

Litera

Правильная ссылка на статью:

Ван Ц., Вэнь Б., Ду Ю. От традиции к цифровым технологиям: исследование международной коммуникационной стратегии образа Нэнчжи // Litera. 2025. № 8. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.8.75321 EDN: QGRIFD URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=75321](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=75321)

## От традиции к цифровым технологиям: исследование международной коммуникационной стратегии образа Нэнчжи

Van Цзымин

ORCID: 0009-0000-5188-4377

кандидат филологических наук



аспирант; Филологический факультет; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы  
119571, Россия, г. Москва, р-н Тропарево-Никулино, ул. 26-ти Бакинских Комиссаров, д. 7 к. 6

✉ 1042248002@pfur.ru

Вэнь Боюань

ORCID: 0009-0007-0874-7650

кандидат филологических наук



аспирант; Филологический факультет; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы  
Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. бкаб, кв. 218

✉ 1042228177@pfur.ru

Ду Юйвэй

ORCID: 0009-0005-1483-4596

кандидат филологических наук



аспирант; кафедра массовых коммуникаций; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы  
117198, Россия, г. Москва, Обручевский р-н, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

✉ 1042228058@pfur.ru

[Статья из рубрики "Лингвокультурология"](#)

### DOI:

10.25136/2409-8698.2025.8.75321

### EDN:

QGRIFD

### Дата направления статьи в редакцию:

28-07-2025

**Дата публикации:**

22-08-2025

**Аннотация:** В данной статье предметом исследования является культурный IP китайского мифологического персонажа Нэчжа, а именно процесс трансформации его образа в эпоху цифровых медиа и особенности его международного распространения. Рассматриваются изменения, произошедшие с этим образом в различных историко-культурных контекстах, включая религиозные и литературные источники, а также адаптация в цифровой аудиовизуальной среде. Особое внимание уделяется фильмам «Nezha: The Demon Child's Descent» (2019) и «Ne Zha 2» (2025) как примерам современных интерпретаций, а также платформенной стратегии распространения контента через китайские и зарубежные цифровые платформы (Douyin, Weibo, YouTube и др.). Целью исследования является выявление механизмов реконструкции культурного IP и межкультурной адаптации через призму медиапространства и транснациональной коммуникации. Методологической основой является качественный сравнительный анализ, включающий кейс-анализ двух экranизаций о Нэчже, платформенную аналитику и интерпретацию пользовательских комментариев. Используются подходы из теории медиапространства и межкультурной коммуникации. Новизна исследования заключается в комплексном подходе к изучению трансформации китайского мифологического IP «Нэчжа» в условиях цифровой медиасреды и межкультурной коммуникации. Впервые сопоставительно проанализированы две современные экранизации, отражающие различную стратегию реконструкции мифологического героя. «Nezha: The Demon Child's Descent» акцентирует тему бунта и самоидентификации, тогда как «Ne Zha 2» усиливает мотив перерождения и искупления, что находит отклик у зарубежной аудитории. Визуальные и нарративные изменения дополняются новыми каналами распространения на цифровых платформах. Исследование выделяет три ключевые стратегии успешной адаптации IP: смягчение визуального стиля, универсализация нарратива и усиление эмоционального вовлечения. Также предложена трёхуровневая модель «производство контента – медиаплатформа – глобальная аудитория» как инструмент анализа культурного трансфера. Полученные результаты могут быть полезны в практиках международной медиакоммуникации, культурной дипломатии и разработке медийных продуктов с учётом межкультурных различий.

**Ключевые слова:**

культурный IP Нэчжа, цифровая медиакоммуникация, межкультурная коммуникация, новые медиа-платформы, визуальный нарратив, культурная адаптация, реконструкция мифологического образа, участие пользователей, стратегия международной коммуникации, теория медиапространства

**1. Введение****1.1. Исследовательский контекст**

Нэчжа, как один из важнейших персонажей китайской мифологической системы, на протяжении веков обладал множественной символикой в религии, литературе и

народной культуре [1]. В традиционных повествованиях он известен как юный герой, «бросающий вызов небесам и меняющий судьбу». Его истории встречаются не только в древних произведениях, таких как «Фэншэнъ янъи» («Увековечение богов») и «Путешествие на Запад», но также в театральных постановках, народных картинах и других формах фольклора.

В религиозной традиции образ Нэчжа соединяет в себе черты даосского божественного отрока и буддийского «сына, жертвующего собой ради родителей», выражая верность, сыновнюю почтительность и дух самопожертвования. В литературе он воплощался в разных ипостасях — от смелого воина в старинных пьесах и мятежного духа в романах о богах и демонах до озорного ребёнка в жанре народных песен и рассказов. Такое разнообразие вариантов демонстрирует высокую пластичность и адаптивность архетипа Нэчжа.

Этот феномен можно объяснить через теорию «смещения мифа» Нортропа Фрая, согласно которой мифы, возникшие в древнем обществе, способны многократно трансформироваться в последующих литературных и культурных произведениях, обретая новое значение [3]. Подобно тому, как в западной культуре образы греческих и римских богов и героев переосмыслились в новых контекстах, Нэчжа как восточный мифологический архетип также многократно «смешался» в процессе культурного производства в Китае. Его происхождение, возможно, связано с индийским буддизмом и образом «царевича Налакуверы», что придаёт фигуре Нэчжа изначальную межкультурную основу и уникальность [2].

В XX веке интерес к историям о Нэчжа не ослабевал: от издания в 1955 году комикса «Победа принца Нэчжа над Драконом» (издательство «Новая изобразительная литература») до анимационного фильма 1979 года Шанхайской киностудии, где тот же сюжет был представлен в формате полнометражной мультипликации. Эти произведения оставили глубокий след в памяти нескольких поколений и добились огромного успеха.

В XXI веке, благодаря развитию кинематографических технологий и государственной политике поддержки культурной индустрии, образ Нэчжа постепенно трансформировался из «текстового нарратива» в «визуальный IP», став современным культурным активом.

После выхода в 2019 году анимационного фильма «*Nezha: The Demon Child's Descent*» кассовые сборы превысили 5 млрд юаней, и картина стала важной вехой в истории китайской анимации. Фильм переосмыслил ключевой мотив «Моя судьба принадлежит мне, а не небесам» в современном нарративе и благодаря оригинальному художественному стилю и образу бунтаря-подростка вызвал сильный отклик у поколения Z, что стало прорывом в межкультурном распространении [4].

