



Факультет креативных индустрий

ОП «Современная
журналистика»

Москва
2025

Деглобализация медиарынка Японии: структурно-функциональный анализ устойчивости, трансформации и культурной идентичности

Кириллов Максим Александрович



Теория аналитического реализма Толкотта Парсонса

- **Экономическая система**
рекламный рынок, подписные сервисы, госфинансирование
- **Культурная система**
манга, аниме, журналы, кино
- **Политико-правовая система**
регуляторные меры, лицензирование, программа Cool Japan
- **Технологическая система**
цифровые платформы, алгоритмические экосистемы

\$119.99 млрд — общий объем медиарынка Японии на конец 2025 года

*прогноз от сентября 2025 года
Источник: Statista Market Insights*



Телевидение

Прогнозы



106,1 млн чел. к 2030 году



С 2026 по 2033 гг среднегодовой
темпа роста 2,81%



34,67 млрд в 2025 году



контенту по запросу

Источник: Statista Market Insights



Основные игроки рынка

Национальный канал

NHK General TV
NHK Educational TV

Коммерческие национальные сети

Nippon TV
Tokyo Broadcasting System
Fuji TV
TV Asahi

Спутниковое ТВ

WOWOW
SKY PerfecTV!

Локальные OTT-сервисы

U-Next, AbemaTV, Lemino,
Hulu Japan

Международные платформы

Netflix, Amazon Prime, Disney+



Бизнес-модели

| Компания | Бизнес-модель | Дополнительно |
|--------------------|-----------------------------------|--|
| NHK | госфинансирование (receiving fee) | Рекламы нет |
| Частные телеканалы | продажа рекламного времени | Платные лицензии на контент, продажа прав для стриминга |
| Спутниковое ТВ | SVOD + частично реклама | |



Бизнес-модели

| Компания | Бизнес-модель | Дополнительно |
|--------------------------|------------------------------|--|
| Hulu Japan | SVOD | Эксклюзивные премьеры, партнерство с Nippon TV |
| U-NEXT | SVOD + TVOD (аренда/покупка) | |
| ABEMA | FREEMIUM | Доп. монетизация: реклама, платные подписки, донаты |
| Lemino | SVOD | |
| Netflix Japan | SVOD (тестирует AVOD) | Оригинальный японский КОНТЕНТ |
| Amazon Prime Video Japan | bundle-подписка TVOD | |



ТВ и деглобализация

- Укрепление национальных публичных институтов
- Локализация глобальных сервисов
- Алгоритмы как инструмент «внутренней границы»



Печатные СМИ

| Название | Тираж | Название | Тираж |
|------------------|----------|--------------------|----------|
| Yomiuri Shimbun | 14,4 млн | The Daily Yomiuri | 52,8 тыс |
| Asahi Shimbun | 12,4 млн | Asahi Evening News | 38,8 тыс |
| Mainichi Shimbun | 5,6 млн | | |
| Nikkei | 4,7 млн | Nikkei Weekly | 34,4 тыс |

Первое место в мире по суммарному тиражу газет (72,7 млн экземпляров)

Второе место по количеству газет на душу населения (592 экземпляров/1 чел.)



Новостные агрегаторы

| Название | Популярность | Бизнес-модель |
|-------------------|------------------------|--|
| Yahoo! News Japan | 921 млн (июль 2025) | Реклама Партнерские соглашения Мобильная монетизация |
| LINE News | 97 млн | Реклама Партнерские соглашения Интеграция с LINE |

Преимущества:

- Рекламная бизнес-модель
- Пользовательский опыт
- Культурные особенности потребления
- Упорство на партнерства с местными изданиями



