



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 8 / 2025, Iss. 8 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)

УДК 811.521

Особенности японского трейлера как жанра рекламного дискурса

¹ Власенко О.К., ² Андреева И.А., ² Кузнецова Л.Э., ² Малахова С.А.

¹ Высшая школа социальных и политических наук,

Тихоокеанский государственный университет,

² Армавирский государственный педагогический университет

Аннотация: статья посвящена комплексному анализу японских кинотрейлеров как специфического жанра рекламного дискурса. Объектом исследования выступает трейлер японского кино, предметом – его лингво-семиотические и жанрово-специфические особенности. Материалом послужили трейлеры японских фильмов последнего десятилетия. Цель работы – выявить и систематизировать уникальные черты японского трейлера, обусловленные национальной культурной традицией и жанровыми конвенциями кинематографа. Особое внимание уделяется трейлеру как креолизованному тексту, где вербальный (языковые знаки), визуальный (иконические, графические знаки) и аудиальный (музыка, шумы, речь) ряды образуют неразрывное семиотическое единство, совместно продуцирующее смысл и оказывающее комплексное воздействие на реципиента. В работе определяется уникальность японского трейлера коренится в национальной коммуникативной культуре, для которого характерны имплицитность, контекстуальная зависимость, эстетика аварэ (эмоциональная тональность) и минимизация прямых призывов к действию, с акцентом на культурные коды, создание эстетического и эмоционального резонанса. Ключевой вывод статьи заключается в глубокой жанровой обусловленности структуры и наполнения трейлеров. В работе детально анализируются особенности трейлеров основных японских киножанров: мелодрама/дорама, аниме/фэнтези, дзидайгэки/экшн, хоррор. Японский язык выполняет в трейлере ключевые функции: культурную идентификацию, эмоциональное воздействие через лаконичные фразы-концентраты, нарративное структурирование и усиление визуально-аудиального ряда. Эффективность японского кинотрейлера как рекламного жанра определяется мастерским синтезом универсальных структур рекламного воздействия, глубокой жанровой специфики рекламируемого фильма и актуализации культурных кодов японской аудитории через креолизованный текст. Его успех напрямую зависит от точной передачи идентичности фильма и соответствия культурным ожиданиям зрителя.

Ключевые слова: рекламный дискурс, трейлер, креолизованный текст, японский язык, жанровая специфика, лингвокультурология, семиотика кино

Для цитирования: Власенко О.К., Андреева И.А., Кузнецова Л.Э., Малахова С.А. Особенности японского трейлера как жанра рекламного дискурса // Современный ученый. 2025. № 8. С. 208 – 215.

Поступила в редакцию: 5 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 3 июня 2025 г.; Принята к публикации: 18 июля 2025 г.

Features of the Japanese trailer as a genre of advertising discourse

¹ Vlasenko O.K., ² Andreeva I.A., ² Kuznetsova L.E., ² Malakhova S.A.

¹ *Higher School of Social and Political Sciences,
Pacific State University,*

² *Armavir State Pedagogical University*

Abstract: the article is devoted to a comprehensive analysis of Japanese film trailers as a specific genre of advertising discourse. The object of the study is the Japanese film trailer, while the subject is its linguo-semiotic and genre-specific features. The research material consists of trailers for Japanese films from the last decade. The aim of the work is to identify and systematize the unique characteristics of the Japanese trailer, determined by national cultural tradition and cinematic genre conventions. Particular attention is paid to the trailer as a creolized text, where the verbal (linguistic signs), visual (iconic, graphic signs), and auditory (music, sound effects, speech) components form an inseparable semiotic unity, jointly producing meaning and exerting a complex impact on the recipient. The work establishes that the uniqueness of the Japanese trailer is rooted in the national communicative culture, characterized by indirectness, context-dependency, the aesthetics of aware (emotional tonality), and the minimization of direct calls to action, with an emphasis on cultural codes and the creation of aesthetic and emotional resonance. A key conclusion of the article is the profound genre conditioning of trailer structure and content. The work provides a detailed analysis of the features of trailers for major Japanese cinematic genres: melodrama/dorama, anime/fantasy, jidaigeki/action, and horror. The Japanese language performs key functions within the trailer: cultural identification, emotional impact through laconic, concentrated phrases, narrative structuring, and the enhancement of the visual-auditory impact. The effectiveness of the Japanese film trailer as an advertising genre is determined by the masterful synthesis of universal advertising impact structures, the deep genre specificity of the advertised film, and the activation of the cultural codes of the Japanese audience through the creolized text. Its success directly depends on the accurate representation of the film's identity and its alignment with the cultural expectations of the viewer.

