

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт лингвистики и международных коммуникаций
Кафедра «Международные отношения, политология и регионоведение»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, к. т. н.,
доцент

_____ Л. И. Шестакова
« _____ » _____ 2020 г.

КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА КИТАЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ–41.03.01.2020.148. ВКР

Руководитель работы, к. и. н.,
доцент

_____ В. Е. Фейгин
_____ 2020 г.

Автор работы
студент группы ЛМ-405
_____ Т. С. Кругликова
_____ 2020 г.

Нормоконтролер, профессор
_____ А. Д. Таиров
___ 14 июня ___ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Кругликова, Т. С. Культурная политика Китая в современном мире. – Челябинск: ЮУрГУ, ЛМ-405, 86 с., библиогр. список – 100 наим., 2 прил.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в комплексном исследовании культурной политики Китайской Народной Республики в контексте глобализационных процессов и формирования имиджа Китая на мировой арене.

В выпускной квалификационной работе раскрыто понятие «социокультурной глобализации», выявлен вектор реформирования культуры Китая с началом «политики реформ и открытости», проведён анализ задач и приоритетов КПК во внешней и внутренней культурной политике, рассмотрена трансформация китайского общества под воздействием американизации, рассмотрен феномен «мягкой силы» Китая, исследовано место и роль Китая на мировой арене в контексте глобализации.

Результаты выпускной квалификационной работы имеют практическое значение и могут быть использованы в более детальном изучении вопроса состояния и перспектив культурной политики Китая в условиях глобализации.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ	9
1.1 Сущность и механизмы социокультурной глобализации.....	10
1.2 Феномен «американизации» как один из основных вызовов современного мира и механизмы его распространение	15
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.....	27
2.1 Формирование современной модели культурного развития в период «политики реформ и открытости» Дэн Сяопина	27
2.2 Культурная политика Китая в контексте глобализации	38
ГЛАВА 3. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА В КИТАЕ И МЕРЫ ПО УКРЕПЛЕНИЮ АВТОРИТЕТА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ.....	51
3.1 Проблема кризиса идентичности китайской молодежи как результат процессов глобализации в Китае	51
3.2 Меры по укреплению авторитета национальной культуры с помощью «мягкой силы»	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	70
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	73
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение А. Институты Конфуция по состоянию на 2017 г.	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение Б. Рейтинг отношения к действиям Китая, 2014 г.	Ошибка! Закладка не определена.

ВВЕДЕНИЕ

Культура играет ключевую роль в истории человечества, при этом она не ограничивается частной сферой личности, а непосредственно является формой человеческого бытия. Отсюда можно судить о тесной взаимосвязи культуры с экономическими, политическими, социальными, идеологическими процессами. Культура – это особая сфера общества, которая определяет идеологическое направление развития государства. Именно культурные различия способны сформировать неповторимый национальный и общественный облик, своеобразие и идентичность, т. е. те особенности, которые различают народы друг от друга. Важность культуры в государственном развитии обуславливает появление связанных с ней проблем, решение которых зависят от мировых тенденций.

Нынешняя эпоха глобализации с её стремительным ускорением и усилением глобальных потоков капитала, рабочей силы и информации оказывает гомогенизирующее влияние на отдельные культуры. Хотя это явление способствует интеграции общества и предоставляет миллионам людей новые возможности, оно может также привести к потере уникальности местной культуры, что, в свою очередь, может привести к потере идентичности, изоляции и даже конфликту. Это особенно верно для традиционных обществ и сообществ, которые подвергаются быстрой модернизации на основе моделей, импортируемых извне и не адаптированных к их контексту.

Чтобы сбалансировать преимущества интеграции в глобализированный мир с защитой уникальности местной культуры, требуется особая стратегия. Ставить культуру в центр политики развития не означает ограничивать и фиксировать ее консервативным образом, а наоборот, вкладывать средства в потенциал местных ресурсов, знаний, навыков и материалов для стимулирования творчества и устойчивого прогресса. Признание и уважение разнообразия культур также создает условия для взаимопонимания, диалога и мира.