Охват офлайн

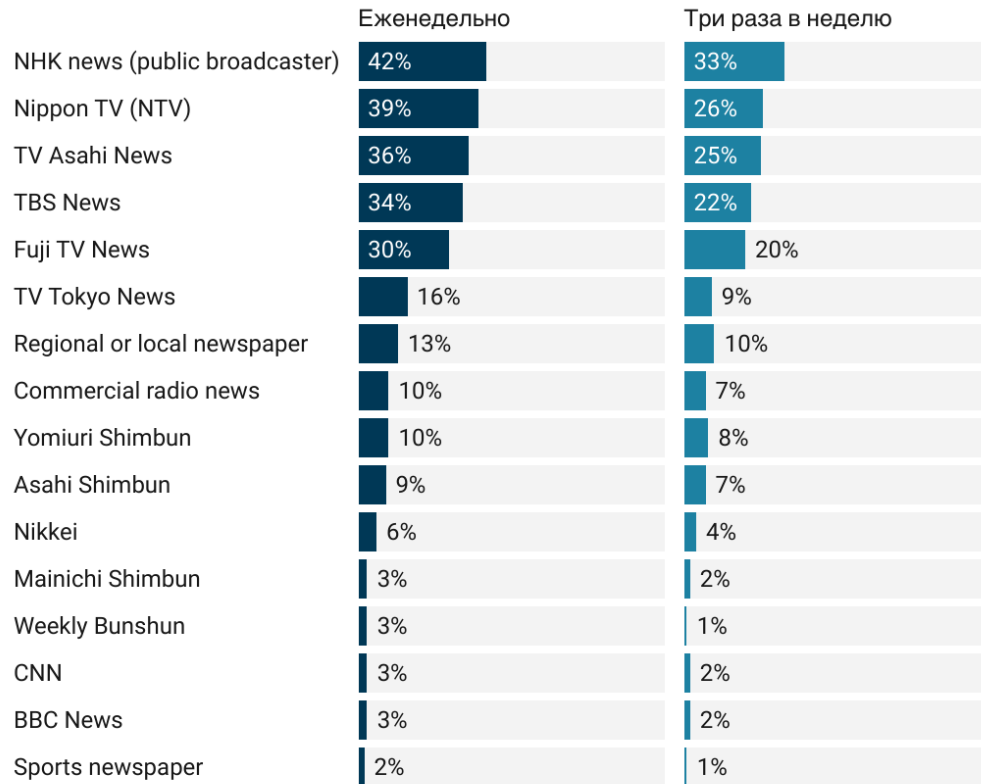


Chart: M. A. Kirillov • Source: Digital News Report 2025 • Created with Datawrapper