Keywords: advertising discourse, trailer, creolized text, Japanese language, genre specificity, linguocultural studies, film semiotics

For citation: Vlasenko O.K., Andreeva I.A., Kuznetsova L.E., Malakhova S.A. Features of the Japanese trailer as a genre of advertising discourse. *Modern Scientist*. 2025. 8. P. 208 – 215.

The article was submitted: April 5, 2025; Approved after reviewing: June 3, 2025; Accepted for publication: July 18, 2025.

Введение

Дискурс, понимаемый как «текст, погруженный в ситуацию реального общения» [4, с. 7], предполагает единство языковой деятельности и ее продукта, неразрывно связанных с экстралингвистическими факторами (социокультурным контекстом, знаниями адресата, коммуникативными целями). Рекламный дискурс, как частный случай, направлен на достижение конкретного прагматического эффекта – побуждения к действию (просмотру фильма) через информирование и воздействие. Трейлер, являясь основным инструментом киноиндустрии, представляет собой канонический пример креолизованного текста [8, с. 43], где вербальный ряд (языковые знаки), визуальный ряд (иконические и графические знаки) и аудиальный ряд (музыка, шумы, речь) образуют неразрывное семиотическое единство, совместно продуцирую-

щее смысл и оказывающее комплексное воздействие на реципиента.

В настоящее время трейлеры японского кинематографа остаются недостаточно изученными [6, с. 15]. Уникальность японской коммуникативной культуры и кинематографических традиций делает их изучение особенно важным для понимания кросс-культурных аспектов рекламного дискурса [13].

Объектом данного исследования выступает трейлер как жанр рекламного дискурса. Предметом являются лингвосемиотические особенности японских трейлеров различных киножанров. Материалом исследования послужили трейлеры японских фильмов последнего десятилетия.

Цель исследования: выявить и систематизировать лингвосемиотические и жанрово-специфические особенности японского трейлера

как уникального жанра рекламного дискурса, обусловленные национальной культурной традицией (эстетическими принципами, коммуникативными стратегиями и кинематографическими жанрами).

Цель подразумевает решение следующих задач:

- определить место японского трейлера в системе рекламного дискурса и его базовые характеристики как креолизованного текста.
- проанализировать лингвистические особенности японских трейлеров;
- исследовать паралингвистические особенности;
- выявить семиотические особенности;
- проанализировать жанровую специфику построения трейлеров на примере ключевых японских кинематографических жанров;
- обобщить стратегии создания эмоционально-атмосферного воздействия японского трейлера и его отличие от западных аналогов.

Результаты исследования имеют прикладное значение для создателей рекламного контента, работающих с японской аудиторией или японским кинопродуктом, помогая оптимизировать стратегии воздействия.

Материалы и методы исследований

Исследование основано на междисциплинарном подходе, интегрирующем методы лингвистического анализа, дискурс-анализа стилистический анализа, а также семиотического и культурологического анализа.

Ключевым методологическим принципом является рассмотрение японского трейлера как креолизованного текста, требующего синхронного анализа всех его компонентов (вербального, визуального, аудиального) в их взаимосвязи и в культурном контексте [2, с. 87].

Говоря о месте трейлера в традиционной жанровой классификации рекламных и информационных текстов, стоит отметить, что в обширной научной литературе, посвященной этой теме, выделение и описание трейлера как самостоятельного жанра не встречается. Рассматривая трейлер, можно говорить об односторонней асимметричной коммуникации, осуществляемой по модели информирования, нацеленной на мягкое воздействие на сознание аудитории (получателя) через дозированную подачу информации [1, с. 280]. При этом явная информативная функция сопровождается скрытой, латентной манипулятивной функцией, автоматически осуществляемой за счет селекции информации [1, с. 282], формируя полное сообщение и придавая ему необходимую силу воздействия.