Актуальность темы определяется тем, что культурная политика Китайской Народной Республики является ярким примером того, как открытость внешним тен-

денциям и вовлеченность в процессы глобализации оказали влияние на культурную сферу общества, а также примером серьезного подхода к сложившейся ситуации, проявляющегося не только в сохранении своей социокультурной идентичности, но и в успешных попытках культурного влияния на внешний мир.

С началом «политики реформ и открытости» Дэн Сяопина, Китай столкнулся с вызовами глобализации, а именно с мощнейшим воздействием западной идеологии. Китайские специалисты видят решение проблемы в различных аспектах: опора на традиционные конфуцианские учения, развитие и распространение китайской «мягкой силы» в мире, меры, направленные на сохранение национальной идентичности у молодого поколения и т. д.

Учитывая современные условия, КПК выстраивает свою культурную политику таким образом, чтобы традиции и новации массовой культуры гармонично сочетались в обществе. Изучение действий правительства Китая в современных условиях представляет как теоретический, так и практический интерес, и является актуальной научной проблемой.

Ученые, занимающиеся исследованием культурной политики Китая и процессов её трансформации под влиянием глобализации, разнятся.

Так, И Цзюньцин высказывает мнение о том, что культурная глобализация вызывает конфликт культур, что в свою очередь даёт толчок для открытий и модернизаций, и именно поэтому унификация культур объективно невозможна [94, с. 15].

Юй Пэй в свою очередь полностью отрицательно относится к процессам культурной глобализации, считая, что она является продуктом культурного империализма и служит политике гегемонии Соединенных Штатов [95, с. 64].

Хронологическими рамками исследования культурной политики Китая является период с 1978 г., с момента начала «политики реформ и открытости» Дэн Сяопина, по настоящее время.

Методы исследования в выпускной квалификационной работе включают в себя детальный анализ информации, разбор фактов и явлений; системный анализ объ-

екта исследования в условиях современности; изучение официальной документации.

Объект выпускной квалификационной работы – культурная политика Китая.

Предмет выпускной квалификационной работы – процесс формирования внешней и внутренней культурной политики Китайской Народной Республики и основных методов её реализации в условиях глобализации.

Цель выпускной квалификационной работы – комплексное исследование культурной политики КНР в контексте глобализационных процессов и формирования имиджа Китая на мировой арене.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- раскрыть вопрос социокультурной глобализации, её сущности и механизмов её распространения в современном мире;
- рассмотреть феномен «американизации» как один из основных вызовов современного мира и механизмы его распространения;
- определить вектор реформирования культуры Китая с началом «политики реформ и открытости»;
- проанализировать задачи и приоритеты КПК во внешней и внутренней культурной политике в контексте глобализации;
- проследить трансформацию китайского общества под воздействием американизации;
- раскрыть проблему кризиса идентичности китайской молодежи в результате процессов глобализации в Китае;
- рассмотреть феномен «мягкой силы» Китая во внешней и внутренней политике;
- определить место и роль Китая на мировой арене в контексте глобализации.

Результаты выпускной квалификационной работы могут быть использованы в более детальном изучении вопроса состояния и перспектив культурной политики Китая в условиях глобализации.

ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ

Среди специалистов, занимающиеся изучением такого явления как глобализации утвердилось мнение, что она обусловлена «свободным движением капиталов и возрастающей зависимостью национальных экономик от глобальных финансовых рынков и транснациональных корпораций» [85, с. 15], что она представляет собой «процесс, в ходе которого стираются географические границы социальных и культурных систем» [85, с. 15].

Глобализация – одна из тем, которые вызывают бурное обсуждение на мировой арене, как в научном, так и в практическом плане. Активная дискуссия по данному вопросу приводит к разногласиям между сторонниками и противниками процессов глобализации, число которых стремительно растёт. Сторонники глобализации в качестве аргумента в пользу данного процесса говорят о том, что благодаря ему международные отношения и сотрудничество вышло на новый уровень.