Охват онлайн

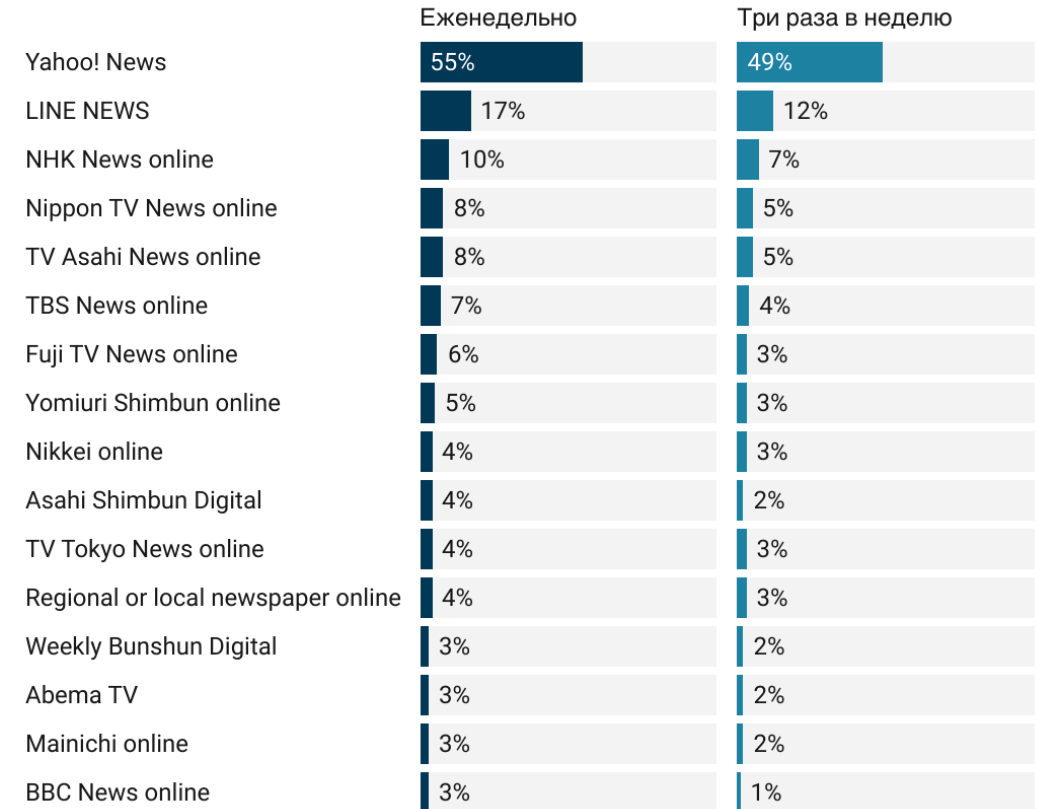
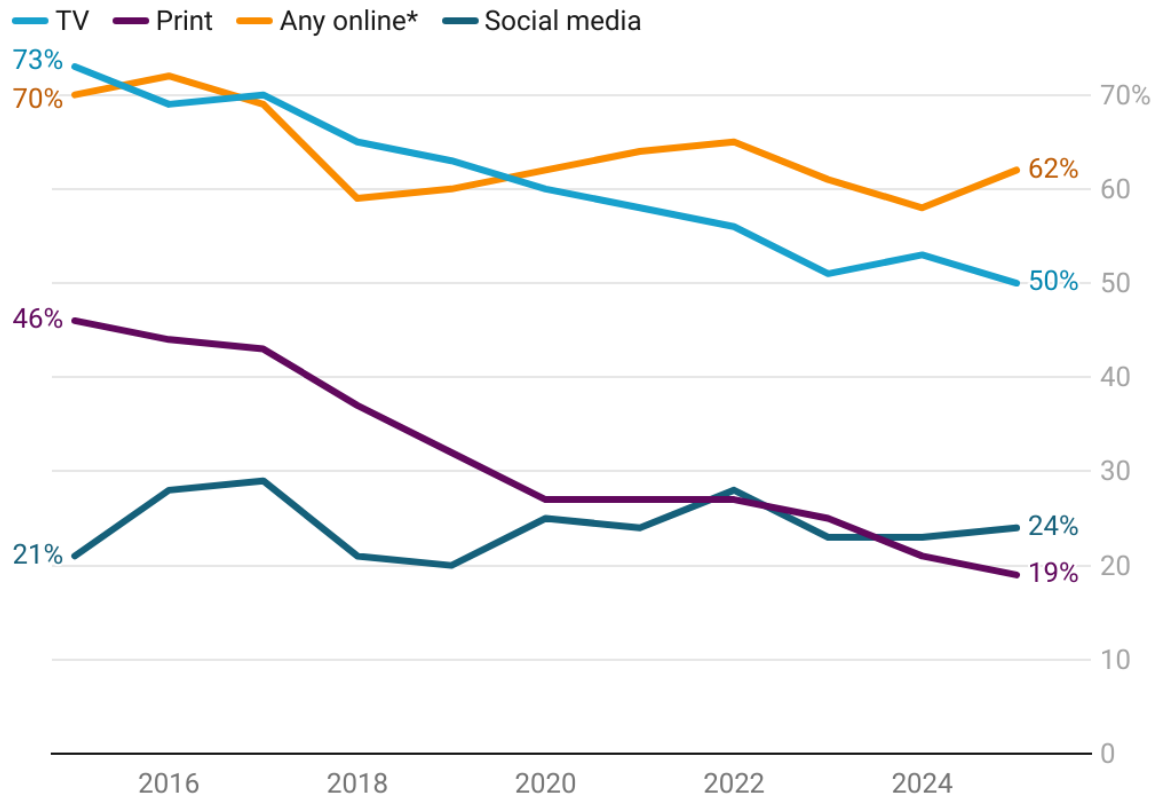


Chart: M. A. Kirillov • Source: Digital News Report 2025 • Created with Datawrapper