Рекламное сообщение, сопровождающее трейлер, строится на основах рекламного объявления. Для рекламного сообщения характерны «полифункциональность его интенциональной установки» [4, с. 18], т.е. наличие двух целей – информировать и побуждать к действию. Такой креолизованный текст создается для того, чтобы обратить внимание адресата на товар/услугу, сформировать позитивное отношение к продукту и, в конечном счете, стимулировать сбыт [8, с. 151]. Помимо полифункциональности, Е. А. Курченкова предлагает выделить следующие конститутивные признаки рекламного объявления: наличие факта, о котором необходимо сообщить в объявлении; опосредованность СМИ; ограниченный объем [7, с. 19].

Следовательно, мы можем рассматривать данные признаки и в контексте рекламного сообщения, заложенного в трейлере. Первый признак реализуется в том, что в трейлере есть некое событие или человек, о котором пойдет повествование в фильме и о котором следует сообщить; второй – в том, что упоминание о трейлере в СМИ появляется уже после его официального выхода; а третий – в том, что трейлер представлен в короткометражном формате, а, значит, обладает лаконичностью изложения, выделением самых значимых для понимания сюжета моментов и малым набором содержательного компонента.

Согласно типологической концепции Э.А. Лазаревой, Д.Э. Розенталя, Н.Н. Кохтева и других, принято выделять информационные (содержат только вербальные информативно-ориентирующие компоненты) и воздействующие (помимо вербальных, содержат, в том числе, визуальные компоненты) рекламные объявления, на основании их структурных различий [8, с. 150]. Главным типологическим признаком служит использование или неиспользование в них коммуникативно-призывающих элементов текста. Опираясь на данную классификацию, трейлеры следует отнести к воздействующим рекламным объявлениям. Основным критерием выделения данной группы служит не признак языковой экспрессивности, а то, что воздействие может иметь невербальную природу, может осуществляться за счет визуального ряда.

К жанровым особенностям структуры рекламного текста трейлера относят использование визуальных иконических и графических, аудиальных и вербальных систем. Такой текст становится семиотически осложненным. Визуальными изобразительно-графическими компонентами рекламного текста трейлера являются специализированный видеоряд, шрифт, цвет и прочее необычное оформление, которое берется из жанровых харак-

теристик исходного текста. Так, трейлеру мелодрамы присуще мягкое выделение цвета оформления текстовых кадров и самого текста; трейлеру фильмов ужасов присуще выделение текста яркими, чаще «кровавыми» шрифтами; а в мультипликационном трейлере имеет место буйство красок и форм в оформлении текстового содержания [12, с. 452]. Таким образом, у каждого трейлера есть свой базовый набор жанровых характеристик при построении видеоряда в сочетании с вербальным выражением.

Трейлер как результат дискурсивной деятельности представляет собой креолизованный рекламный текст, отличительным признаком которого является его отношение к жанровой парадигме культуры, а, следовательно, в характеристики текста трейлера входят особенности, принадлежащие массовой культуре. Это показывает работу исключительно со стереотипными жанровыми элементами: сюжетными схемами, устойчивыми моделями хронотопов, серийными образами [5, с. 24].

Результаты и обсуждения

Японский трейлер, как и его западные аналоги, является основным инструментом продвижения кинопродукции. Однако его структура, языковые средства и способы воздействия глубоко укоренены в национальной коммуникативной культуре, характеризующейся имплицитностью, контекстуальной зависимостью, вниманием к атмосфере и эмоциональной тональности (аварэ) [11, с. 234]. Несмотря на жанровое разнообразие рекламируемых фильмов, японские трейлеры подчиняются ряду универсальных структурных принципов, лежащих в основе рекламного воздействия.

Обязательным является презентация факта предстоящего релиза с использованием клишированных, легко узнаваемых формул японского языка. Например, фраза 「近日公開」 (*Kinjitsu kōkai* – "Скоро в кино") или более динамичное 「今冬、衝撃の幕開け」 (*Kontō, shōgeki no makuake* – "Этой зимой – шокирующее начало") выполняют не только информативную, но и аттрактивную функцию, создавая предвосхищение. Эти фразы часто визуально акцентируются специфической типографикой, отражающей жанр (элегантный шрифт для мелодрамы, рубленый – для экшена).