Специалисты, которые выступают против данного феномена утверждают, что глобализация логичным образом приводит к тому, что от глобализационных процессов выигрывают экономически развитые страны, в то время как менее развитые страны воспринимают её как препятствие для развития внутреннего производства. Результатом является рост дифференциации стран в экономическом и культурном плане.

Учитывая все аргументы сторонников и противников глобализационных процессов, стоит отметить, что они существуют «объективно и развивается независимо от отношения отдельных групп и представляет собой необратимый путь глобального развития на современном этапе» [85, с. 21].

Глобализация и её влияние не ограничиваются экономической интеграцией стран мира. Изменения в экономике неизбежно влекут за собой изменения в политической, культурной, социальной и религиозной сферах. Таким образом, можно сказать, что рассматривать глобализацию только со стороны экономических

выгод и потерь, означает упускать другие аспекты этой проблемы, играющие немаловажную роль.

Следует подчеркнуть, что из перечисленных выше аспектов глобализации, наименее изученным остаётся социокультурный аспект. Риски, которые возникают в ходе мировой глобализации в социокультурной сфере, являются неотъемлемой частью её процессов. Игнорирование этих рисков может привести к усугублению ситуации. Таким образом, для их снижения необходимо найти решение проблемы развития культуры в контексте глобализации.

1.1 Сущность и механизмы социокультурной глобализации

«Социокультурная глобализация – это явление, в результате которого повседневный опыт под влиянием распространения товаров и идей отражает стандартизацию культурного самовыражения во всем мире» [15, с. 5]. Движимая эффективностью или привлекательностью беспроводных коммуникаций, электронной коммерции, массовой культуры и международных путешествий, глобализация рассматривается как тенденция к однородности, которая в конечном итоге сделает человеческий опыт везде по существу одинаковым.

Процесс социокультурной глобализации способствует сближению деловой и потребительской культур между разными странами мира и развивает международные контакты и общение. Последствия такого развития могут быть неоднозначными, так как наряду с положительными эффектами, существуют отрицательные.

Положительным эффектом социокультурной глобализации является популяризации отдельных видов национальной культуры в других странах. Это относится к распространению определенной идеологии, религии, политических взглядов и мировоззрений. Сюда также можно отнести популярность определенной кухни, музыки, видов одежды и т. д. К отрицательным же эффектам можно отнести тот факт, что растущая популярность зарубежных продуктов может вытеснить то или иное национальное производство. Что касается самого «популярного продукта», то его распространение во многих странах мира может привести к его интерна-

ционализации. Многими такие явления расцениваются как утрата национальной культуры, подмена ценностей. Все это вызывает необходимость бороться за «реставрацию» национальной культуры, и её возрождение.

Признаки социокультурной глобализации выражаются в интеграции культур, взаимном или одностороннем проникновении цивилизаций, в явном проявлении стандартизированного образа жизни, мышления и схожего поведения людей.

Глобализационные процессы включают в себя и другие моменты, которые являются следствием усиления взаимосвязей человеческих сообществ: прослеживается усиление транснациональных структур, которые играют большую роль в международных отношениях. Возрастает приоритет демократии, что способствует универсализации правовых практик, социальных стандартов, развитию международного права.

«Социокультурная глобализация также включает в себя такой феномен как «обратная глобализация» или асимметричный обмен западными товарами, капиталом и технологиями, ценностями, идеями и образом жизни, а также симуляцию унификации (американизации), которая в основном затрагивает материальные аспекты человеческого существования, в то время как этические и моральные аспекты жизни остаются довольно стабильными» [8, с. 8].