СМИ и деглобализация

- Сдвиг в сторону онлайн-источников новостей
- Рост локальных новостных агрегаторов и мобильных приложений
- Контроль над распространением информации
- Активная локализация контента



Источники новостей (2015 - 2025)

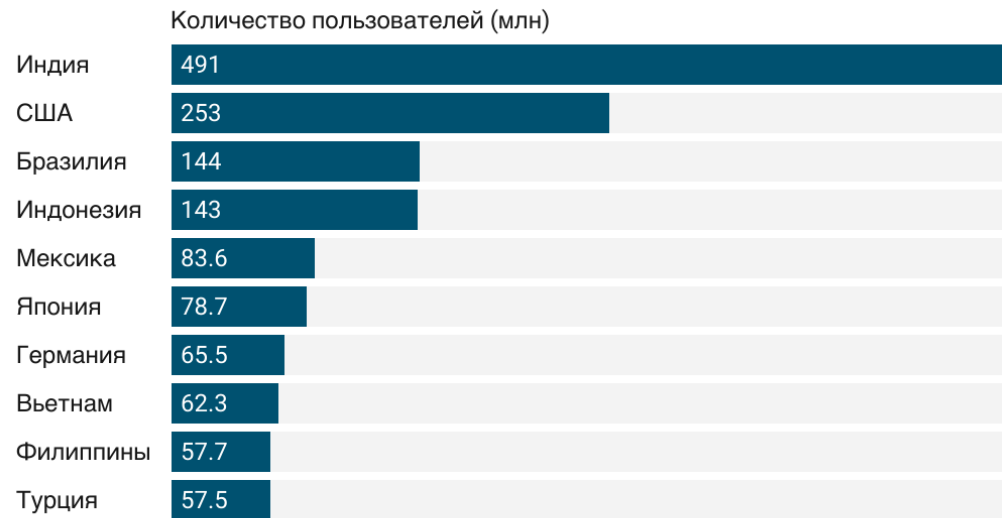


Социальные сети

| Соцсеть | Кол-во пользователей |
|--------------------|----------------------|
| YouTube | 78,7 млн |
| X (БЫВШИЙ Twitter) | 70,9 млн |
| Facebook* | 16,2 млн |
| Instagram* | 57,5 млн |
| TikTok | 26,9 млн |

* принадлежат Meta, признанной экстремистской организации, запрещенной на территории РФ

- **97 млн** пользователей соцсетей, что составляет **78,6%** от общей численности населения
- **89,1%** от общей базы (независимо от возраста) использовали как минимум одну платформу соцсетей





Соцсети и деглобализация

- Рост популярности локальных платформ
- Локализация контента и функций
- Рост «мини-сетей» и нишевых сообществ
- Сохранение культурной автономии



Аниме

\$34,6 млрд — объем рынка
в 2024 году

Прогнозы:

\$36,7 млрд — в 2025 году

\$60,3 млрд — в 2030 году

Драйверы роста аниме:

- Доступ через потоковые сервисы
- Соцсети и интернет-сообщества
- Глобальные инвестиции
- Рост стриминговых платформ и каналов дистрибуции
- Мерчандайзинг (57,9% к 2025 году)
- Лицензирование



Аниме

| | Жанр | Доля в мире |
|----|--------------------------|-------------|
| 1 | Криминал | 8,4 % |
| 2 | Ситком | 6,2 % |
| 3 | Аниме | 5,5 % |
| 4 | Романтическое | 3,6 % |
| 5 | Детское | 3,6 % |
| 6 | Комедия | 3,5 % |
| 7 | Научная фантастика | 3,3 % |
| 8 | Супергеройские фильмы | 3,2 % |
| 9 | Фантастика | 3,0 % |
| 10 | Мыльная опера | 2,9 % |



Источник: Шедеврум / Яндекс



Глобальный вклад 10 ведущих платформ в развитие аниме (млн)

