

## Рекламные практики в современном этнокультурном пространстве

Научный руководитель – Коркия Эка Демуриевна

*Арешина Дарья Игоревна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

*E-mail: darya.areshina@yandex.ru*

В силу разнообразия культур и этнических групп существует потребность в адаптации рекламы к различным культурным особенностям и предпочтениям аудитории. Этнические и культурные факторы играют важную роль в формировании содержания и формы рекламы, влияя на ее успешность, восприятие и эффективность в различных культурных контекстах. В свете данного контекста, учитывая стереотипы, этнические фоны и этические нормы, рекламные практики становятся основополагающим элементом в формировании коммуникаций в современном этнокультурном пространстве.

Чтобы убедить людей при помощи рекламы, рекламодатель должен понимать культуру и ценности. Культура — это накопленная модель ценностей, убеждений и поведения, разделяемая идентифицируемой группой людей с общей историей и системой вербальных и невербальных символов[1]. Мы не сможем понять рекламу, если не рассмотрим ее культурный контекст. Культура — это своеобразная «линза», через которую потребители воспринимают маркетинговую коммуникацию. Каждая культура отражает в своем языке и коммуникации то, что представляет ценность для людей.

В настоящее время наблюдается значительное стремление к экспансии на глобальные рынки как для ведущих экономических гигантов, так и для стран, усиливающих экспортные операции. Большинство крупнейших международных корпораций в настоящее время получают более 50% всей прибыли от продаж за рубежом.

Процессы глобализации и межкультурного взаимодействия представляют собой новые вызовы для рекламодателей в создании эффективных коммуникаций с разнообразной аудиторией. Анализ рекламных практик в этнических группах позволяет определить ключевые факторы, влияющие на успешность рекламных кампаний в различных культурных средах.

Межкультурный анализ имеет основополагающее значение для разработки успешной интегрированной рекламной стратегии, которая отражает культурные ценности и поведение целевой аудитории

Реклама играет значительную роль в культуре и является неотъемлемым компонентом современного общества. Она позволяет компаниям продвигать свои продукты, привлекать новых клиентов и влиять на культурные нормы и стереотипы. Реклама формирует тренды, влияет на искусство и музыку, а также служит важным инструментом в формировании культуры и общественного мнения.

Современное общество, обладая разнообразием культур и этнических групп, представляет особые вызовы для рекламы в плане адаптации культурных особенностей и традиций для эффективного взаимодействия с аудиторией.

Для создания успешной локализованной рекламы, необходимо учитывать культурные контексты страны, разделять ценности и язык целевой аудитории. Понимание и уважение культурных различий играют ключевую роль в разработке рекламной стратегии.

При подаче рекламы крайне важно учитывать этнокультурные компоненты в языке рекламы с целью привлечения внимания и побуждения к действию так, чтобы смысл оригинала не подвергся искажению.

Выбор языка и символов в рекламе оказывает существенное влияние на восприятие и понимание коммуникаций в различных этнических средах. Уважение культурным особенностям, избегание стереотипов и дискриминации являются важными аспектами в создании эффективной и этичной рекламы в разнообразном обществе.

Многие компании сталкиваются с дилеммой использования глобального или локального подхода в коммуникациях. С учетом динамического развития общества и культур, важно, чтобы рекламные практики продолжали адаптироваться к этническому разнообразию. Понимание культурных особенностей, учет стереотипов и соблюдение этических принципов играют определяющую роль в успешном развитии рекламных стратегий в этнокультурном пространстве.

С учетом постоянно меняющегося общества и культурных процессов, рекламные стратегии должны постоянно приспосабливаться к этническому многообразию. Глубокое понимание культурных особенностей и соблюдение высоких стандартов этнического взаимодействия играют ключевую роль в эффективном создании рекламных кампаний, способствуя социокультурной гармонии в современном этнокультурном пространстве.

Успешное преодоление культурных барьеров в рекламе требует глубокого понимания культурных особенностей различных аудиторий, уважения к культурным различиям и создания рекламных кампаний, которые будут соответствовать многообразию культурных контекстов и ожиданий аудитории. Постоянное изучение и адаптация рекламных стратегий к различным культурам играют важную роль в эффективном преодолении культурных барьеров и создании успешных коммуникаций в разнообразном культурном пространстве.

### **Источники и литература**

- 1) 1. W. Neuliep, *Intercultural Communication: A Contextual Approach*, 2020.