

Особенности рекламы японских брендов

Научный руководитель – Чугайнова Юлия Игоревна

Владимирова Мария Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: vladimary2005@gmail.com

Реклама японских брендов представляет собой особую модель коммуникации, сформированную под влиянием национальной культуры и социальных норм. Она делает акцент на эмоциональное воздействие, визуальные образы и выстраивание доверительных отношений с потребителем и функционирует как самостоятельный медиапродукт, отражающий эстетические особенности японского общества. Актуальность её изучения обусловлена динамичным развитием внутреннего рекламного рынка Японии, характеризующегося ростом цифровых форматов и трансформацией традиционных медиа, что требует анализа национальных рекламных стратегий в условиях изменяющегося медиаповедения аудитории#_ftn1. В 2024 году общий объём цифровой рекламы на японском рынке превысил 3 650 млрд. йен, расходы на социальные сети впервые превысили 1 трлн. йен#_ftn2. Это отражает переход рекламных бюджетов в сторону digital-форматов.

Ключевой особенностью рекламы японских брендов является приоритет визуального кода над вербальным, что проявляется в использовании символики, образности и невербальных средств коммуникации. Рекламные сообщения нередко строятся на гиперболизации, экспрессивности и юморе, основанном на культурных кодах и гротеске, способствуя эмоциональному вовлечению аудитории и снижению дистанции между брендом и потребителем#_ftn3. Подобные приёмы, будучи органичными для внутреннего рынка, усиливают эффективность коммуникации и подчёркивают культурную обусловленность японской рекламной модели, адаптированной к медиаповедению и ожиданиям японских потребителей.

Источники и литература

- 1) Долгополова А. А. Особенности визуальных образов, используемых в японской рекламе // Новизна. Эксперимент. Традиции (Н.Экс. Т). — 2021. — №7 — (2). С. 40-47.
- 2) Как рекламировать товары и услуги в Японии [Электронный ресурс] // Integrus.ru. // — 2026. — URL: <https://integrus.ru/blog/internet-marketing-decisions/kak-reklamirovat-tovary-uslugi-v-yaponii.html> (Дата обращения: 02.03.2026)
- 3) Современная японская реклама [Электронный ресурс] // /mediiii.com. — 2026. — URL: <https://mediiii.com/ai/project/1d02234e263f4785945582fe3a187607> (Дата обращения: 02.03.2026)
- 4) Тягунов Н. С. Японская реклама как медиапродукт: специфические черты // Медиасреда. — 2021. — №2. — С. 30-35.
- 5) Федянина В. С. Эволюция японской рекламы // Бизнес и дизайн ревю. — 2024. — №4 — (36). С. 132-140.
- 6) Japan's Advertising Market Outlook [Электронный ресурс] // nextlevel.global — 2024. — URL: <https://nextlevel.global/blog/2025/05/07/japan-advertising-2024-ai-social-media-growth>. (Дата обращения: 02.03.2026)