

## КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТОВ НА РОССИЙСКОЙ И БЕЛОРУССКОЙ КРАУДФАНДИНГОВЫХ ПЛАТФОРМАХ

*Ю. В. Явинская<sup>1)</sup>, Е. А. Александронюк<sup>2)</sup>*

*<sup>1)</sup>Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
yavinska@mail.ru,*

*<sup>2)</sup>Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
katyaalex6751@gmail.com*

В статье проводится сравнение коммуникативных стратегий презентации проектов на краудфандинговых платформах Planeta.ru (Россия) и Talaka.org (Беларусь) с целью сформулировать задачи по оптимизации краудфандинговой коммуникации для белорусской платформы. Делается вывод о том, что на российской платформе имидж инициаторов проекта, сама проблемная ситуация и ее ценностной потенциал презентуются более эффективно за счет использования текстовых стратегий и стратегий поддержки прямого контакта с потенциальными дарителями.

**Ключевые слова:** краудфандинговая платформа; коммуникативные стратегии; организация-инициатор проекта; даритель; описание проекта; текстовая стратегия.

## COMMUNICATIVE STRATEGIES FOR PRESENTING PROJECTS ON RUSSIAN AND BELARUSIAN CROWDFUNDING PLATFORMS

*Yu. V. Yavinskaya<sup>a</sup>, K. A. Aleksandronok<sup>b</sup>*

*<sup>a</sup>Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: Yu. V. Yavinskaya (yavinska@mail.ru),*

*<sup>b</sup>Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: K. A. Aleksandronok (katyaalex6751@gmail.com)*

The article compares the communication strategies for presenting projects on crowdfunding platforms Planeta.ru (Russia) and Talaka.org (Belarus) in

order to formulate the tasks of optimizing crowdfunding communication for the belarusian platform. It is concluded that on the russian platform the image of the project initiators, the problem situation and its value potential are presented more effectively through the use of text strategies and strategies for supporting direct contact with potential donors.

**Key words:** crowdfunding platform; communication strategies; project initiating organization; donor; project description; text strategy.

Явление краудфандинга возникло в начале XXI века. В Беларуси активное развитие такого рода деятельности относится к 2015 году, что связано с запуском краудфандинговой платформы Talaka.org [1]. В России ведущей краудфандинговой платформой является Planeta.ru, основанная в 2012 году [2]. Целью исследования является сравнение коммуникативных стратегий продвижения проектов на белорусской и российской платформах, в результате чего можно сформулировать задачи по оптимизации краудфандинговой коммуникации для белорусской платформы.

Для анализа коммуникационных стратегий продвижения отдельных проектов мы рассмотрели три российских и три белорусских благотворительных проекта, ставших самыми успешными в 2019 г. Белорусские проекты: *«Мой шлях да Беларусі. Далягляды Зінаіды Бандарэнкі»* (собрано 100 % средств) [3]; *«Адзначым БНР101 «Дзень Волі 2019» разам!»* (собрано 140 % средств) [4]; *«Неадкладны рамонт касцёла св. Роха на Залатой Горцы ў Мінску»* (собрано 106 % средств) [5]. Российские проекты: *«Рождество для бедных и бездомных людей 2019»* (собрано 119 % средств) [6]; *«4-й Благотворительный Рок-Аукцион «Разные Люди»* (собрано 128 % средств) [7]; *«Документальный фильм «Второе дыхание»* (собрано 134 % средств) [8].

Сравнительный анализ показал, что на сайте Planeta.ru, в целом, используются схожие принципы описания проекта, что и на платформе Talaka.org: выкладка медиаматериалов; описание причины сбора средств; указание на возможность вознаграждения за пожертвования; заметки о проекте в отдельных вкладках. Однако были выявлены и серьезные расхождения в текстовых стратегиях и в стратегиях коммуникации между авторами и дарителями.

С точки зрения использования текстовых стратегий, российские авторы проектов имеют гораздо больше возможностей создать яркий небанальный текст-обращение к потенциальным дарителям.

Во-первых, это связано с формальными ограничениями, заданными белорусской платформой: так, поле для формулировки проблемы огра-

ничено конкретным количеством символов (150), и автору проекта приходится очень кратко формулировать проблему в виде одного предложения. На российской платформе таких ограничений нет, что позволяет авторам проекта максимально подробно и драматично изложить суть проблемы, ср.: *Мы предлагаем вспомнить о тех, кто в эту самую минуту делает тяжелый и шумный вдох через канюли кислородного концентратора, сидя у окна пустой квартиры, за пределы которой не может выйти уже несколько месяцев или даже лет...* [8].

Формальный подход к описанию проектов на Talaka.org проявляется и в использовании языковых средств: преобладание канцеляризм, штампов, сухая констатация фактов, скудность выразительных средств: *Зінаіда Аляксандраўна Бандарэнка нарадзілася 25 красавіка 1939 года ў Мінску. У першыя дні вайны трапіла на Гомельшчыну. У 1956 годзе скончыла сярэднюю школу, дзе хадзіла ў драматычны гурток. Пасля школы вучылася ў медвучэльні і займалася ў тэатральнай студыі* [3]. Очень редко белорусские авторы используют в тексте метафоры, приводят в качестве дополнительной информации журналистские статьи и рейтинги.