Указание ключевых фигур создания фильма, например, имена режиссера, сценариста, ведущих актеров или источника материала (известный роман, манга) служит важным маркером качества и формирует ожидания у зрителя. Упоминание 「是枝裕和監督」 (*Koreeda Hirokazu kantoku* – "Режиссер Хирокадзу Корээда") в трейлере его фильма сразу настраивает аудиторию на камерную

драму с глубоким психологизмом, в то время как 「原作：吾峠呼世晴」 (*Gensaku: Koyoharu Gotōge* – "Автор оригинала: Койохару Гототэ") для трейлера аниме 「鬼滅の刃」 (*Kimetsu no Yaiba* – "Клинок, рассекающий демонов") гарантирует узнаваемость мира и стиля популярной манги. Это работает как сигнал доверия.

Ключевым моментом трейлера является показ наиболее эффектных, эмоциональных или загадочных фрагментов, раскрывающих основной конфликт или интригу фильма, но категорически избегающих разрешения сюжета. Например, трейлер глубокой психологической драмы 「万引き家族」 (*Manbiki kazoku* – "Магазинные воришки") режиссера Хирокадзу Корээды сосредотачивается на моментах семейной близости и одновременно намекает на их шаткость и скрываемые секреты через фрагменты напряженных диалогов и красноречивые молчаливые сцены, никогда не показывая кульминацию или финал. Это создает "когнитивный диссонанс", требующий разрешения через просмотр полного фильма.

Заключительная часть трейлера обычно содержит мощный визуальный или вербальный акцент (кульминационный момент боя, ключевая реплика, слоган) с последующим финальным показом названия фильма и даты релиза. Слоган часто выполняет функцию эмоционального резюме: 「生きろ。」 (*Ikiro.* – "Живи.") в 「シン・ゴジラ」 (*Shin Gojira* – "Годзилла: Возрождение") лаконично передает основную идею борьбы за выживание перед лицом катастрофы.

Даже в призывных элементах часто используются вежливые формы (～です, ～ます) и косвенные выражения желания. Прямые императивы типа «Смотрите!» (見てください!) менее характерны, чем мягкие приглашения или констатации факта выхода.

Например, в трейлере «Drive My Car» (2021) используется фраза 「待望の劇場公開」 (*Taibō no gekijō kōkai* – "Долгожданный театральный релиз") вместо более прямого призыва "Смотрите в кино!". В трейлер аниме 「君の名は。」 / «Your Name», 2016) звучит интригующее утверждение вместо призыва 「運命が動き出す。」 (*Unmei ga ugokidasu.* – "Судьба приходит в движение.").

Подлинная специфика японского трейлера раскрывается при анализе того, как базовые структурные элементы наполняются жанрово-обусловленным содержанием. Трейлеры жанра мелодрама / дорама (恋愛 / ドラマ) строятся на создании эмоционального резонанса через атмосферу и чувства. Визуальный ряд характеризуется

мягкой светописью, преобладанием крупных планов лиц, пастельной цветовой гаммой и плавным, часто замедленным монтажом. Звуковая дорожка основана на лирической инструментальной музыке (фортепиано, струнные) и тихих, интимных диалогах. Японский язык здесь играет ключевую роль, используя крайнюю лаконичность и высокую эмоциональную плотность коротких фраз. В трейлере мелодрамы 「世界の中心で、愛をさけぶ」 (*Sekai no chūshin de, ai o sakebu* – "Крик любви в центре мира") реплика героини 「朔太郎、僕たち...永遠に一緒にいようね。」 (*Shakutarou, boku-tachi... eien ni issho ni iyou ne.* – "Сякутаро, давай...будем вместе вечно.") звучит как чистое, незащищенное признание. Ее сила – в простоте и искренности, усиленной крупным планом актеров и нежной музыкой. Другой пример – слоган 「君の臍臓をたべたい」 (*Kimi no suizō o tabetai* – "Я хочу съесть твою поджелудочную") – своей шокирующей прямоотой и метафоричностью мгновенно привлекает внимание и задает тон трагической истории любви. Ритм трейлера медитативен, позволяя зрителю прочувствовать эмоции.