В 2025 году фильм «*Ne Zha 2*» усилил глобальные мотивы «перерождения и искупления», обогатив визуальный стиль, систему персонажей и мировоззренческий фон, придав IP новый импульс для международной экспансии. По данным «*China Film Daily*», в первые недели проката картина превысила 8 млрд юаней в сборах и вошла в топ-5 североамериканского уикендового бокс-офиса, что ознаменовало новый этап международной коммуникации китайской анимации.

В процессе распространения ключевую роль сыграли новые медиа-платформы. Douyin (международная версия TikTok), Weibo, WeChat Video Channels и YouTube с помощью коротких видео, алгоритмических рекомендаций и пользовательского контента сформировали межплатформенный и межкультурный механизм коммуникации [5, 6].

Зрители активно участвовали в пересоздании и вторичном распространении IP Нэчжа через коллекционные фигурки, челленджи в танцевальном формате, нарезки сцен, аналитические комментарии и мемы, что демонстрирует высокую вовлечённость и глобальные особенности «рекодирования».

Успешное возрождение образа Нэчжи не только демонстрирует новую жизнеспособность традиционной китайской мифологии, но и становится типичным примером того, как цифровые медиатехнологии могут способствовать межкультурной коммуникации. Этот феномен затрагивает механизмы реконструкции культурных символов, алгоритмическую логику распространения контента и различия в восприятии международной аудитории, что делает индустрию медиа ключевым звеном во внешней коммуникации концепции «Культурный Китай». Настоящее исследование анализирует три аспекта: эволюцию культурных символов, трансформацию платформ распространения и пользовательские комментарии. Рассматривается современная реконструкция образа Нэчжа в цифровую эпоху и его пути международной коммуникации, что предоставляет теоретическую основу для продвижения других китайских мифологических IP на мировой арене.

## **1.2. Исследовательские вопросы и методы**

Возрождение образа Нэчжа представляет собой попытку реконструкции традиционной культуры в новом историческом контексте, а также практику международной коммуникации китайского мифологического IP. Несмотря на наличие исследований, анализировавших нарративные инновации и ценностное наполнение фильма «*Nezha: The Demon Child's Descent*», системного рассмотрения межкультурных коммуникационных путей на цифровых платформах, роли механизмов новых медиа и особенностей международного восприятия и вторичного творчества пользователей всё ещё недостаточно.

В условиях новой экологии распространения — «короткие видео + пользовательский контент + алгоритмическое распределение» — международная коммуникация традиционного культурного IP сталкивается с новыми вызовами и сложностью.

Исходя из вышеизложенного, в настоящем исследовании ставятся три ключевых вопроса:

1. Как именно образ культурного IP «Нэчжа» реконструируется в цифровую эпоху?
2. Каким образом новые медиа влияют на межкультурные пути распространения IP Нэчжа?
3. С какими вызовами культурной адаптации сталкивается процесс коммуникации и как нарративные стратегии и технологические инструменты могут обеспечить её эффективность?

В работе применяется метод кейс-анализа на примере фильмов «*Nezha: The Demon Child's Descent*» и «*Ne Zha 2*», в которых анализируются культурные символы и нарративные структуры, выделяются стратегии культурного выражения и механизмы эмоционального резонанса. Сравнительно рассматриваются данные с платформ Douyin, Weibo, WeChat Video Channels, TikTok и YouTube, анализируются алгоритмы распространения и модели взаимодействия пользователей. Дополнительно используются комментарии зарубежных зрителей с YouTube, Reddit и IMDb, которые сопоставляются с теориями межкультурной коммуникации для выявления различий восприятия и феноменов культурных искажений. Путём сопоставления образа Нэчжа с западными супергероями также изучается межкультурная эффективность коммуникации.

### **1.3. Научная значимость**

Цифровое распространение традиционного культурного IP стало важным направлением в укреплении культурной «мягкой силы» государства. Нэчжа как типичный персонаж китайской мифологии не только глубоко укоренён в национальной культурной памяти, но и обладает потенциалом межкультурной коммуникации.

#### **Теоретическая перспектива межкультурного распространения мифологического IP.**

На основе анализа изменений образа и нарратива в фильмах 2019 и 2025 годов исследование выявляет механизмы культурной реконструкции традиционного мифологического IP в современном контексте, подтверждая применимость теории «смещения мифа» и теории медиапространства, что способствует более глубокому пониманию эволюции китайских культурных символов в глобальной среде [7, 8].

#### **Ключевая роль цифровых платформ и поведения пользователей.**

Анализируя данные о распространении фильмов о Нэчжа на платформах Douyin, Weibo и YouTube, а также тексты комментариев и межплатформенные взаимодействия, статья раскрывает, как новые медиа-технологии, пользовательская вовлечённость и механизмы распространения контента совместно формируют логику международной коммуникации культурного IP. Это открывает новые перспективы для понимания структуры цифрового распространения.

#### **Модель координированного межкультурного распространения, ориентированная на адаптацию.**

На основе анализа особенностей зарубежного восприятия и вторичного творчества пользователей формулируются три типичные стратегии межкультурной коммуникации: смягчение визуального стиля, универсализация нарратива и акцент на эмоциональной экспрессии. Дополнительно предлагается трёхуровневая модель «культурное производство — механизмы платформы — глобальная аудитория», обеспечивающая эффективное распространение традиционных китайских мифологических IP в разных культурных контекстах.

Настоящее исследование не только обогащает теоретические разработки в области культурной коммуникации и медиаисследований, но и предлагает практические пути повышения эффективности международной экспансии китайских культурных продуктов.

## **2. Обзор литературы**

### **2.1. Смещение архетипа мифологического IP Нэчжа и его локальная эволюция**

Нэчжа, как один из ключевых персонажей традиционной китайской мифологической системы, изначально не имел фиксированного образа «юного героя» или «бунтаря-отрока». Его истоки восходят к индийскому буддийскому мифу о сыне Вайшраваны (Налакувере), в котором доминируют религиозные мотивы буддизма и характерная психологическая структура «любовь к матери и вражда с отцом». В индийских историях архетип Нэчжа обладал чертами убийцы змей, небесного ребёнка и бунтаря, а его острый конфликт с отцом составлял основную драматическую линию.

С распространением буддизма в Китае данный образ претерпел глубокую локальную переработку на религиозном уровне: фигура отца трансформировалась из Вайшраваны в китайского божества Ли Цзина, Повелителя пагоды; мотив «вражды с отцом» был смягчён за счёт введения фигуры Будды или наставника Тай-цзы Чжэнъжэня в качестве

«заместителя отцовской власти», что позволило адаптировать повествование к конфуцианской логике сыновней почтительности. В этом контексте поступок Нэчжа — «вернуть плоть и кости родителям» — сохранил индийский мотив «возвращения долга», но одновременно воплотил китайские ценности сыновнего долга и жертвенности.