Описание проектов на сайте Planeta.ru носит более лирический и драматический характер: авторы используют большое количество метафор, разговорную лексику, личные местоимения. В результате получаются эмоционально заряженные, обладающие суггестивным эффектом тексты: *Каждый участник группы уже преодолел в своей жизни самый сложный маршрут – от тяжелой болезни, которая его почти убила, до пересадки легких, которая вернула его к полноценной жизни. И сегодня они поднимаются в горы, чтобы осознать новые возможности своего организма <...>. И как велика сила человеческого духа, сострадания и добродетели!..* [8].

Кроме того, авторы Planeta.ru активно используют технологии сторителлинга для описания проекта: презентация автора проекта как героя истории; рассказ о возникновении идеи проекта как развитие сюжета истории; переход к содержанию проекта с деталями и наглядными изображениями; перечисление финансовых целей сбора; завершение в виде призыва к действию. На наш взгляд, такие тексты привлекают больше внимания, лучше откладываются в памяти, ими хочется поделиться.

С точки зрения использования стратегий общения, можно сделать вывод о том, что российская платформа старается ближе познакомить потенциальных дарителей с авторами проекта и создает возможности для их онлайн-взаимодействия.

Это проявляется, во-первых, в том, каким образом Planeta.ru презентует организацию-инициатора проекта – подробно, простым языком, используя образные средства: *Мы – простые люди, которые в свободное от работы или учебы время хотят делать что-то для других бескорыстно и жить насыщенной полной жизнью. У нас нет спонсоров, подопечных или клиентов – у нас есть много друзей. Кто-то помогает нам, кому-то стараемся помочь мы. И мы всегда рады новым и старым друзьям, всем, кто неравнодушен и кто мечтает сделать свой город более человечным* [6]. Кроме того, в качестве характеристик авторов проекта в профилях приводится информация об уже реализованных проектах. Указание на успешно проведенные проекты (у многих порядка десяти) повышает авторитет автора как эксперта, способствует проявлению лояльности и доверия со стороны дарителей.

В то же самое время на платформе Talaka.org редко можно встретить какую-то дополнительную информацию, помимо названия организации и ее достижений в своей сфере, а у авторов проектов количество реализованных проектов составляет, в среднем, два, что, вероятно, обусловлено недостаточной распространенностью данного способа сбора средств в Беларуси.

Что касается общения дарителей и авторов, то на белорусской платформе отсутствует возможность прокомментировать проект, а также возможность быстрой прямой связи с автором проекта через кнопку «Задать вопрос». Такие функции есть у Planeta.ru, и они позволяют авторам проекта проследить отношение аудитории к идее проекта, а также проанализировать недочеты текстовой стратегии в соответствии с возникающими у дарителей вопросами.

На белорусской платформе дарители могут получить благодарность от авторов только в виде слов «спасибо», размещенных на сайте. На платформе Planeta.ru благодарность дарителям может иметь более интересную форму: фото с организованного мероприятия; возможность принять участие в подготовке праздничного вечера; публичная благодарность в социальных сетях; приглашение на мероприятие в качестве гостя; видеопослание с праздника и т. д.

Таким образом, сопоставительный анализ коммуникативных стратегий презентации проектов двух платформ показал, что на российской платформе имидж инициаторов проекта, сама проблемная ситуация, ее ценностный потенциал презентуются более эффективно за счет использования текстовых стратегий и стратегий поддержки прямого контакта с потенциальными дарителями. Выявление и анализ данных коммуни-

кативных инструментов позволяет применить их для оптимизации краудфандинговой коммуникации на платформе Talaka.org.

### Библиографические ссылки

1. Talaka. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.talaka.org> (дата обращения: 09.02.2020).
2. Planeta. Российская краудфандинговая платформа [Электронный ресурс] URL: <https://planeta.ru> (дата обращения: 09.02.2020).
3. «Мой шлях да Беларусі. Далягляды Зінаіды Бандарэнкі» // Talaka.org [Электронный ресурс]. URL: <https://www.talaka.org/projects/2991/overview> (дата обращения: 09.02.2020).
4. Адзначым БНР101 «Дзень Волі 2019» разам! // Talaka.org [Электронный ресурс]. URL: <https://www.talaka.org/projects/3128/overview> (дата обращения: 09.02.2020).
5. Неадкладны ремонт касцёла св. Роха на Залатой Горцы ў Мінску // Talaka.org [Электронный ресурс]. URL: <https://www.talaka.org/projects/2742/overview> (дата обращения: 09.02.2020).
6. Рождество для бедных и бездомных людей 2019 // Planeta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://planeta.ru/campaigns/100121> (дата обращения: 09.02.2020).
7. Благотворительный Рок-Аукцион «Разные Люди» // Planeta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://planeta.ru/campaigns/raznyeludi-4> (дата обращения: 09.02.2020).
8. Документальный фильм «Второе дыхание» // Planeta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://planeta.ru/campaigns/secondbreathe> (дата обращения: 09.02.2020).

## ПОТЕНЦИАЛ ВОЗДЕЙСТВИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ В PR-ТЕКСТАХ

*Л. М. Яницкая*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
Yanitskaya@bsu.by*

Цель исследования состоит в выявлении потенциала воздействия на адресата некоторых лексических языковых средств, наиболее часто используемых белорусскими специалистами по связям с общественностью для привлечения внимания своей аудитории к PR-субъекту. В статье приводится определение понятия воздействия, рассматривается современный подход