

СЕКЦИЯ СОЦИОЛОГИИ И ПОЛИТОЛОГИИ

УДК 316.65

ОТРАЖЕНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ РЕКЛАМЕ

Д. С. Бураков (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. Е. А. Ярошевич.

канд. соц. наук, доцент

В условиях глобализации и информационных технологий происходит активная интеграция международных брендов и рекламных стратегий в местные рынки. Культурные и национальные традиции используются в рекламных кампаниях. В культурном контексте реклама может быть использована для сохранения и популяризации культурных традиций, символов, искусства и исторического наследия. Она может оказывать влияние на восприятие ценностей, определять культурные нормы и социальные стандарты, а также содействовать формированию культурной идентичности.

Использование культурных ценностей в рекламе требует внимательного подхода, так как ошибки и стереотипы могут вызвать негативную реакцию целевой аудитории. Для эффективной коммуникации важно не только применять культурные элементы, но и учитывать их социальный и исторический контекст, адаптируя рекламу к местным нормам и ценностям [1, с. 78].

В Беларуси реклама не только продвигает товары и услуги, но и формирует общественное сознание. Использование культурных символов и традиционных ценностей, таких как семья, материнство и патриотизм, способствует сохранению национальной идентичности. Такие рекламные кампании не только привлекают внимание потребителей, но и укрепляют связь поколений, помогая людям осознавать свою роль в сохранении культуры и традиций [2, с. 48].

Таким образом, рекламные стратегии, основанные на традиционных ценностях, формируют общественное восприятие, поддерживают культуру и адаптируют ее к современности. Они связывают прошлое и настоящее, укрепляя идентичность и общественные связи.

Литература

1. Кузнецова, Ю. В. Брендинг как эффективный метод продвижения товаров на потребительском рынке / Ю. В. Кузнецова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 8. – С. 73–79.
2. Яроцкая, Ю. А. Особенности цветовой символики в японской и белорусской культурах / Ю. А. Яроцкая // Вестник Белорусского государственного университета культуры и искусств. – 2022. – № 4 (46). – С. 44–52.