Трейлеры аниме / фэнтези (アニメ / ファンタジー) ориентированы на визуальное потрясение и погружение в уникальный мир. Визуальный ряд отличается яркими, насыщенными, часто контрастными цветами, динамичной анимацией или стилизованной игровой съемкой, необычными ракурсами и тщательно проработанными фантастическими ландшафтами, и персонажами. Аудиоряд сочетает эпическую или загадочную музыку, уникальные звуки мира и часто выразительную нарративную, объясняющую правила вселенной. Японский язык здесь выступает как инструмент миростроительства [10, с.12]. В трейлере аниме режиссера Хаяо Миядзаки 「千と千尋の神隠し」 (*Sen to Chihiro no kamikakushi*– "Унесенные призраками") нарратор произносит: 「ここは、八百万の神様が憩う湯屋。」 (*Koko wa, yaoyorozu no kamisama ga ikoī yuya.*– "Это купальня, где отдыхают восемь миллионов богов."). Эта фраза не просто информирует – она задает масштаб и мифологический тон происходящему, вводя ключевое понятие 「神様」 (*Kamisama*– боги/духи) и локацию 「湯屋」 (*Yuya*– баня/купальня). Следующая фраза – 「名前を奪われた少女は、元の世界に帰れるのか？」 (*Namae o ubawareta shōjo wa, moto no sekai ni kaereru no ka?*– "Сможет ли девушка, у которой украли имя, вернуться в свой мир?") – формулирует центральную интригу фильма в форме вопроса, активизируя любопытство зрителя. Визуальный ряд трейлера (шествие причудливых духов, вели-

чественная баня, испуганная, но решительная Чи-хиро) визуализирует этот вербально заданный мир. Типография названия и слоганов в аниме-трейлерах часто уникальна, дополняя стилистику произведения.

Абсолютный приоритет в трейлерах жанра дзидайгэки / экшн (時代劇 / アクション) отдается динамике, энергии и визуальному воздействию. Визуальный ряд строится на очень быстром монтаже, резкой смене планов (крупный план клинка – общий план схватки), зрелищных сценах поединков (мечи, боевые искусства, погони) и эффектной работе со скоростью (замедления для акцента удара, ускорения). Аудиодорожка – это громкие, резкие звуки (удары стали, выстрелы, крики), энергичная, ритмичная, часто агрессивная музыка с нарастающей интенсивностью. Японский язык используется минималистично и ударно. Реплики предельно кратки, часто это боевые кличи, угрозы или мотивирующие выкрики. В трейлере 「るろうに剣心 最終章 The Final, 2021」 (*Rurōni Kenshin: Saishūshō - Za Fainaru*– "Бродяга Кэнсин: Финал") ключевым вербальным элементом становится знаменитая фраза главного героя 「悪即斬！」 (*Aku soku zan!*– "Зло – немедленно руби!"). Ее произнесение синхронизируется с кульминационным ударом меча на экране, создавая мощный семиотический узел, где слово, изображение и звук сливаются в единый импульс действия и моральной позиции. Слоган 「伝説、再び。」 (*Densetsu, futatabi.*– "Легенда возвращается.") своей лаконичностью и ритмом идеально соответствует жанру, обещая масштабное действие. Использование специфической лексики, как 「侍」 (*Samurai*) или 「斬る」 (*Kiru*– рубить мечом), мгновенно маркирует жанр (дзидайгэки) для японской аудитории.

Семиотика трейлера ужасов хоррор (ホラー) направлена на вызывание базового страха и тревоги через управление напряжением и внезапностью. Визуальный ряд оперирует темной, приглушенной или неестественной цветовой палитрой, глубокими тенями, размытыми или искаженными изображениями, кадрами, провоцирующими отвращение, и обязательными внезапными появлениями (jump scares) [9, с. 12]. Звуковой ряд основан на контрасте: давящая тишина, прерываемая резкими громкими звуками (хлопок, крик, удар), тревожными шумами (скрип, шаги, шелест), негармоничной, диссонирующей музыкой или простыми, но жуткими звуковыми мотивами (детская песенка, навязчивый стук). Японский язык в хоррор-трейлерах работает с атмосферой скрытой угрозы и невысказанного ужаса. Реплики часто произносятся шепотом, не-

