

Китайская анимация в средствах массовой информации (на примере «Нэ Чжа 2»)

Научный руководитель – Коханова Людмила Александровна

Хуан Сюйшэн

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра рекламы и связей с общественностью, Москва, Россия

E-mail: 363435120@qq.com

С 2023-2025 годов китайская анимация начала стремительно развиваться из Китая, который представлен СМИ, и стремительно растет не только в Китае, но и за рубежом. Анимационный фильм «Нэ Чжа 2» - удачный пример, не только коммерческого успеха, но и культурного феномена, отражающего современную тенденцию развития китайской анимационной индустрии сегодня не только в Китае, но и за рубежом и даже в глобальном масштабе [1]. Фильм сочетает в себе элементы традиционной китайской мифологии с современными технологиями и актуальными социальными проблемами, что привлекает широкую аудиторию. Успех «Нэ Чжа 2» также подчеркивает растущую конкурентоспособность китайской анимации на мировом рынке, которая начинает конкурировать с такими гигантами, как Disney и Pixar.

Цель исследования: Развитие китайской анимации в Китае и в мировых СМИ.

Это означает, что кино также стало важным инструментом «мягкой силы», способствующим распространению китайской культуры за рубежом. Популярность в социальных сетях и активные обсуждения среди зрителей показывают, что китайские мультфильмы не только развлекательны, но и имеют глубокий культурный и социальный резонанс [2]. Государственная поддержка, инвестиции в технологии и таланты, а также продуманные маркетинговые стратегии сыграли ключевую роль в успехе фильма. «Нэ Чжа 2» — яркий пример того, как китайская анимация стала важной частью культурной и медийной сфер, объединяя традиции и современность и открывая новые горизонты для развития индустрии.

Исследования показали, что китайская анимация быстро развивается и становится важной «мягкой силой» для зарубежной медиакоммуникации, которая позволяет большему числу зрителей узнавать о китайской культуре, истории и обычаях через просмотр китайской анимации.

«Нэ Чжа 2» не только демонстрирует художественные и технические достижения китайской анимации, но и подчеркивает ее растущее влияние на мировую медиаиндустрию, что делает ее важным объектом изучения в контексте культурного, экономического и социального развития Китая [3].

Источники и литература

- 1) Ван Л. Исследование текущей ситуации и стратегии анимационной индустрии с точки зрения новых медиа, Education Research, 2020
- 2) Нани. Многогранное исследование и исследование коммуникации китайской анимационной культуры с точки зрения цифровых медиа, 2024, № 6
- 3) Цинь Х., Инь Ц. Исследование дизайна китайской киноанимации с точки зрения семиотики, 2024, vol.9, №2.