Теория «смещения мифа» Нортропа Фрая позволяет объяснить данный процесс. Учёный отмечает, что мифологический архетип, будучи рожденным в определённой культурной среде, способен в разные исторические периоды трансформироваться в литературе или массовой культуре, получая новые формы и смыслы. Этот процесс «смещения» дарует мифу новую жизнеспособность. В китайской культуре это проявилось в постоянном переосмыслинии и интерпретации образа Нэчжа: от гневного Нэчжа на фресках Дунъхуана времён Тан, через сражения с драконом в юаньских пьесах, до юмористических и обыденных версий в театре и устной прозе периода Цин. Таким образом, образ Нэчжа постоянно адаптировался к изменениям медиума, общественных ценностей и эстетических предпочтений аудитории, в результате чего сформировался символ с ярко выраженным чертами локализации.

Сюжет «Нэчжа усмиряет море» является концентрированным выражением этой эволюции. От индийского буддийского эпизода «битва со змеем» через китайские народные легенды о «битве с драконом» и «укрощении дракона», до интерпретаций в каменных резных гробницах Ляо, юаньских пьесах и цинских постановках пекинской оперы — история постепенно обогащала символическое содержание Нэчжа и закрепляла его как культурный образ героя и жертвенного воина.

Сегодня значение Нэчжа выходит далеко за рамки религиозных или литературных трактовок, превращаясь благодаря визуальной культуре и цифровым медиа в национальный культурный символ. Фильмы *«Nezha: The Demon Child's Descent»* и *«Ne Zha 2»* стали новой волной «смещения мифа» на траектории «архетип — нарратив — коммуникация», воплощая механизм «реконструкции — перекодирования» традиционного культурного символа в системе современных медиа.

## **2.2. Новые медиа-платформы и механизмы распространения цифрового культурного IP**

В условиях традиционной медиасреды распространение культурного контента в основном опиралось на кино, телевидение и печатные издания, следуя линейным каналам и централизованной системе производства и дистрибуции. В цифровую эпоху, особенно с подъёмом социальных сетей и коротких видеоплатформ, пути распространения культурных IP претерпели радикальные изменения. Эти изменения касаются не только скорости и масштабов распространения, но прежде всего глубокой вовлечённости алгоритмов платформ, поведения пользователей и механизмов репродукции контента, что заново формирует логику коммуникации культурных продуктов и модели их восприятия аудиторией.

### **Алгоритмы платформ и механизмы видимости.**

В новых медиа-экосистемах, представленных TikTok, YouTube, Weibo и WeChat Video Channels, алгоритмическая система рекомендаций заменила традиционную редакционную модель, став ядром распределения контента. Платформы автоматически предлагают схожие материалы, основываясь на интересах пользователей и их действиях (время просмотра, лайки, комментарии и т.д.). Это делает такие визуально яркие и эмоционально насыщенные образы, как Нэчжа, особенно заметными, формируя основу «визуального резонанса» в межязыковом и межкультурном распространении.

Фрагменты «*Ne Zha 2*» на TikTok были переработаны в короткие клипы «Пробуждение героя», «Моя судьба — в моих руках» и т.п. С помощью многозвучного дубляжа, субтитров и визуальных фильтров они быстро адаптировались к локальной среде, формируя модель взаимодействия «челлендж — имитация — пересоздание». Такая схема «алгоритмы + пользовательский контент» стала движущей силой межкультурного распространения образа Нэчжа, предоставив новые возможности для вовлечения аудитории в культурное производство.

### **Участие пользователей и логика пересоздания.**

Под влиянием платформенных механизмов международное распространение образа Нэчжа представляет собой не только односторонний экспорт, но и процесс партисипаторного пересоздания (Participatory Culture). Пользователи, подражая внешности и движениям персонажа, монтируя отрывки из фильма, создавая дубляжи или даже переписывая сюжет, наделяют образ Нэчжа новыми культурными смыслами. Такое пересоздание часто выходит за рамки оригинального нарратива и соединяется с локальными культурными кодами и популярными символами, что превращает потребление культуры в её новое производство.

Теория «трансмедийного повествования» (Transmedia Storytelling), предложенная Генри Дженкинсом, объясняет этот процесс. Согласно теории, ключевые персонажи и сюжетные элементы раскрываются в разных медиумах в комплементарных формах, а не через простое дублирование [9]. Образ Нэчжа в фильмах, фигурках, коротких видео и комиксах образует многоуровневую, трансмедийную и интерактивную экосистему IP, что усиливает его узнаваемость и адаптивность на глобальном культурном рынке.

### **Делокализация символа и культурное перекодирование.**

В цифровой медиасреде культурные символы часто проходят процесс «делокализации — перекодирования». В межкультурной коммуникации образ Нэчжа, изначально укоренённый в китайской мифологии, вырывается из своего культурного контекста и интерпретируется в новом. Так, на западных платформах некоторые пользователи сопоставляют Нэчжа с персонажами аниме или супергероями (например, со Спайдерменом), акцентируя мотивы «пробуждения» и «борьбы с судьбой». Подобные аналогии, пусть и приводящие к культурным искажениям, в то же время демонстрируют высокую адаптивность символа.

С точки зрения коммуникации это типичный феномен «символического переноса», то есть культурные продукты подвергаются частичной реконструкции своего значения с целью адаптации к целевой культуре в процессе распространения. Именно в ходе такой миграции образ Нэчжа оформился в глобально универсальную нарративную схему «бунт — жертвенность — возрождение», что укрепило его интерпретируемость и эмоциональный резонанс в многообразных культурных средах.

### **2.3. Цифровые нарративные стратегии и механизмы культурного резонанса ценностей**

В цифровой медиасреде глобальное распространение культурного IP опирается не только на узнаваемость визуальных символов, но и на понятность нарратива и ценностный резонанс. Распространение образа Нэчжа в фильмах и на платформах короткого видео демонстрирует разнообразные цифровые нарративные стратегии. Эти стратегии не только усиливают культурную символику, но и повышают степень принятия и потенциал для вторичного творчества в международной коммуникации.

