

История создания и продвижения франшизы "Семья шпиона"

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Осипян Диана Рафиковна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: dianaosipyuan0312@gmail.com

В условиях глобального распространения японской медиаккультуры манга и аниме становятся не только значимыми культурными феноменами, но и успешными коммерческими проектами, формирующими вокруг себя разветвлённые медиафраншизы. Особый интерес представляет франшиза «Семья шпиона», которая за короткий срок достигла тиража манги свыше 41 млн копий, получила аниме-адаптацию, полнометражный фильм и многочисленные коллаборации с различными брендами.

Успех франшизы «Семья шпиона» обусловлен несколькими ключевыми факторами. Во-первых, жанровая гибридность, обеспечивающая широкий охват аудитории: сочетание шпионского триллера, семейной комедии и повседневности позволяет привлечь как подростков, так и взрослую аудиторию. Во-вторых, продуманная трансмедийная стратегия, где каждый новый продукт расширяет вселенную и привлекает новых зрителей и читателей. В-третьих, активное использование цифровых платформ для дистрибуции и формирования лояльного комьюнити, что обеспечивает стремительное распространение и удержание аудитории между релизами. В-четвёртых, разнообразные коллаборации с брендами, которые усиливают присутствие франшизы в повседневной жизни потребителей и создают дополнительные точки касания с аудиторией.

«Семья шпиона» является показательным примером современной медиафраншизы, в которой эффективно сочетаются креативная составляющая и коммерческие механизмы. Выявленные стратегии могут быть использованы как модель для создания и продвижения аналогичных проектов в индустрии развлечений. Дальнейшее исследование может быть направлено на сравнительный анализ с другими успешными франшизами и изучение долгосрочных эффектов трансмедийного повествования.

Источники и литература

- 1) WSJ_manga // X (Twitter). URL: https://x.com/WSJ_manga/status/2002606826836406281 [ресурс заблокирован на территории РФ] (дата обращения: 15.01.2026)
- 2) Попов Д.А. Аниме как элемент массовой культуры: возникновение, функциональное назначение, эволюция [Электронный ресурс] // CyberLeninka. - 2025. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/anime-kak-element-massovoy-kultury-vozniknovenie-funktsionalnoe-naznachenie-evolyutsiya> (дата обращения: 15.01.2026)
- 3) Птаховская В.В., Попов Е.О. Особенности разработки оригинальных трансмедиа проектов // Вестник филологических наук. - 2022. - Т. 2-3. - С. 105-112. - URL: <http://vfn-journal.ru/wp-content/uploads/2022/11/vestnik-filolog-nauk-t-2-3-2022.pdf> (дата обращения: 15.01.2026)
- 4) Тимонина И.Л., Аримо М.М. Анимэ-индустрия: традиционная культура и новые бизнес-технологии [Электронный ресурс] // CyberLeninka. - 2021. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/anime-industriya-traditsionnaya-kultura-i-novy-e-biznes-tehnologii> (дата обращения: 15.01.2026)

- 5) Смирнова Е.М. Тренды и перспективы по созданию медиаконтента в медиакультуре Японии 2020-2023 годы [Электронный ресурс] // CyberLeninka. - 2023. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trendy-i-perspektivy-po-sozdaniyu-mediakontenta-v-mediakulture-yaponii-2020-2023-gody> (дата обращения: 15.01.2026)