіць, як немагчыма зламіць моц каласоў, што сабраны ў адзін сноп, годнасць быць беларусам, мы людзі аднаго поля і ганарымся гэтым*. Гэта відэа заклікае любіць сваю краіну, сваю культуру, традыцыі і мову.



Малюнак 3 – Іміджавы ролік зборнай Беларусі па футболе

Сёння добрую перспектыву мае прымяненне беларускай мовы не толькі ў рэкламе, але і ў маркетынгу ў цэлым. Яе можна выкарыстоўваць, каб стварыць запамінальную назву для брэнда і павялічыць яго пазнавальнасць, выкарыстоўваць родныя словы або вытрымкі з твораў беларускіх пісьменнікаў на прынтах у адзенні, на ўпакоўках тавараў, рабіць гучныя слоганы, задзейнічаць вядомыя беларускія фразеалагізмы ў якасці лозунгаў для айчынных вытворцаў. Гэтыя прыёмы прыцягваюць увагу пакупнікоў, тым самым стымулююць продаж тавару.

Такім чынам, беларуская мова з'яўляецца не толькі інструментам камунікацыі, але і стратэгічным актывам у маркетынгавых ініцыятывах, якія спрыяюць умацаванню мясцовай ідэнтычнасці і падтрымцы культурнай спадчыны. Беларуская мова служыць сродкам выражэння культуральнай унікальнасці і спрыяе ўмацаванню нацыянальных каштоўнасцей, што з'яўляецца важным фактарам для спажывцоў, якія імкнуцца падтрымліваць мясцовыя брэнды. Рэклама на роднай мове выклікае больш моцныя эмацыйныя рэакцыі ў спажывцоў, што спрыяе павышэнню лаяльнасці і ўцягнутасці. Такія намаганні адыгрываюць крытычную ролю ў захаванні беларускай мовы і не дапускаюць яе знікнення. Калі мова актыўна падтрымліваецца, яна працягвае жыць у грамадстве, перадаючыся ад пакалення да пакалення.

Спіс выкарыстаных крыніц:

1. Маркетинг и реклама: что это и зачем нужно [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу :<https://sky.pro/wiki/profession/marketing-i-reklama-cto-eto-i-zachem-nuzhno/>.
2. Индустрия рекламы [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу :<https://adindustry.ru/doc/>.
3. Роль социальной рекламы в решении социальных проблем [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу :https://elar.urfu.ru/m_th_v.s.makarin_2019.pdf.
4. Беларуская рэклама Samsung [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу :<https://www.youtube.com/watch?v=T-hFNOUCslc>.
5. Имиджевый ролик сборной Беларуси по футболу [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу :<https://www.youtube.com/watch?v=Zlwip6zPNL8&t=102s>.