

# «Культурный код, канон бренда и релевантность контексту»

Взболтать,  
но не смешивать!

Юлия Удовенко,  
Управляющий директор по стратегии и продукту RW+



# #1 Бренды, которые «смогли»!

+ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ достигается **через аутентичность**

+ РЕЛЕВАНТНОСТЬ — «быть в моменте» и контексте, усиливающие органический интерес

+ ЦИТИРУЕМОСТЬ развивается через работу **маркетинга как публичера**



Rival 50 Global Report



RW+: топ-10 российских брендов-челленджеров



# #2 Разница каналов по нейровоздействию

## Топ 3 мотиватора к покупке

Традиционные медиа



Знание

Привлечение внимания

Top of mind

Система 2 по Канеману

«Знаете ли вы бренд?»

Цифровые медиа



Соответствие трендам

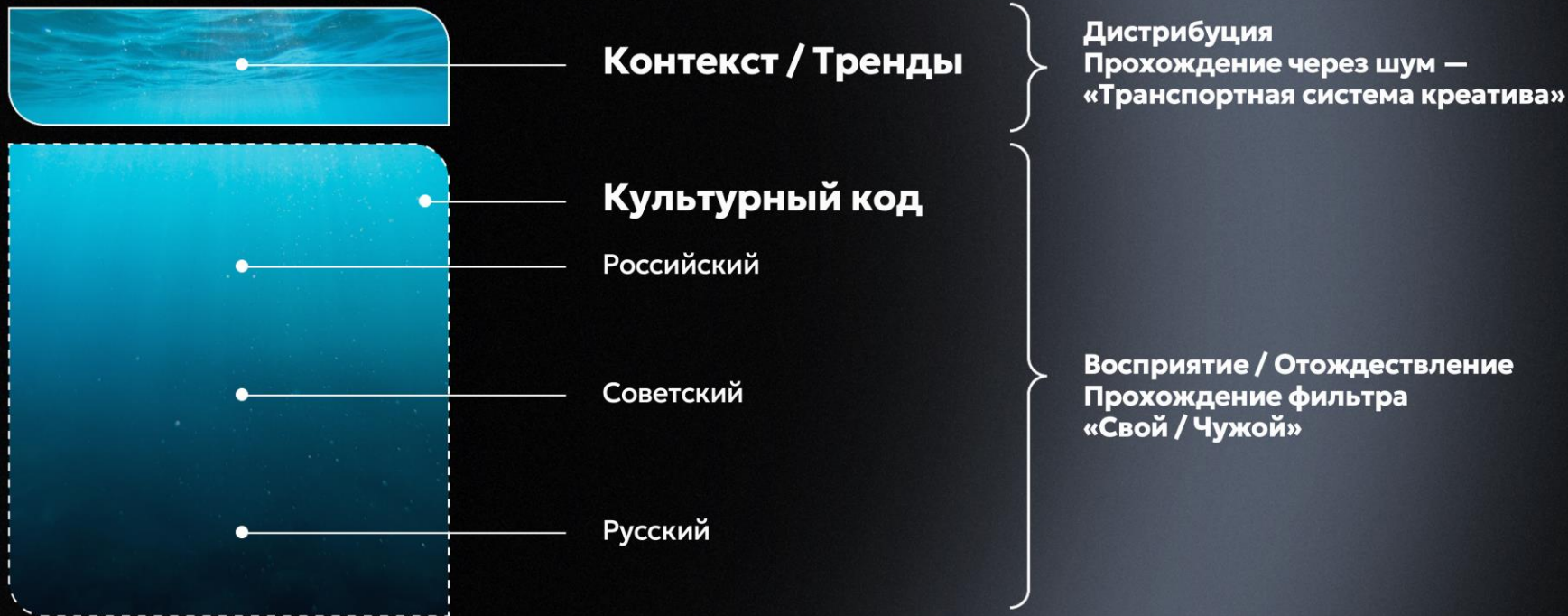
Лояльность

Персонализация

Система 1 по Канеману

«Какой бренд первым возникает у вас в голове в конкретной ситуации?»