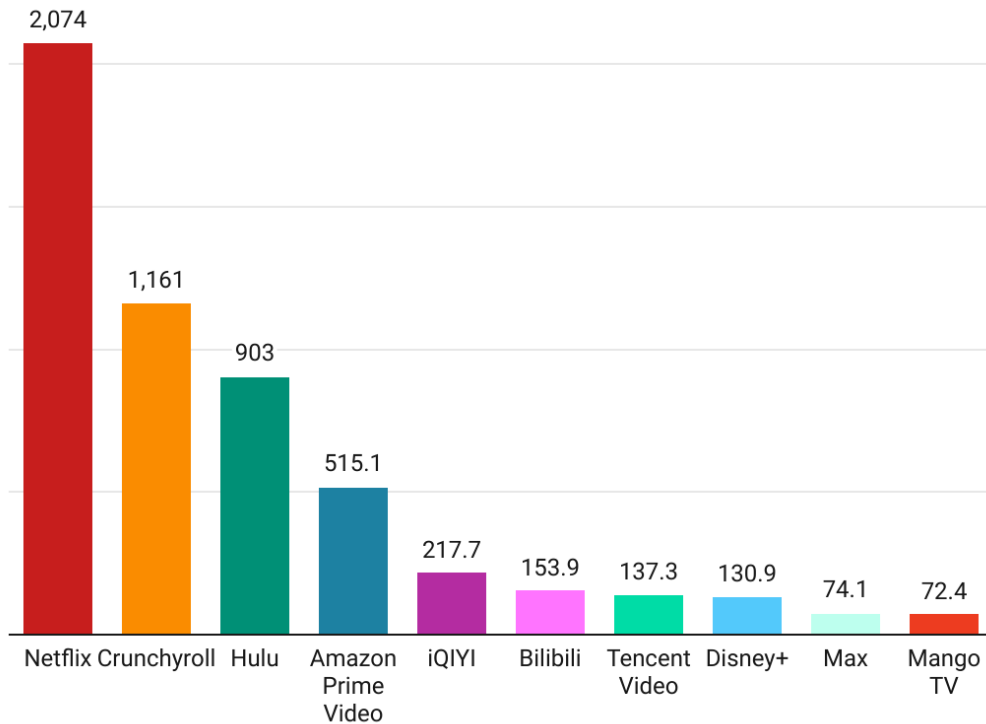


Chart: M. A. Kirillov • Source: Parrot Analytics 2023 • Created with Datawrapper

Обзор потокового аниме по регионам

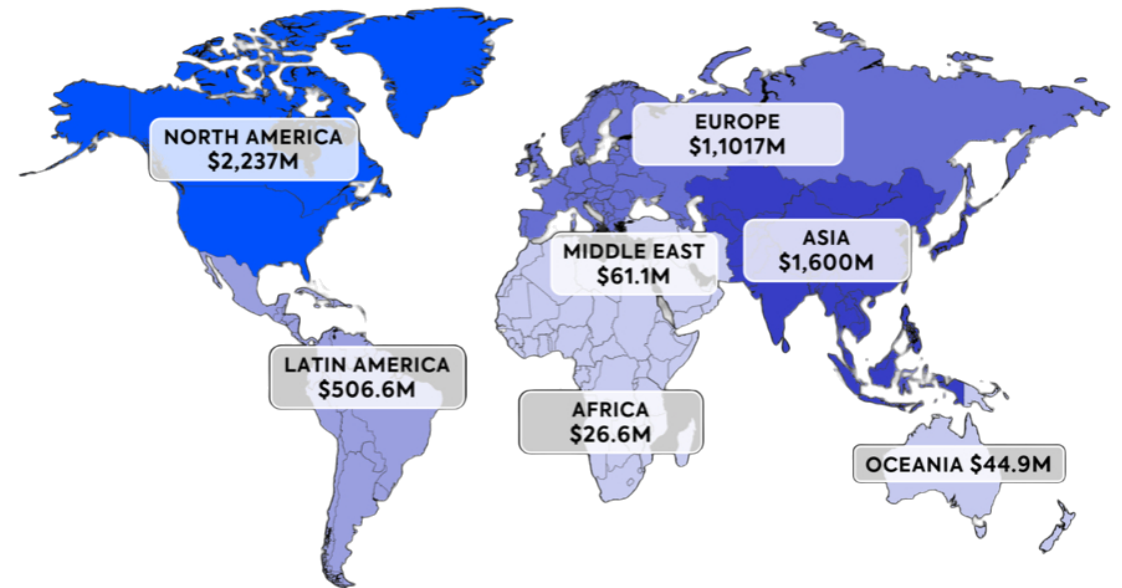


Chart: M. A. Kirillov Source: Parrot Analytics 2023



Реклама

~\$53 млрд в 2024 году

> \$6,8 млн в соцсетях

Ключевые показатели за 2024 год:

- Реклама в СМИ — \$15,8 млрд (+0,9%)
- Цифровая реклама (47,6% от рынка) — \$24,8 млрд
- Наружная реклама — \$11,4 млрд (+1,0%)

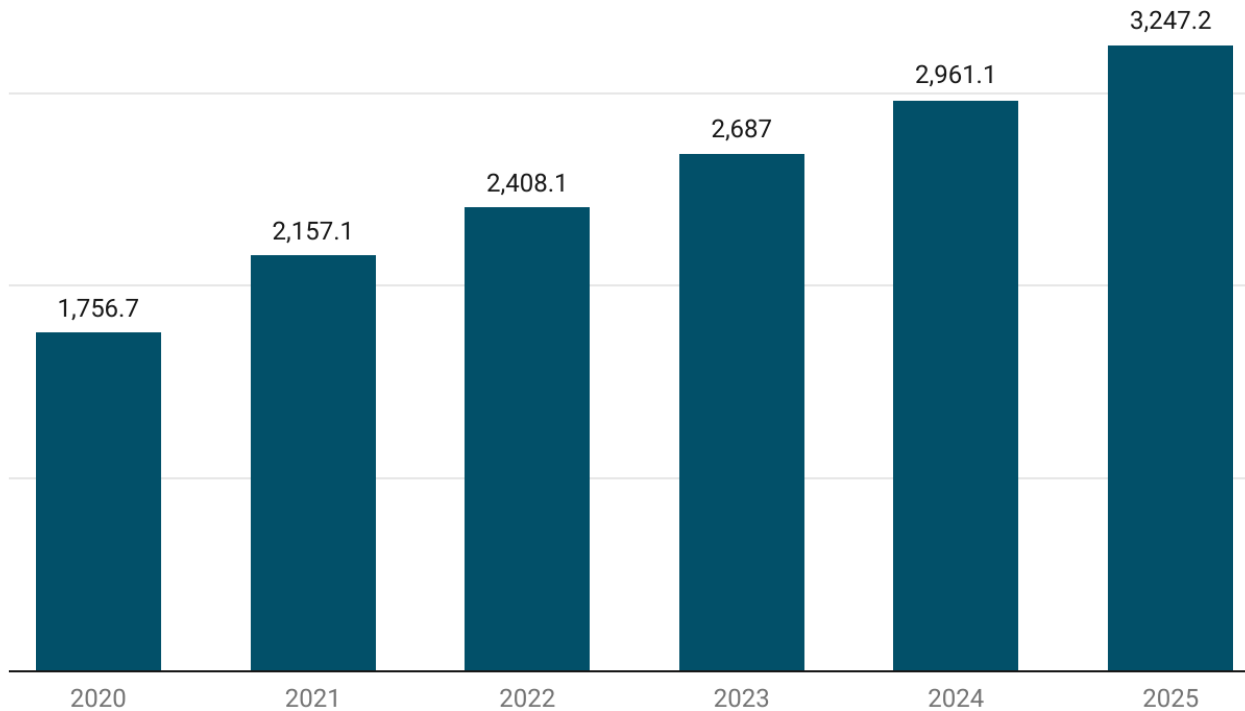


Реклама в традиционных СМИ — \$15,8 млрд (+0,9%)

| | | |
|-------------|---------------------|---|
| ТВ | \$11,9 млрд (+1,5%) | Рост обусловлен сегментом B2B, автомобилестроения, фармацевтики и туризма |
| Интернет ТВ | \$4,4 млрд (+46,3%) | Отражает переход к цифровому потреблению |
| Радио | \$786 млн (+2,0%) | Рост обусловлен подкастами и цифровой аудиорекламой |
| Журналы | \$793 млн (+1,4%) | Стратегии цифровой интеграции |
| Газеты | \$2,3 млрд (-2,7%) | Объемы печатной рекламы продолжали снижаться из-за падения тиражей |