Социокультурная глобализация является нелинейным диалектическим процессом. Национальные культуры находятся в сложном диалектическом взаимодействии с глобальной культурой, но глобальная и локальная существуют как две параллельные тенденции (основанные на принципе обратного движения навстречу друг другу). Наиболее эффективной стратегией реагирования на вызовы социокультурной глобализации является развитие адаптационных способностей традиционной цивилизации к новым социокультурным реалиям. Тем самым объясняется необходимость брать из лучшее из того, то предлагает социокультурная глобализация, сохраняя национальную идентичность. Однако «социокультурные трансформации и социокультурная адаптация имеют свои пределы» [8, с. 17].

Культура не статична. Она непрерывно меняется, так как люди разных культур постоянно взаимодействуют друг с другом. Эти взаимодействия оказывают временное или постоянное воздействие как на «инициаторов», так и на «цели» таких контактов. Они облегчаются различными процессами, которые со временем «менялись от экономических до социальных, политических и религиозных причин, облегчаются транспортом, коммуникацией и подкрепляются технологией» [84, с. 21]. Глобализация ускоряет взаимодействие культур и облегчает передачу ценностей от одной группы к другой. Глобализация определяется как «расширение, углубление и ускорение общемировой взаимосвязанности во всех аспектах современной общественной жизни – от культурного до криминального, от финансового до духовного» [78, с. 40], а в недавнем прошлом стремительно ускорила.

С глобализацией связаны три основные школы мышления: гиперглобалисты, скептики и трансформисты.

Гиперглобалисты, или «глобальные оптимисты», считают, что глобализация является позитивным действием, потому что она характеризуется экономическим подъемом, высоким процветанием и распространением демократии.

Скептики нейтрально относятся к идее глобальной экономической интеграции. Они считают, что глобализация преувеличена и настаивают на том, что вместо глобализации мир переживает «регионализацию».

Трансформационная школа наиболее убедительна: глобализация, даже исходя из ее многочисленных определений, создает транснациональные, множественные групповые идентичности, которые проявляют характеристики глокализации, что представляет собой «адаптацию глобальных и международных продуктов к местным условиям, в которых они используются и продаются» [76, с. 31]. Одновременно эти идентичности выходят за пределы географии – их география глобальна – в то время как они не связаны временем и пространством.

Джон Томлинсон, британский социолог, предполагает, что «глобализация лежит в основе современной культуры; культурные практики лежат в основе глобализации» [84, с. 5]. Эта концептуализация рискует определить культуру и глоба-

лизацию в ассоциативных, параллельных терминах. Культура существует внутри определенных групп до того, как происходит сгущение социальных, политических и экономических взаимосвязей, но эти двухсторонние эффекты четко идентифицируются.

Дебаты о точном характере и последствиях культурной глобализации демонстрируют широкие расхождения. Некоторые рассматривают культурную глобализацию в терминах «гомогенизации мира под эгидой американской массовой культуры или Западного консьюмеризма в целом» [68, с. 89]. Это означает, что культуры теряют отличительные черты. Некоторые культуры также рассматриваются как не способные пережить натиск западного/американского консьюмеризма, чтобы адаптировать только те особенности и продукты, которые совместимы с культурами, или те, которые распространяют ценности таких культур.

Хотя существует значительное глобальное влияние американизма, он не всегда полностью принимается целевыми культурами. Трансформационисты описывают «смещение культур и народов как порождение культурных гибридов и новых глобальных культурных сетей» [84, с. 105].

Американский исследователь в области социокультурной глобализации Ян Пьетерсе предполагает, что в экономике глобализация характеризуется экономической интернализацией, глобализацией производства и глобальными финансами. Для международных отношений очевиден рост межгосударственных отношений и прогрессирование глобальной политики. Для культурологии основными индикаторами глобализации являются «глобальные коммуникации и Всемирная культурная стандартизация – “Кока-колонизация” и “макдональдизация”» [78, с. 69]. Этот подход рассматривает глобализацию в многомерных терминах, а не как один единый процесс с чистыми последствиями и результатами везде, где он встречается.