разборчиво или искаженным голосом, они кратки, неполны и многозначительны. В трейлере классики жанра 「呪怨」 (*Ju-on* – "Проклятие") звучит леденящий душу шепот: 「...死ぬぞ。」 (...*Shinu zo* – "...Умрешь."). Эта фраза, лишенная контекста, произнесенная нечеловеческим голосом, возможно, наложенная на кадр темного пустого угла комнаты или искаженного лица, обладает огромной силой внушения. Другой пример – наррация: 「この家には、取り憑かれた。」 (*Kono ie ni wa, toritsukareta* – "Этот дом одержим."). Использование слова 「取り憑かれた」 (*Toritsukareta* – одержимый, преследуемый духом) напрямую апеллирует к японской мифологии о мести духов (*юрэй*, *онрё*). Ключевые термины – 「呪い」 (*Noroi* – проклятие), 「怨念」 (*Onnen* – злоба/обида умершего), 「霊」 (*Rei* – дух/призрак) – являются мощными культурными маркерами жанра для японского зрителя. Ритм монтажа неровный, с долгими напряженными паузами, прерываемыми шокирующими вставками.

Приведенные примеры иллюстрируют то, что японский язык в трейлере не является просто носителем информации. Его функции гораздо шире и реализуются только во взаимодействии с другими компонентами креолизованного текста. Использование специфической лексики (*камисама*, *уиуа*, *noroi*, *onnen*, *samurai*, *kiru*) мгновенно активирует у японской аудитории культурные ассоциации и четко идентифицирует жанр фильма. Фонетические особенности (интонация, шепот, крик, специфические междометия) также несут значимую смысловую и эмоциональную нагрузку.

Японский язык, особенно в его разговорных и поэтических формах, обладает огромным потенциалом для выражения сложных эмоций лаконичными средствами [6, с. 110]. Короткие фразы вроде "*Aitai*" ("Хочу тебя видеть"), "*Suki desu*" ("Люблю тебя"), "*Ikiro*" ("Живи"), "*Aku soku zan!*" ("Зло – немедленно руби!") или "...*Shinu zo*" ("...Умрешь") становятся мощными эмоциональными концентратами. Их воздействие многократно усиливается синхронным визуальным и звуковым рядом.

Наррация ("*Koko wa, yaoyorozu no kamisama ga ikoi uyu.*") или ключевые вопросы ("*Namae o*

ubawareta shōjo wa, moto no sekai ni kaereru no ka?") не просто информируют, а задают рамки истории, формулируют главный драматический вопрос, направляя внимание и интерес зрителя. Слоганы ("*Kimi no na wa.*", "*Densetsu, futatabi.*") выполняют функцию емкого резюме концепции фильма.

Вербальный элемент часто служит кульминационным акцентом визуального или звукового ряда. Крик "*Aku soku zan!*" на пике боя, шепот "...*Shinu zo*" в момент тишины и темноты, лирическое признание "*Suki desu*" на крупном плане лица – все это примеры синергии, где слово придает завершающую силу и смысл изображению и звуку.

Выводы

Трейлер японского кинематографа представляет собой сложный и высокоэффективный жанр рекламного дискурса, функционирующий как семиотически насыщенный креолизованный текст. Его уникальность определяется глубокой взаимосвязью жанровых конвенций рекламируемого фильма, культурных кодов японской аудитории и специфических возможностей японского языка в его взаимодействии с визуальными и аудиальными модальностями. Как показал анализ, структура трейлера (идентификация события, атрибуция, демонстрация ядра конфликта/интриги, финальная кульминация и фиксация) является универсальной, но ее наполнение и стилистика кардинально меняются в зависимости от жанра. Японский язык в трейлере выполняет не только информативную, но и мощную эмоциональную, аттрактивную, культурно-идентифицирующую и структурирующую функции. Его лаконичность, экспрессивность, опора на жанровую и культурную лексику, использование специфической фонетики делают его неотъемлемой и активной частью семиотического синтеза, направленного на формирование у зрителя устойчивого желания увидеть полнометражный фильм. Успешность трейлера, таким образом, напрямую зависит от его способности точно воспроизводить жанровую специфику фильма и актуализировать культурные ожидания целевой аудитории через мастерское владение языком креолизованной коммуникации.

Список источников

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. СПб.: Питер, 2011. 288 с.
2. Григорьева Т.П. Японская художественная традиция. М.: Наука, 1979. 357 с.
3. Головлева Е.Л. Реклама в формировании современных коммуникативных практик (на материалах США, Западной Европы, Японии). М.: Изд-во Москв. гуманит. унта, 2014. 224 с.
4. Карасик В.И. Религиозный дискурс // Языковая личность: проблема лингвокультурологии и функциональной семантики: сб. научных трудов. Волгоград: Перемена, 1999. С. 5 – 19.