# Культурный код и контекст: Взболтать, но не смешивать!



# Культурные коды в вирусном контенте 25/26

21 960

Трендов  
проанализировано

34

вертикали

6 мес

окт 2025 –  
март 2026

72%

трендов содержат  
культурный код

Постсоветское	Дача и природа	Шашлыки, огород, баня, «выехали на природу»
Постсоветское	Семья как центр	Застолье, кухня как пространство смысла, бабушка
Постсоветское	Ирония над системой	Чиновники, бюрократия, абсурд правил — смех как адаптация
Постсоветское	Гибрид «своё + глобальное»	Переосмысление западных мемов через локальный контекст

Советское	Коллективизм и «мы»	Дворовые сцены, коммуналка, общая кухня, «наши» vs «они»
Советское	Дефицит и смекалка	Лайфхаки, «сделай из ничего», гордость
Советское	Советская эстетика	Шрифты, цвета «Союзмультфильма», пионерия, ретро-бренды
Советское	Героический нарратив	Война, труд, преодоление, «простой человек — герой»

Историческое	Фольклор и сказка	Баба-яга, Иванушка, сказочные сценарии в современном контексте
Историческое	«Широкая душа»	Щедрость, крайности, «гулять так гулять»
Историческое	Судьба и терпение	Смирение с обстоятельствами, чёрный юмор про невезение

# Glocalisation или «контент на разрыв»!

Гибрид «своё + глобальное» — доминирует с долей 47% всей выборки и встречается в 23 раза чаще, чем монокультурный контент.

Семиотический разрыв — это столкновение двух знаковых систем, которые несовместимы по своему культурному «коду», но помещены в один кадр или текст.

Но если гибрид просто соединяет глобальное и локальное гармонично, то семиотический разрыв намеренно создаёт дискомфортное несоответствие.





DVRST, Игорь Скляр, Atomic Heart —  
Комарово +



# Глобальные бренды-челленджеры: Лидеры рейтинга содержат семиотический разрыв

Бренд	Ожидаемый код категории	Внедрённый чужеродный код	Эффект
Buldak	Комфорт, еда	Угроза, выживание	Еда как ритуал силы
Liquid Death	Чистота, wellness	Death metal, смерть	Вода как субкультурный манифест
Crocs	Красота, стремление	Уродство, абсурд	Поляризация как позиционирование
Surreal	Диетическая серьёзность	Детская игровая радость	Разрешение наслаждаться
Nothing	Технологическая закрытость	Буквальная прозрачность	Доверие через уязвимость
Ramp	B2B утилитарность	ТВ-поп-культура	Разговорность в скучной нише

# Трикстер — доминирующий архетип!



Трикстер — это шут, плут и провокатор, который нарушает правила не из идеологических соображений, а из игривости, любопытства и импульсивности.

## Мотивация

Игра, любопытство, момент

## Отношение к системе

Высмеивает изнутри

## Тональность

Самоирония, абсурд, юмор

## Вектор

Внутрь — смеётся над собой

## Цель

Нет высокой цели, интересен процесс

## Пример

Winter Arc-мем, Girl Math, Budget Glow Up



# 17,8%

всех трендов — крупнейший активный код.

Это адаптационный механизм: аудитория берёт серьёзный нарратив, «проваливается» в нём — и вместо стыда превращает провал в контент.

# Семья работает только без пафоса!

**Второй по частоте  
код — 17.4%.**

Семейный код  
активируется не через  
нарратив о семье, а через  
конкретный узнаваемый  
момент внутри неё —  
«Семья × Ирония»



малявы на волю @prostodostali · 18 февр.

юбилей директора лесозаготовочного завода Юрия Борисовича Анорько в кафе «Ромашка», на фото юбиляр с сыном

**Batya Vibe**

**«Вид должен иметь лихой и придурковатый»**

митя джорджев @okashinr

вот ты рубашку за \$300 носишь, а я за 300P... но мы с тобой оба одеты... по факту.. понимаешь?



hyperolive @SimonKostin

тема перспективная есть. бизнес с Китаем





Канон  
бренда

@digitalopinion

Канон



Код



Контекст



Контакт

Это живая  
операционная  
система смыслов:

- Demand Spaces — мудборды / рефференсы
- Narrative arc — сценарии развития артефактов
- Система обновлений

Коды для обеспечения восприятия и принятия.  
Контекст и семиотический разрыв — система «доставки» в мозг и выделение из клаттера

Адаптация подходов  
медиа дистрибуции по  
нейровоздействию:

Система 2 — Top of Mind

Система 1 —  
First-Fast Response



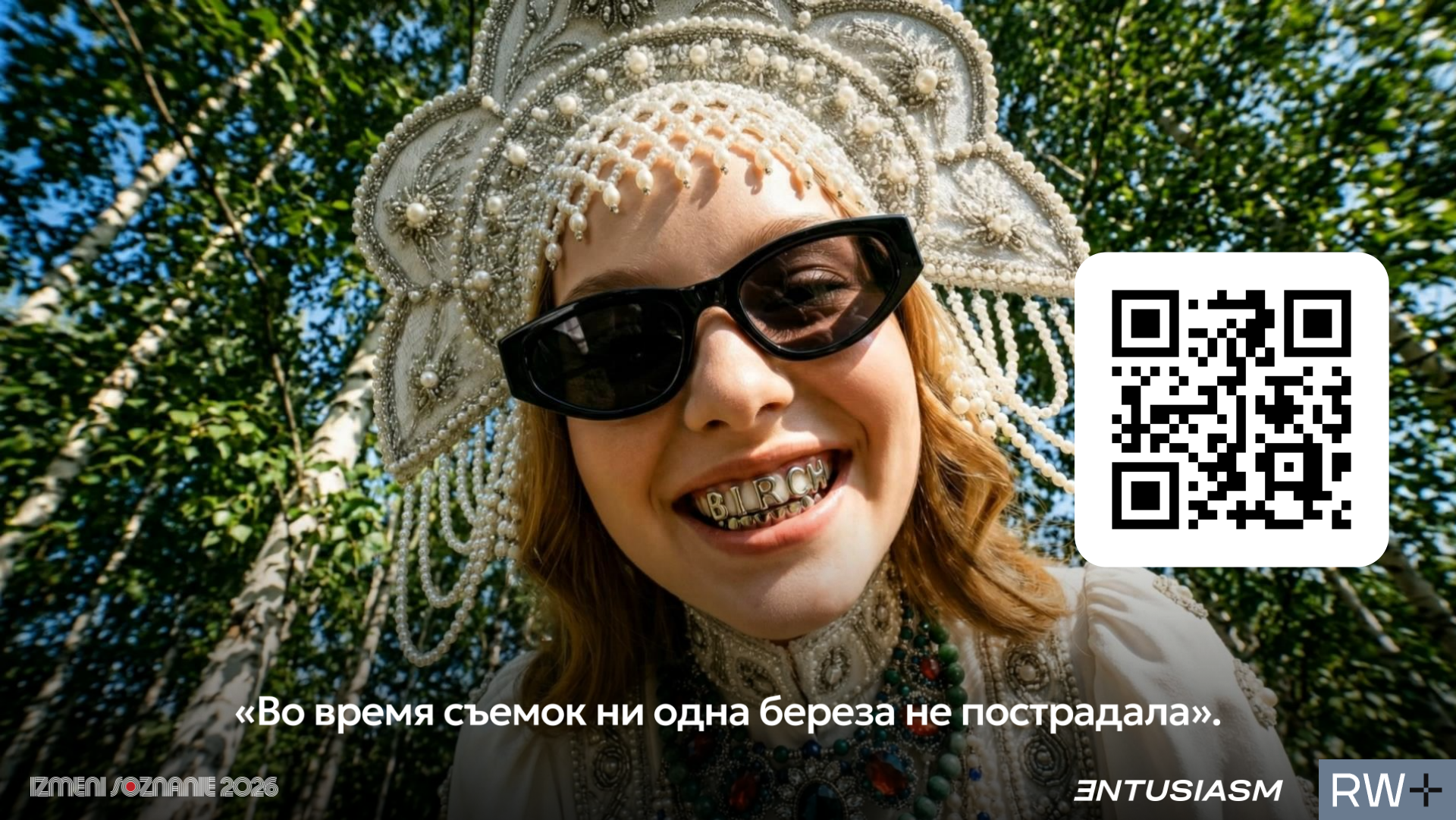
# First-Fast Response (FFR) —

метрика «доли разума», разработанная BCG, измеряет, насколько легко и быстро бренд приходит на ум потребителю в конкретном demand space



BCG замер: семь пивных брендов, рекламировавшихся на Super Bowl

Метрика	% потребителей, совершивших покупку бренда после опроса
FFR (первый пришедший на ум в demand space)	53%
Unaided Awareness (без подсказки)	14%



«Во время съёмок ни одна береза не пострадала».