Другой британский социолог, Майк Фезерстоун, утверждает, что «могут возникать новые наборы "третьих культур", которые сами являются проводниками для всевозможных разнообразных культурных потоков» [63, с. 7]. Также культу-

ры охватывают и объединяют наиболее важные, утилитарные элементы глобальных культур, особенно те, которые связаны с технологически управляемыми процессами – транспортом и коммуникацией. В процессе коммуникации в рамках глобализированной культуры индивид может содержать в себе признаки «третьей, гибридной идентичности», используя особенности всех коллективных идентичностей и групповых членств, которые он приобрел в результате социально-политических, экономических и социокультурных процессов, таких как миграция, эмиграция, образование. Глобализация способствует формированию «особого типа конвергентного самосознания, для которого преобладающими являются: ценность свободы личности, самовыражения, возможность открыто высказывать собственное мнение» [63, с. 7].

Анализ тенденций и социокультурных изменений по всему миру позволил выявить наиболее действенные механизмы социокультурной глобализации: ее «агентами» выступают элитарная и массовая культуры. Этим «агентам» активно противостоит традиционная культура. Продукты, производимые элитарной культурой, зачастую имеют высоко специфичные качества, обладают универсальным, вненациональным характером своих социальных функций, что позволяет ей создать условия для формирования общечеловеческой культуры. Однако такая культура свойственна определенным социальным слоям, поэтому темпы ее распространения значительно медленнее, чем темпы развития массовой культуры, иногда определяемой как «мак мир».

Массовая культура – гораздо более удачный способ продвижения универсальной культурной модели, именно массовая культура диктует условия формирования транснациональной культуры. Она, в том числе, выступает инструментом для разрушения национальных традиций, а иногда она может стать механизмом культурной экспансии. Преимущества массовой культуры заключаются в том, что ее продукты потребляются повсеместно, они легко доступные, могут быть более дешевыми за счет масштабного производства. Имея повсеместное потребление, эта культура «нивелирует национальные особенности повседневной жизнедеятельно-

сти и создает культуру гомогенную, доступную всем и принимаемую всеми, претендующую на роль универсальной культуры эпохи глобализации» [66, с. 33].

Отсюда следует вывод о том, что глобализация – главный двигатель прогресса в современном мире. Государства, желающие не отставать от развития, охотно поддаются глобализационным процессам. Она сближает государства, и с помощью глобализации есть возможность передавать опыт друг другу, улучшая экономическое положение. Однако, с другой стороны, перенимание чьей-то модели развития чревато стиранием культурных особенностей, что может привести к единообразию и унификации. Результаты активного принятия глобализационных тенденций могут стать неблагоприятными, так как «процесс рекультуризации бывает жестким, антигуманным, оскорбляющим моральные устои» [45, с. 244].

На сегодняшний день культурам необходимо осознать серьезность проблемы социокультурной глобализации и уделить внимание сохранению идентичности и плюрализма культур. Век активных изменений культуры под воздействием глобализационных процессов позволяет каждой культуре осознать свои особенности и стремиться брать от глобализации только то, что позволит государству стать сильнее, при этом сохранив свою идентичность.

1.1 Феномен «американизации» как один из основных вызовов современного мира и механизмы его распространение

В период активных глобализационных процессов пристальное внимание необходимо уделить американизации – это «особый тип развития, связанный с появлением техногенных обществ, их последующей экспансией на остальной мир и изменением под их влиянием традиционных сообществ» [56, с. 34]. Российский ученый-культуролог, В. С. Степин, утверждает, что «данный тип цивилизации часто обозначают расплывчатым понятием “западная цивилизация”» [38, с. 18–19]. Кроме того, Степин указывает на то, что, «пройдя через этапы модернизации, некоторые из традиционных сообществ были поглощены техногенной цивилизацией» [38, с. 20]. На сегодняшний день существуют гибридные социокультурные

образования, которые содержат в себе заимствованные культурные элементы и национальные.