Традиционные истории о Нэчжа строились на линейной структуре «бунт — самоубийство

— возрождение», акцентируя моральное наставление и героическую жертву. Однако фильмы 2019 и 2025 годов модернизировали эту схему, превратив её во внутренне ориентированный, психологизированный нарратив взросления. Нэчжа перестал быть лишь моральным символом и стал представлять подростка, переживающего личностные кризисы и поиски самоидентификации. Такое конструирование персонажа делает его ближе к психологическому опыту современных зрителей, особенно поколения Z, и облегчает эмоциональную связь в разных культурных контекстах. Сопротивление Нэчжа «предопределённой судьбе» в фильмах фактически отражает напряжение между свободой воли, индивидуальной ценностью и общественными ожиданиями. Эта тема обладает высокой межкультурной интерпретируемостью и обеспечивает универсальный эмоциональный резонанс.

Визуальный дизайн Нэчжа также отражает логику культурного перевода в цифровую эпоху. Образ в фильмах отходит от традиционного иконографического стиля и использует Q-стилизованный, мультишний визуальный язык, придающий персонажу большую привлекательность и черты массовой культуры. Костюмы, архитектура и музыкальное сопровождение сохраняют элементы китайского стиля, но при этом проходят умеренную интернационализацию, что снижает барьеры восприятия. Например, такие элементы, как превращение в лотос, кольцо Цянькунь или ленты Хунтяньлин, поддерживают нарратив с помощью визуальных эффектов, а не только как этнические символы. Подобная стратегия формирует «мягкое культурное выражение»: сохраняет идентичность, но избегает сильного эффекта экзотизации, соответствуя эстетике международной анимации. Благодаря такой «нейтрализации» визуального стиля образ Нэчжа становится более доступным и узнаваемым для глобальной аудитории.

Цифровой нарратив Нэчжа акцентирует «эмоциональный драйв»: внимание зрителей удерживается за счёт высокой плотности конфликтов и резких эмоциональных переходов, что усиливает психологическое напряжение. В комментариях международных пользователей к фильмам часто встречаются слова «tronulo», «резонанс», «слёзы», что свидетельствует об эффективности данного способа эмоциональной экспрессии в межкультурной коммуникации.

Картины ясно транслируют базовую ценность: «судьбу можно изменить, самоопределение возможно». Эти универсальные ценности, превосходящие культурные различия, обладают высокой степенью адаптивности и становятся важной предпосылкой для принятия и пересоздания IP Нэчжа в международном контексте.

Механизмы взаимодействия на коротких видеоплатформах, в социальных сетях и кинокритических сообществах также усиливают эффект этих нарративных стратегий. Пользователи, монтируя фрагменты фильмов, создавая мемы или участвуя в челленджах-имитациях, вторично интерпретируют сюжеты и образы, перерабатывая эмоциональный контент. Так формируется «эмоциональная изоморфность» и «культурное со-творчество» между пользователями и оригинальным нарративом. Такая «децентрализованная нарративность», свойственная платформенной логике, расширяет масштабы распространения IP Нэчжа и стимулирует культурную активность пользователей, продлевая жизненный цикл исходного нарратива.

### **3. Платформенная структура и формирование путей распространения**

Международная коммуникация IP Нэчжа формируется в результате синergии нескольких платформ, образующих межконтекстную, трансмедийную и многоузловую сеть взаимодействий. В данной главе анализируются механизмы работы различных платформ

и обсуждается роль пользовательской активности в процессах культурного пересоздания.

Международное распространение культурного IP Нэчжа демонстрирует «двухуровневую структуру»: «агрегация на национальных платформах — расширение на зарубежных». В Китае Douyin, Weibo и WeChat Video Channels образуют основной каркас внутреннего распространения. Эти платформы посредством коротких видео, тематических хэштегов и механизмов трендов быстро консолидируют внимание аудитории и стимулируют волну пересозданий. На международном уровне YouTube и TikTok выполняют функции экспорта контента, культурной интерпретации и получения обратной связи от зарубежной аудитории.

Эта структура формирует путь распространения «изнутри наружу»: сначала внутри страны достигается высокая концентрация тем и разнообразие контента, а затем, благодаря межплатформенному «перетеканию информации», материалы выходят во внешний медиапространство. Важную роль здесь играет алгоритмическая система рекомендаций, которая на основе интересов, истории просмотров и активности пользователей обеспечивает глобальную видимость культурного контента даже без языкового перевода.

На платформе Douyin контент, связанный с фильмами о Нэчже, массово пересоздаётся пользователями в виде ремиксов, мемов и нарезок. Такое пересоздание не только продлевает жизненный цикл контента, но и способствует многомерному развитию IP. Данные показывают, что пользовательские ремиксы, опубликованные одновременно с премьерой фильма, набрали значительно больше лайков и репостов, чем официальные материалы, что подчёркивает возрастающую роль пользовательского производства в культурной коммуникации. Основные формы пересоздания включают:

1. Ролевое исполнение и эмоциональное подражание (например, имитация реплик или танцев Нэчжа);
2. Встраивание межкультурных отсылок (например, сопоставление Нэчжа с персонажами Marvel);
3. Образовательно-разъяснительные материалы (объяснение ценностей фильма на доступном языке).

Эти формы отражают как высокий уровень вовлечённости пользователей, так и поддержку культурных практик пересоздания со стороны платформ.

#### **4. Цифровая реконструкция культурного IP Нэчжа и пути межкультурной коммуникации**

##### **4.1 Реконструкция образа**

В условиях цифровых медиа визуальная и нарративная трансформация культурного IP становится ключевым фактором успешной межкультурной коммуникации. В качестве кейсов рассматриваются фильмы «Нэчжа: Рождение дьявольского ребёнка» (2019) и «Нэчжа 2: Бунт демонического ребёнка против моря» (2025). Анализ показывает, каким образом образ Нэчжа был реконструирован в новой медиасреде и преобразован из локального нарратива в универсальный глобальный символ.

Фильм 2019 года выстраивается вокруг идеи «Моя судьба в моих руках, а не в руках небес». Усиление характера бунтаря и акцент на кризисе самоидентификации вызвали отклик у зрителей поколения Z. Нэчжа здесь получает более глубокую психологическую

проработку: он уже не просто «сын, исполняющий долг» или «небесный воин» традиционной мифологии, а подросток, переживающий эмоциональные коллизии, поиск себя и сопротивление судьбе.

Фильм 2025 года, «Нэчжа 2», развивает темы «перерождения» и «искупления», показывая путь героя от «демонической жемчужины», вызывающей страх и недоверие, до подростка, готового взять на себя ответственность и принять судьбу. Такая концепция не только продолжает линию вызова традиционному нарративу, но и создаёт для международной аудитории окно культурной эмпатии.