Общие расходы на рекламу в СМИ (прогноз, ¥ млрд)





Особенности японской рекламы

- Создание благожелательной атмосферы
- Меньше текста, больше визуализации
- Быстрое привлечение внимания через необычность и красочность
- Гиперболизация
- Непонятный иностранцам юмор



Огромный кот шагает по Токио. Реклама жвачки (2018)



McDonald's (2025)



Nissin Foods Chicken Ramen (2020)



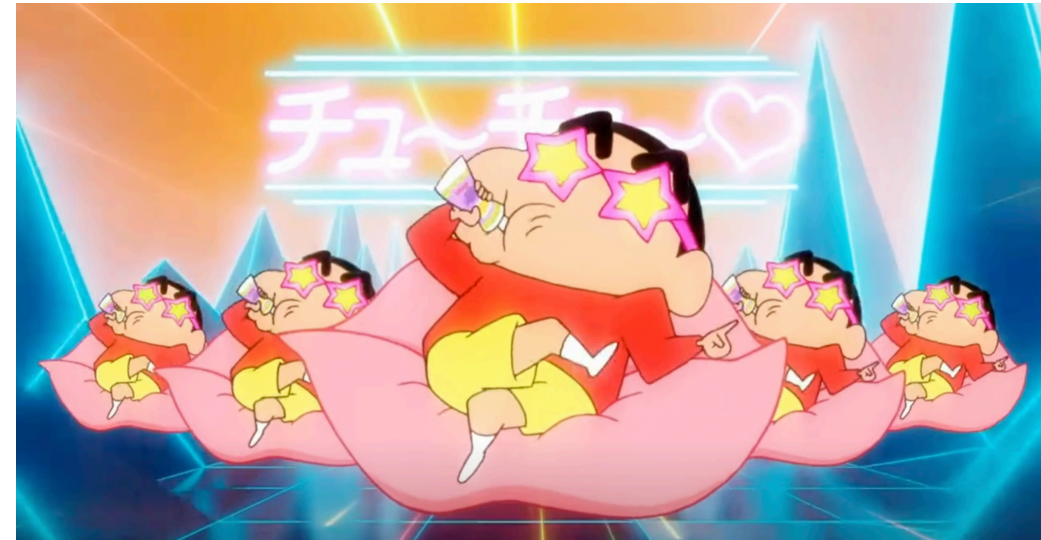
Кадры из рекламы снеков «Aerial» (2024)



Рекламы конфет с участием музыкальной группы (2024)



Реклама жвачки Nerichu (2023)





Кадры из рекламы хлопьев Nissin (2024)



Кадры из рекламы FamilyMart (2024)





Реклама и деглобализация

- Снижение влияния иностранных рекламных агентств
- Рост локальных каналов распространения рекламы
- Культурный код
- Адаптация иностранных продуктов через «японскую призму»



Госконтроль

Cool Japan — правительственная инициатива (2011)

Цель — продвигать японскую культуру, стиль жизни и контент, а также способствовать экономическому росту

Правила по иностранному владению вещательными компаниями

Если иностранный капитал (владение акциями / правами голоса) превышает 20%, вещательная лицензия может быть аннулирована

Поддержка отечественного цифрового контента за рубежом (2025)

Субсидии, помощь в производстве работ с высоким бюджетом, улучшение условий труда аниматоров

Цель — достичь ¥20 трлн в сумме зарубежных продаж к 2033 году



Выводы

- Трансформация традиционных медиа
- Сохранение государственного контроля и регулирования
- Адаптация контента и его алгоритмов под японскую аудиторию
- Сотрудничество с международными компаниями
- Усиление роли новостных агрегаторов и социальных сетей
- Формирование «внутренних границ» информационного пространства
- Опора на культурную идентичность
- Экспорт под слоганом Cool Japan
- Цифровизация рекламы, но сохранение уникальности



ИСТОЧНИКИ

Культура – Средства массовой информации // Посольство Японии в России URL: https://www.ru.emb-japan.go.jp/ABOUT/CULTURE_ABOUT/massmedia.html (дата обращения: 10.09.2025).

