

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Роль анимации в наращивании потенциала «мягкой силы» Китая

Научный руководитель – Кривуля Наталья Геннадьевна

Линь Чжи

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия
E-mail: 15208386168@163.com

В контексте глобализации и все более жесткой международной конкуренции страны стремятся усилить свое влияние не только за счет экономических и политических ресурсов, но и за счет культурного влияния. Концепция мягкой силы приобретает все большее значение в современном международном дискурсе. Мягкая сила относится к способности страны формировать свой имидж и распространять свои ценности посредством культурной, образовательной и медийной коммуникации [1].

Анимация — это уникальное средство, объединяющее художественное выражение, визуальные технологии и повествование. Благодаря своей универсальности и способности преодолевать языковые и культурные барьеры, анимация может эффективно передавать культуру и ценности страны, устанавливая тем самым эмоциональные связи с аудиторией в других странах [4].

В последние десятилетия Китай активно развивает стратегию «мягкой силы» в сфере культуры, стремясь усилить международное влияние своей национальной культуры. Быстрое развитие китайской анимационной индустрии сделало её важным инструментом культурной дипломатии и продвижения национальной культуры за рубежом.

Уникальность китайской анимации заключается в органичном сочетании глубоких традиционных культурных корней и современного выражения [5]. Она использует традиционную китайскую эстетику в качестве визуального языка, интегрирует философские концепции, нравственные представления и ценностные установки в свой сюжет и передает культурные коннотации посредством эмоционального резонанса, а не дидактизма.

Поэтому изучение роли анимации в усилении «мягкой силы» Китая, как в теоретическом (анализ механизмов культурного влияния), так и в практическом (понимание потенциала культурной индустрии в формировании международного имиджа страны), имеет решающее значение [2].

«Мягкая сила» действует не посредством принуждения, а через привлекательность своего образа: когда иностранная аудитория добровольно потребляет культурный продукт, она одновременно усваивает ценности и модели поведения, которые он воплощает [3]. Это формирует долгосрочное доверие и добрую волю к стране-производителю в сознании иностранной аудитории, в конечном итоге способствуя достижению внешнеполитических и экономических целей.

Источники и литература

- 1) Леонова О.Г. Джозеф Най и "мягкая сила": попытка нового прочтения // Социально-гуманитарные знания. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhozef-nay-i-myagkaya-sila-popytka-novogo-prochteniya> (дата обращения: 25.05.2025).
- 2) Ли Тешэн. Обратите внимание на мягкую силу конкуренции предприятий на фоне глобализации — Интервью с Сюй Цзиньфа, профессором и научным руководителем

докторской диссертации Чжэцзянского университета // Экономист. Китай. – 2007. – № 7. – С. 6–8.

- 3) Сенокос Я.С. УПАДОК «МЯГКОЙ СИЛЫ» ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ США: ПРИЧИНЫ И ТЕНДЕНЦИИ // Социально-гуманитарные знания. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upadok-myagkoy-sily-vo-vneshney-politike-ssha-prichiny-i-tendentsii>
- 4) Хоу Хайтао. Киноритм: от драмы к образу [М]. Издательство Пекинского педагогического университета, 2016.
- 5) Чжэ Ц. Краткий анализ социальных функций анимации // Китайская национальная панорама. 2016. № 12. С. 152–153.