Обе картины используют стилизованную эстетику «guochao» (национальная волна), совмещённую с современными технологиями 3D-анимации. В «Нэчжа: Рождение дьявольского ребёнка» персонажи моделируются в пропорциях «большая голова — маленькое тело», что придаёт визуальную экспрессивность, а насыщенные цвета и этнические орнаменты усиливают узнаваемость. «Нэчжа 2» расширяет визуальный масштаб за счёт морского антуража и усовершенствованной симуляции воды, создавая более иммерсивный и интернационально воспринимаемый аудиовизуальный опыт.

Сюжетные линии обеих частей вращаются вокруг поиска идентичности: первая акцентирует перспективу «другого» и необходимость самодоказательства, вторая подчёркивает путь героя через «жертву и возрождение». Эти мотивы находят параллели как в китайской, так и в западной мифологии, а также в супергеройских нарративах, например, в образе Тора из Marvel. Кроме того, во второй части усиливается тема «семьи и ответственности», где конфликт отца и сына уступает место модели «совместного сопротивления», что облегчает восприятие истории зрителями разных культур.

#### 4.2 Анализ механизма двойной циркуляции

В глобальном цифровом медиапространстве именно короткие видео и социальные сети становятся основными каналами международного продвижения культурного IP. Распространение серии фильмов о Нэчжа строится не на единственной платформе или официальном канале, а на модели «двойной циркуляции» — внутренней и внешней. В этой системе алгоритмы платформ, пользовательский контент (UGC) и межкультурная адаптация действуют синергично, обеспечивая условия для глобальной экспансии образа Нэчжа.

**Внутренний контур.** В Китае ключевыми платформами стали Douyin и Weibo. Douyin не только увеличил популярность фильмов, но и сформировал широкую экосистему контента вокруг хэштега «Нэчжа». Например, челлендж «#ТанецНэчжа» собрал более 14 миллиардов просмотров, стимулировав массовое участие пользователей: танцевальные пародии, косплей, аналитические обзоры и ремиксы. Weibo, опираясь на взаимодействие знаменитостей, официальные релизы и тренды, сумел аккумулировать мощный эффект информационного резонанса. Дополнительно выпуск слеп-боксов PORMART с фигурками Нэчжа вызвал вирусное распространение в соцсетях, расширив визуальные и эмоциональные границы узнаваемости IP.

**Внешний контур.** Международное продвижение базируется на TikTok и YouTube, где «алгоритмы интересов» позволяют точно находить целевую аудиторию. Согласно данным App Annie (март 2025), общее количество просмотров контента с хэштегами #nezha и #nezhaz2 превысило 670 миллионов, при этом основная аудитория — пользователи из Юго-Восточной Азии, Северной Америки и Ближнего Востока.

Ключевые механизмы распространения включают:

1. **Challenge Video (видеочелленджи)** — например, «*Nezha Transformation Challenge*», где пользователи повторяют макияж или движения героя, стимулируя массовое участие.
2. **Lip-sync (синхронизация губ)** — использование знаковых реплик фильма в пародийных видео, что помещает персонажа в новый культурный контекст.
3. **Reaction Video (реакции зрителей)** — особенно распространены на YouTube: зрители оценивают сюжет, спецэффекты и культурные мотивы, формируя своего рода «обратную культурную петлю».

В экосистеме обеих платформ алгоритмы рекомендаций и UGC находятся во взаимной зависимости: алгоритмы усиливают контент с высоким уровнем вовлечённости, а пользовательское творчество продлевает «жизнь» IP и увеличивает его культурную адаптивность.

#### **Сравнительные данные по платформам**

Платформа	Популярный хэштег / тема	Количество участников	Общее просмотров	количество
Douyin	#Nezha2 Challenge	б о л е е <b>850</b> пользователей	тыс. более <b>1,4 млрд</b> просмотров	
TikTok	#nezha2	б о л е е <b>550</b> пользователей	тыс. более <b>670 млн</b> просмотров	
YouTube	Nezha Reaction	б о л е е <b>70</b> видеороликов	тыс. общее количество просмотров около <b>200 млн</b>	

#### **4.3 Восприятие и реконструкция со стороны зарубежной аудитории**

Международное распространение IP-образа Нэчжа основывается не только на самом контенте и алгоритмах платформ, но и на глубоком участии пользователей в цепочке «восприятие — интерпретация — реконструкция». На таких платформах, как TikTok, YouTube, Reddit и IMDb, зарубежные пользователи вокруг двух фильмов о Нэчжа создали многочисленные комментарии, реакционные ролики, культурные сравнения и реконструкции контента, что демонстрирует многообразную картину восприятия в рамках межкультурной коммуникации [10].

Собранные популярные комментарии на YouTube и IMDb по фильмам «*Nezha: The Demon Child's Descent*» и «*Ne Zha 2*» показывают, что наиболее часто встречающимися ключевыми словами являются:

Ключевое слово	Частота появления	Контекст использования
«Chinese animation»	высокая частота	оценка уровня китайской анимации
«rebirth / reincarnation»	/ высокая частота	интерпретация культурных тем
«Eastern superhero»	средняя частота	сопоставление Нэчжа с западными супергероями
«father-son conflict»	средняя частота	восприятие ключевого сюжетного конфликта
«Buddhism / Taoism»	низкая частота	интерпретация религиозных элементов
«visual effects»	высокая частота	восхищение визуальным стилем и

« visual effects »      высокий контент      восхищение      визуальный      сюжет ...  
спецэффектами

Анализ популярных комментариев на YouTube и IMDb показывает: наибольший отклик вызвали такие культурные мотивы, как **«перерождение»**, **«становление личности»**, **«конфликт»**, что свидетельствует о высокой универсальности данных архетипов.

Формы вторичного творчества зарубежных пользователей можно разделить на три типа:

1. **Reaction-видео** (реакции на просмотр) — зрители из Северной Америки, Индии, Юго-Восточной Азии публикуют ролики с эмоциональными и вербальными реакциями, акцентируя внимание на сопереживании и культурных различиях.
2. **Видео культурных сопоставлений (Culture Comparison)** — авторы на YouTube сравнивают Нэчжа с героями Marvel и DC, подчеркивая его нелинейный путь взросления и «восточную» нарративную структуру.
3. **Меме- и ремикс-видео** — на TikTok и Reddit Нэчжа становится объектом косплея, пародий, озвучек и мемов, что демонстрирует высокую пластичность IP и способность адаптироваться к различным культурным контекстам.

В межкультурном восприятии можно выделить два измерения:

- **Признание (идентификация)** — многие зрители отмечают универсальность тем взросления, сопротивления судьбе и искупления, что особенно близко аудитории поколения Z.
- **Искажения (misreading)** — часть пользователей испытывает трудности в понимании таких элементов, как «лотосовое перерождение» или образ Тай-и Чжэнь-жэнь, а также нередко воспринимает Нэчжа как «китайского Сунь Укуна», что отражает типичное культурное непонимание.

