

А. Шакур

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ИДЕИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В течение последних лет наблюдается рост интереса общественности к вопросам экологии и осознания важности решения экологических проблем.

Согласно определению, которое встречается в различных источниках, под *устойчивым развитием* (англ. *sustainable development*) понимается процесс экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. Концепция устойчивого развития определенной организации предполагает модель развития, которая исходит из необходимости соблюдения баланса между решением социальных, экономических проблем и сохранением окружающей среды.

В настоящее время многие компании включают идею устойчивого развития в сообщения, которые они передают своей целевой аудитории. В некоторых случаях идея устойчивого развития выступает уникальным торговым предложением организации, что помогает ей выделиться среди конкурентов.

В качестве примера рассмотрим сообщение компании Белинвестбанк, которое передается внешней целевой аудитории посредством социальной сети Instagram. Сообщение представлено следующим *постом* (тип сообщения в рассматриваемой социальной сети): «Белинвестбанк – это первый Эко-Логичный банк в Беларуси. Мы: 1) финансируем «зеленые» проекты; 2) внедряем удобные и технологические продукты и сервисы; 3) упрощаем продуктовую линейку и тарифную политику; 4) поддерживаем «зеленые» инициативы; 5) формируем экосознание общества». Вербальный компонент сообщения содержит такие слова, как *зеленый* (2 раза), *экосознание* – т.е. апелляция к аспектам экологии; глаголы, содержащие положительный эмоционально-оценочный компонент: *поддерживаем*, *упрощаем*; положительно окрашенные прилагательные: *удобный*. Уникальное торговое предложение заключено в порядковом числительном *первый*.

Невербальный компонент сообщения включает использование зеленых оттенков, что направлено на актуализацию ассоциации с природой и отдыхом. Маркирование текста осуществляется посредством изображения зеленой ветки с листиками. Используемые невербальные символы подчеркивают суть данного проекта – экологичность бизнеса, и, убеждают пользователей социальной сети, что это действительно «зеленый» проект.

Таким образом, компании становятся все более вовлеченными в решение актуальных проблем современности, о чем они и сообщают целевой аудитории.