Тягунов Н. С. Японская реклама как медиапродукт: специфические черты // Медиасреда. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yaponskaya-reklama-kak-mediaprodukt-spetsificheskie-cherty> (дата обращения: 04.09.2025).

2024 Advertising Expenditures in Japan: Detailed Analysis of Expenditures on Internet Advertising Media // Dentsu Inc. URL: <https://www.dentsu.co.jp/en/news/release/2025/0312-010868.html> (дата обращения: 07.09.2025).

Almost three quarters of Japan looks online first for news, white paper reports // The Japan Times URL: https://www.japantimes.co.jp/news/2025/07/08/japan/internet-news-source/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 11.09.2025).

Anime Market // Grand View Research URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/anime-market> (дата обращения: 31.08.2025).



ИСТОЧНИКИ

Anime Market Size & Share // Global Forecast Report 2025-2037. Research Nester URL: <https://www.researchnester.com/ru/reports/anime-market/6101#market-size> (дата обращения: 13.09.2025).

Anime Statistics, Information, Data, & Fun Facts // Poggers URL: <https://poggers.com/blogs/data/anime-statistics-information-data-fun-facts> (дата обращения: 13.09.2025).

Digital 2025: Japan // DataReportal – Global Digital Insights URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-japan> (дата обращения: 31.08.2025).

Japan government to support domestic digital content overseas // The Japan Times URL: https://www.japantimes.co.jp/news/2025/09/21/japan/government-support-digital-content-overseas/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 01.10.2025).

Leading countries based on YouTube audience size as of February 2025 // Statista URL: https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/?srsltid=AfmBOoqqoT0yofkEmAPgZnhg0KSmls_r-hDngt9ZhYXUPhEJVEiWxV14 (дата обращения: 15.09.2025).



ИСТОЧНИКИ

Media Business. Growth Strategy // Integrated Report Portal – LY Corporation URL: <https://www.lycorp.co.jp/integrated-report/en/strategy/media.html> (дата обращения: 13.09.2025).

Media – Japan // Statista URL: https://www.statista.com/outlook/amo/media/japan?srsId=AfmBOorCmz3dpUb_GHF8rEX8k6QUTtru2gDnZyJUbmV0L4X9j7_jnSX4 (дата обращения: 02.09.2025).

News Navigator: Why are restrictions on foreign investment for broadcasters necessary? // Mainichi, 19 April 2021. URL: <https://mainichi.jp/english/articles/20210419/p2a/00m/0op/011000c> (дата обращения: 27.09.2025).

Nikkei Asia. Register URL: <https://asia.nikkei.com/member/register> (дата обращения: 02.10.2025).

Outlook: Advertising – Japan // Statista URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/japan> (дата обращения: 02.09.2025).

The Cool Japan Strategy: Sharing the Unique Culture of Japan with the World | Japan Society URL: <https://japansociety.org/events/the-cool-japan-strategy-sharing-the-unique-culture-of-japan-with-the-world/> (дата обращения: 23.09.2025).



ИСТОЧНИКИ

Trends in Newspaper Circulation and Number of Households // Japan Newspaper Publishers & Editors Association URL: <https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php> (дата обращения: 13.09.2025).

TV & Video – Japan // Statista URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/japan?srsId=AfmBOooMeo3ReA-zVchdgTEWfuSyKB6BKybxiyf8bsyybZr6ucpY6FBv> (дата обращения: 02.09.2025).

Why is LINE the most popular social media app in Japan? // Digital Marketing for Asia URL: <https://www.digitalmarketingforasia.com/line-most-popular-app-in-japan/> (дата обращения: 02.09.2025).

Yahoo News Japan beats NYT and BBC as most popular news website worldwide // The Japan Times URL: https://www.japantimes.co.jp/business/2025/07/15/companies/yahoo-japan-news-website/?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 11.09.2025).