#### **4.4 Эффективность коммуникации и будущие вызовы**

С момента выхода в 2019 году фильм *«Nezha: The Demon Child's Descent»* собрал более 5 млрд юаней в прокате, став вехой китайской анимации ((Источник данных: Maoyan Professional Edition, дата запроса: август 2025 г.). В 2020-х он продолжал активно распространяться на YouTube и Reddit, где совокупное количество просмотров роликов превысило 100 млн, а субтитры были переведены на 15 языков.

Фильм *«Ne Zha 2»* уже в первую неделю более 30 раз попадал в тренды Weibo, а хэштеги в Douyin собрали свыше 1,8 млрд просмотров. На международной арене картина одновременно вышла на Netflix и Amazon Prime, где удерживает рейтинг IMDb выше 79 (Источник рейтинга IMDb: <https://www.imdb.com/title/tt34956443/> дата обращения: август 2025 г.), что подтверждает высокую степень межкультурного принятия. Таким образом, Нэчжа постепенно выходит за пределы китайскоязычного пространства, формируя начальный уровень глобальной узнаваемости и фанатской базы.

Тем не менее, сохраняются вызовы:

- Текущая модель продвижения по-прежнему строится по схеме «внутренний ажиотаж → внешняя экспансия», при этом отсутствует системная стратегия, исходящая из международных платформ.
- Религиозные и мифологические мотивы (например, «剔骨还父» — «вернуть кости отцу») вызывают у западной аудитории недоумение или ошибочные ассоциации, что снижает эмоциональную вовлеченность.
- Отсутствует развитый «переводческий и пояснительный механизм» — культурные

справочники, глоссарии, вводные видеоролики, которые могли бы снизить барьеры восприятия.

#### **Предлагаемые пути оптимизации:**

1. Применение стратегии «универсальные архетипы + локальные символы» — сохранение духа китайской мифологии при акценте на темах, имеющих глобальную значимость (рост, сопротивление, самоидентификация).
2. Дифференцированная работа с целевыми аудиториями: от ядра (китайская diáspora) через «культурных исследователей» (ACG-сообщество) до широкой публики.
3. Развитие мультимедийной экосистемы: игры, AR-фильтры, челленджи в TikTok, мем-культура как формы углубленной вовлеченности.

#### **5. Стратегии и механизмы межкультурной коммуникации**

Одним из ключевых барьеров глобальной экспансии IP Нэчжа является культурная специфика, затрудняющая интерпретацию. Так, сцена «*剔骨还父*» в конфуцианском контексте символизирует сыновнюю преданность и жертвенность, но у западного зрителя может вызывать дискомфорт или ассоциироваться с аскезой. Аналогично, такие артефакты, как башня Ли Цзина, Кунь-кунь-хуань или Хун-тянь-линь, не имеют очевидных аналогов в международной культуре и потому сложны для визуального распознавания.

#### **Ключевые стратегии адаптации:**

- **Визуальная мягкость:** упрощение и анимизация образа Нэчжа в «*Nezha: The Demon Child's Descent*» сделало его ближе к международным стандартам анимации.
- **Универсализация сюжета:** акцент на индивидуальном пути героя («моя судьба в моих руках»), исключение избыточных элементов системы «Фэншэнь», что повышает культурную транспарентность.
- **Эмоциональная стратегия:** линия семьи и мотив жертвы акцентированы как универсальные элементы, вызывающие сопереживание вне зависимости от культурного фона.

В итоге автор предлагает **трёхуровневую модель координации «культурное производство — медиаплатформа — глобальная аудитория»**, которая предполагает:

1. Современную трансформацию мифологического архетипа на стадии контент-производства.
2. Учёт мультиязычности, визуальной стандартизации и алгоритмической логики при проектировании каналов распространения.
3. Активное стимулирование пользовательского творчества и механизмы обратной связи на стороне аудитории.

Эта модель может быть применена не только к IP Нэчжа, но и к другим китайским мифологическим продуктам, стремящимся к глобальной интеграции.

<b>Уровень</b>	<b>Ключевое содержание</b>	<b>Практические проявления</b>
Уровень культурного производства	Реконструкция мифологического архетипа, разработка локального нарратива, эстетическая адаптация	Международная реконструкция образа Нэйчжа, универсализация сюжетных мотивов

Многоязыковая адаптация, Синергия Douyin + YouTube,

Уровень медиаплатформ	оптимизация алгоритмов, стратегии продвижение через челленджи в распространения контента соцсетях
Уровень глобальной аудитории	Участие пользователей, культурная декодировка, вторичное творчество

## 6. Заключение

Данное исследование сосредоточено на образной реконструкции и путях межкультурного распространения китайского мифологического культурного IP «Нэйчжа». В качестве кейсов были выбраны два анимационных фильма — «Нэйчжа: Рождение демона» (2019) и «Нэйчжа 2: Восстание демона в море» (2025). С опорой на теорию медиапространства и межкультурной коммуникации анализ проведён по трём измерениям: конструирование образа, механизмы платформ и обратная связь пользователей. На основе текстового анализа и выборки контента с медиаплатформ исследование выявило механизмы эволюции культурного IP «Нэйчжа» в цифровой среде и стратегии его международной дистрибуции.

Результаты показали, что в условиях медиапространства, доминируемого цифровыми платформами, IP «Нэйчжа» прошёл процесс модернизации образа, универсализации нарратива и диверсификации каналов распространения. Образ героя в двух фильмах претерпел значительные изменения: первая картина «Нэйчжа: Рождение демона» акцентировала темы «борьбы с судьбой» и «поиска самоидентичности», что вызвало отклик у молодой аудитории; вторая же — «Нэйчжа 2» — усилила мотивы «возрождения и ответственности», подчеркнув эмоциональную составляющую. Визуальный стиль образа стал более современным, избавился от излишней религиозной окраски и оказался доступнее для зрителей разных культурных контекстов. Это позволило перевести Нэйчжа из сферы традиционного мифологического персонажа в категорию «юного героя», понятного глобальной аудитории.

В плане медиараспространения выявлена двухуровневая структура: «агрегация на национальных платформах — расширение на международных платформах». Douyin и Weibo обеспечили высокую вовлечённость пользователей внутри страны, в то время как YouTube и Reddit сформировали интерактивные поля через комментарии, интерпретации и культурные реконструкции.