5. Кармалова Е.Ю. Мифопоэтические и жанровые коды в телекоммуникации: реклама и «развлекательная» тележурналистика: автореф. дис. канд. филол. наук. СПб., 2009. 48 с.
6. Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: Очерки современной японской массовой культуры. М.: Восточная литература РАН, 2012. 372 с.
7. Курченкова Е.А. Культурно-языковые характеристики текстов газетных объявлений: автореф. дис. канд. филол. наук. Волгоград, 2000. 25с.
8. Лазарева Э.А. Дискурс рекламы: инвариант и варианты // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003 (а). Вып. 1. С. 144 – 158.
9. McRoy Jay (ed.). Japanese Horror Cinema. Edinburgh University Press, 2005. 220 p.
10. Napier Susan J. Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation. Palgrave Macmillan, 2005. 335 p.
11. Richie Donald. A Hundred Years of Japanese Film: A Concise History. Kodansha International, 2005. 311 p.
12. Yoshimoto, Mitsuhiro. Kurosawa: Film Studies and Japanese Cinema. Duke University Press Books, 2000. P. 451 – 469.
13. Японские трейлеры [Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9CFbtNn4QA4vW6_dn9qcY6zwzw4-oj4U (дата обращения: 02.03.2025)

References

1. Gavra D.P. Fundamentals of the Theory of Communication: a tutorial. SPb.: Piter, 2011. 288 p.
2. Grigorieva T.P. Japanese Artistic Tradition. Moscow: Nauka, 1979. 357 p.
3. Golovleva E.L. Advertising in the Formation of Modern Communication Practices (based on materials from the USA, Western Europe, Japan). Moscow: Publishing House of Moscow Humanitarian University, 2014. 224 p.
4. Karasik V.I. Religious Discourse. Language Personality: Problems of Linguocultural Studies and Functional Semantics: Collection of Scientific Papers. Volgograd: Peremena, 1999. P. 5 – 19.
5. Karmalova E.Yu. Mythopoetic and genre codes in telecommunications: advertising and "entertainment" television journalism: author's abstract. diss. candidate of philological sciences. SPb, 2009. 48 p.
6. Katasonova E.L. Japanese in the real and virtual worlds: Essays on contemporary Japanese mass culture. Moscow: Eastern Literature of the Russian Academy of Sciences, 2012. 372 p.
7. Kurchenkova E.A. Cultural and linguistic characteristics of newspaper advertisement texts: author's abstract. diss. candidate of philological sciences. Volgograd, 2000. 25 p.
8. Lazareva E.A. Advertising discourse: invariant and variants. Psycholinguistic aspects of the study of speech activity. Ural. state ped. university. Ekaterinburg, 2003 (a). Issue. 1. P. 144 – 158.
9. McRoy Jay (ed.). Japanese Horror Cinema. Edinburgh University Press, 2005. 220 p.
10. Napier Susan J. Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation. Palgrave Macmillan, 2005. 335 p.
11. Richie Donald. A Hundred Years of Japanese Film: A Concise History. Kodansha International, 2005. 311 p.
12. Yoshimoto, Mitsuhiro. Kurosawa: Film Studies and Japanese Cinema. Duke University Press Books, 2000. P. 451 – 469.
13. Japanese trailers [Electronic resource] URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PL9CFbtNn4QA4vW6_dn9qcY6zwzw4-oj4U (date of access: 02.03.2025)

Информация об авторах

Власенко О.К., старший преподаватель, Высшая школа социальных и политических наук, Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136, vlasenko-o@inbox.ru

Андреева И.А., доцент, Армавирский государственный педагогический университет, г. Армавир, ул. Розы Люксембург, 159, andia70@mail.ru

Кузнецова Л.Э., доцент, Армавирский государственный педагогический университет, г. Армавир, ул. Розы Люксембург, 159, lyudmila7@yandex.ru

Малахова С.А., доцент, Армавирский государственный педагогический университет, г. Армавир, ул. Розы Люксембург, 159, lana-sam@rambler.ru

© Власенко О.К., Андреева И.А., Кузнецова Л.Э., Малахова С.А., 2025