С точки зрения межкультурной адаптации, IP «Нэйчжа» преодолевает культурные барьеры посредством трёх ключевых механизмов: визуальной мягкой адаптации, универсализации нарратива и эмоциональной вовлечённости. Построенная в исследовании трёхуровневая координационная модель — «культурное производство — платформенное распространение — глобальная аудитория» — может служить ориентиром и для других китайских мифологических культурных IP в процессе их интернационализации.

Тем не менее, исследование имеет ограничения: выборка охватывает ограниченное число фильмов, а количественный анализ данных носит недостаточный характер. Перспективные направления будущих исследований включают: (1) использование системных инструментов сбора данных с разных платформ и построение комплексных моделей межкультурного анализа; (2) расширение исследований на другие мифологические IP Китая (например, Нюйва, Сунь Укун, Юй Великий, Цзян Цзыя) для выявления различий в их культурной адаптации; (3) более глубокий анализ роли алгоритмов платформ в формировании траекторий культурного распространения.

В целом, опыт международного продвижения IP «Нэйчжа» демонстрирует, что интеграция традиционной культуры и цифровых медиа способна не только продвигать китайские мифологические IP на глобальный уровень, но и вносить вклад в совместное формирование культурного многообразия. В условиях ускоряющейся цифровой глобализации важным исследовательским вопросом остаётся то, каким образом китайские культурные IP смогут достичь «глубокого распространения», «мягкого проникновения» и «устойчивого резонанса» в мировом культурном пространстве.

## **Библиография**

1. Sun Y., Hua J. On Strategies and Effects of Cross-cultural Communication of Chinese Mythological Animated Films—With Nezha and White Snake as Examples // European Journal of Language and Culture Studies. 2023. № 6 (2). С. 6–14.  
<https://doi.org/10.24018/ejlang.2023.2.6.121> EDN: PKIYF
2. Wulandari A. The Animated Film of Ne Zha in Disruptive Era: From Chinese Classical Mythology goes to Global. Indonesia: EAI, 2021. <https://doi.org/10.4108/eai.30-12-2020.2311278>
3. Zhao H., Dolah J. Discusses the Narrative Elements of Retelling Traditional Myths in Chinese Animated Films: A Case Study of New Gods: Nezha Reborn (2021) // Herança. 2024. № 4 (7). С. 222–235. <https://doi.org/10.52152/heranca.v7i4.816> EDN: BKSZSN
4. Fan N. Ne Zha's image transformation in Chinese animation cinema (1961–2019) // Film, Fashion & Consumption. 2021. № 1 (10). С. 277–298. [https://doi.org/10.1386/ffc\\_00025\\_1](https://doi.org/10.1386/ffc_00025_1)
5. Yang G., Wang W. Engaging Social Media in China: Platforms, Publics, and Production. / G. Yang, W. Wang. Michigan State University Press, 2021.  
[https://muse.jhu.edu/pub/26/edited\\_volume/book/82318](https://muse.jhu.edu/pub/26/edited_volume/book/82318)
6. Theocharis Y., Boulian S., Koc-Michalska K., Bimber B. Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement // West European Politics. 2023. № 46 (4). С. 788–811. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410> EDN: NMXHJE
7. Chen A., Gu H. IP Adaptation Strategies in Film: A Case Study of Ne Zha 2 (2025) // Arts. 2025. № 4 (14). С. 85. <https://doi.org/10.3390/arts14040085>
8. Spatial Literary Studies in China / ред. Y. Fang, R. T. Tally. Cham: Springer International Publishing, 2022. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-03914-0>
9. Lähteenmäki I. Transmedia history // Rethinking History. 2021. № 3 (25). С. 281–306. <https://doi.org/10.1080/13642529.2021.1963597> EDN: SUZBGB
10. Wei Yanan, Mohd Kipli Abdul Rahman, Gao Shijie. Role of Social Media in the Global Reception of Chinese Animation: A Case Study of 'Nezha' // Environment-Behaviour Proceedings Journal. 2025. № 31 (10). С. 63–69. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v10i31.6509>

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье представлены результаты исследования международной коммуникационной стратегии образа Нэчжи. Актуальность работы обусловлена как важностью образа Нэчжи в китайской культуре («Будучи важной фигурой в древнекитайской мифологии, Нэчжа издавна обладал глубоким культурным символическим значением»), так и интересом научного сообщества к изучению возможностей цифровых технологий распространения традиционных культурных

ценностей.

Методология исследования определена поставленной целью и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза; описательный метод, включающий наблюдение, обобщение и интерпретацию материала; методы сопоставительного анализа; статистический метод; метод контент-анализа.

В ходе исследования рассмотрена эволюция образа Нэчжи от мифа к фильму (2019 г.); изучены инновации сиквела 2025 года («продолжение, сохранив основные ценности и визуальный стиль предыдущей работы, значительно улучшило содержание, технические средства и каналы международной коммуникации»); охарактеризованы механизмы продвижения образа Нэчжи в социальных сетях (Douyin, Weibo, YouTube и Instagram); проанализированы алгоритм и эффективность цифровых медиа-коммуникаций при продвижении образа Нэчжи, восприятие международной аудиторией этого образа, проблемы и стратегии межкультурной коммуникации («несмотря на то, что образ Нэчжи завоевал внимание во всем мире благодаря своим характерным визуальным символам и эмоциональному выражению, процесс его распространения не является гладким и сталкивается с многочисленными проблемами в межкультурном контексте», «культурное непонимание и семантические девиации являются существенными проблемами в распространении образа Нэчжи», «языковые барьеры и ограничения, связанные с субтитрами, еще больше усложняют культурную коммуникацию»); для решения данных проблем предложена «динамическая многоуровневая коммуникационная модель»; в заключении подведены итоги исследования. Все выводы сформулированы логично и отражают содержание рукописи.

Результаты, полученные в ходе анализа, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят определенный вклад в развитие таких современных научных направлений, как межкультурная коммуникация и лингвокультурология, медиакоммуникация, когнитивная лингвистика, прагматика и др.

Представленный материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Исследование выполнено в русле современных научных подходов. Стиль изложения соответствует требованиям научного описания.

Однако вопросы вызывает библиография статьи. Во-первых, первые два источника требуют уточнения: см. 1. Редакция. Библиотека РГУ. URL: <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/2649> (дата обращения: 20.10.2023) и 2. НБД. Статья о тенденциях в 2025 году. URL: <https://www.nbd.com.cn/articles/2025-02-02/3740302.html> (дата обращения: 20.10.2023). Во-вторых, необходимо пересмотреть библиографическое описание источников с учетом требований редакции журнала. Обращаем внимание, что цифровые идентификаторы научных источников (DOI) не соответствуют самому источнику. Например, DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202419902008> источника Иванова, А. В. Современные подходы к обучению. В: Школа и общество: вызовы и решение. 2022 отсылает нас к научной публикации Yilin Wei A Study on User Comments on Douyin: Analysis of Film Promotion Strategies on Chinese Social Media// SHS Web Conf., 199 (2024) 02008.

В целом, работа является новаторской, представляющей авторское видение решения рассматриваемого вопроса. Статья самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera» после устранения указанных выше замечаний.

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Представленная к публикации статья не соответствует стандартам серьезного научного изыскания. Предмет изучения в принципе реален, ориентир на образ Нэчжа в культурном пространстве «прошлого» и «настоящего» может быть рассмотрен, причем в режиме компаратива, но этого не происходит должным образом в данной работе. Замечу, что текст имеет ярко выраженные приметы генерирования; работа компилиативна, в ней нет правильной логики изложения сути вопроса, да и большая часть данных фальсифицирована. Яркий пример этому – список источников с несуществующими или неправильно оформленными изданиями: «Международный журнал контента», «Глобальный журнал искусств, гуманитарных и социальных наук», или «Цэн Х. Нормативная реконструкция и коллективная память: переосмысление мифа с точки зрения визуальной антропологии – на примере фильма "Не Чжэ 2"» и т.д. Стиль данного сочинения не соотносится с научным типом, налицо смысловое нарушение, наличие несоответствий. Например, видим это в следующих фрагментах: «статья стремится выявить новую логику и структуру рисков распространения культурной продукции «за рубеж» в цифровой медийной среде, а также обогатить существующие теоретические концепции...», или «статья сосредоточена на феномене распространения, восприятия и повторного творчества образа Нэчжа в различных культурных контекстах и стремится разработать модель исследования кросс-культурного пути коммуникации «культурное производство – медиаплатформа – зарубежное восприятие» и т.д. Материал не отражает качественной систематизации данных, абсолютно не ясна и методология исследования (а это обязательные показатели научного изыскания). Текст перенасыщен псевдонаучной терминологией, если ее так можно назвать: «от традиционного мифологического персонажа до глобального феномена, IP Нэчжа совершил качественный скачок от «экспорта контента» к «символическому резонансу», используя технологические преимущества и адаптируемость повествования цифровых медиаплатформ. Его количественные показатели коммуникации не только закрепили конкурентоспособную позицию китайской анимации на глобальном рынке, но и представили яркий пример того, как китайская культура может достичь «глобального повествования» при помощи медиасилы». Использование «синонимайзинга» делает текст неудобным для чтения, ИИ, как понимаем, не работает должным образом, создается только эффект путаницы / введения в заблуждение. Считаю, что низкое качество материала подрывает репутационный уровень издания, подобные работы, безусловно, не должны проходить в открытые источники. Выводы бессмысленны, дублирование в итоге уже сказанного является ошибкой: «в данной статье объектом исследования выбран процесс интернационализации серии фильмов «Нэчжа» в эпоху цифровых медиа. Систематически проанализированы пути трансформации и механизмы распространения китайского традиционного мифологического IP. Исследование показало, что Нэчжа трансформировался из традиционного символа в глобальный культурный IP благодаря реконструкции образа «бунтующего подростка» и усилию цифровыми медиа...». Таким образом, все стандарты научной статьи в данном тексте нарушены; работа не имеет теоретической и практической значимости; в ней нет серьезной концептуальной развертки вопроса. Статья «От традиции к цифровым технологиям: исследование международной коммуникационной стратегии образа Нэчжи» не может быть рекомендована к публикации в журнале «Litera» ИД «Nota Bene».

## **Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Представленная на рассмотрение статья «От традиции к цифровым технологиям: исследование международной коммуникационной стратегии образа Нэчжи», предлагаемая к публикации в журнале «Litera», несомненно, является актуальной, так как автор рассматривает лингвокультурные особенности образа Нэчжи - одного из важнейших персонажей китайской мифологической системы, который на протяжении веков обладал множественной символикой в религии, литературе и народной культуре. С учетом всё большего сближения наших стран и взаимопроникновения культур, всё больше людей интересуются традициями и обычаями Поднебесной, языком и культурой, что делает рецензируемую работу востребованной.

Несомненно, работа имеет большой научный потенциал, вносит существенный вклад в развитие как теории лингвокультурологии, так и в сопоставительное изучение русского и китайского языков и культур.

Настоящее исследование анализирует три аспекта: эволюцию культурных символов, трансформацию платформ распространения и пользовательские комментарии. Автор рассматривается современная реконструкция образа Нэчжа в цифровую эпоху и его пути международной коммуникации, что предоставляет теоретическую основу для продвижения других китайских мифологических IP на мировой арене.

Материалом исследования послужили фильмы кейсов были выбраны два анимационных фильма — «Нэйчжа: Рождение демона» (2019) и «Нэйчжа 2: Восстание демона в море» (2025).

В статье представлена методология исследования, выбор которой вполне адекватен целям и задачам работы. Методологическую основу составляет метод кейс-анализа, сопоставительный метод, метод текстового анализа, также общенаучные методы познания.

В фокусе рецензируемой работы находятся вопросы лексикологического и лингвокультурологического характеров. К сожалению, автор не обратился к работам отечественных исследователей и фундаментальным трудам по данной тематике. Научно-теоретическая составляющая статьи представляется нам слабой. С другой стороны, работа является больше практикоориентированной.

К недостаткам также отнесем технические погрешности (форматирование таблиц, разные шрифты в пределах одного абзаца), а также отсутствие языковых примеров, подтверждающих постулируемое автором.

Однако, указанные недостатки не являются существенными и не влияют на общее положительное впечатление от настоящей работы.

Статья является новаторской, одной из первых в российском языкоznании, посвященной исследованию подобной тематики в 21 веке. Исследование выполнено в русле современных научных подходов, работа состоит из введения, содержащего постановку проблемы, основной части, исследования и заключительния, в которой представлены выводы, полученные автором. Данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонов научного исследования. Пунктуационные и орфографические ошибки, существенно затрудняющее понимание текста, не обнаружены. Библиография статьи насчитывает 23 источника, в которые включены как отечественные, так и зарубежные труды. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, культурологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Общее впечатление после прочтения рецензируемой статьи «От традиции к цифровым технологиям: исследование международной коммуникационной стратегии образа Нэчжи» положительное, она может быть рекомендована к публикации в научном журнале из перечня ВАК.