До начала Первой мировой войны в 1914 году американская общественность в целом считала, что постоянный поток приезжих из-за рубежа приносит стране силу и процветание. Именно в этот момент появилось такое понятие как «плавильный котёл» – модель этнического развития, которая широко пропагандировалась в американской культуре в XX веке.

В. Вильсон, президент Соединенных Штатов Америки в период Первой мировой войны, считал, что миссия США заключается в распространении принципов и идей демократии. Вильсон разработал программу внутренней политики под названием «новая демократия». Основные идеи заключали в себе три главных принципа: индивидуализм, свобода личности и свобода конкуренции.

Данная парадигма предполагала, что «формирование американской национальной идентичности должно было идти по формуле “сплавления”, “смешивания” всех народов, при этом речь шла как об их культурном, так и биологическом смешении» [44, с. 115].

А. Манн, американский исследователь, говорил, что «сама фраза “плавильный котел” стала национальным символом этого столетия» [54, с. 48]. Данный проект был создан для того, чтобы символизировать мощь американской демократии, благодаря которой люди со всех уголков Земли сливались в единое гармоничное общество. Однако после начала войны реакция американцев на враждебные действия европейцев привела к чёткому выявлению чужаков и «иностранцев» в их среде. Ассимиляция, как считалось, должна была быть достигнута преднамеренными, а иногда и насильственными средствами более ранних нативистских движений.

Возникшее движение за американизацию было в первую очередь программой образования, распространяемой через школы, предприятия, добровольные ассоциации (такие как «Юношеская христианская ассоциация»), библиотеки и гражданские бюро. Обучение иностранцев стало одной из важнейших форм патрио-

тического служения, особенно после вступления Соединенных Штатов в войну. Это движение также закрепилось в зарождающихся отраслях промышленности, которые хотели иметь рабочую силу иммигрантов, способную адаптироваться к стандартам массового производства.

Энтузиазм американизации сохранялся на протяжении всей Первой мировой войны и был продлен в послевоенный период. Однако постепенно интерес общественности к таким мерам уменьшился. Опасения военного времени утихли, и новое законодательство серьезно ограничило приток иммигрантов. Вскоре американизация стала не более чем неясной, но продолжающейся попыткой подготовить людей к натурализации, обучая их английскому языку, гражданскому праву и истории.

В послевоенный период происходит серьезная переоценка термина «американизация». Это связано с тем, что на фоне серьезно пострадавших от военных действий европейских стран и СССР, экономика США была в гораздо более выгодном положении и её восстановление прошло гораздо быстрее, что позволило нарастить мощь не только внутри страны, но и стать сверхдержавой. Именно в этот момент понятие «американизация» получило другую интерпретацию и приобрело скорее негативный характер.

Теперь об «американизации» стало принято говорить, как о «процессе постепенного изменения общественных отношений и культуры в сторону норм и образцов, принятых в Соединённых Штатах Америки» [30, с. 15]. Особенность данного процесса заключается в так называемом перенимании стиля жизни «по-американски», при этом специалисты говорят, что «происходит интеграция заимствованных черт в существующую систему и изменение ценностей, традиций, поведенческих и правовых нормы, а также отдельных социальных институтов» [30, с. 15–17]. Данное явление чаще всего протекает в одностороннем порядке, и с одной стороны поощряется заинтересованными лицами Соединённых Штатов, а с другой перенимается обществами по собственной инициативе.

После окончания холодной войны Дж. Курт, профессор Университета в Канзасе, в своей работе писал следующее: «американская мощь и присутствие распространились по всему свободному миру (особенно очевидно в Западной Европе, Северо-Восточной Азии, в Латинской Америке) – да и по всему миру. Но еще больше мощь и присутствие Америки распространились после окончания холодной войны» [72, с. 144–146].

В момент распада СССР произошло четкое разделение сфер влияния между двумя сверхдержавами. Именно в этот период ученые заметили изменения в американской политике. После Второй мировой войны начался период «*Rex Americana*» – период экономической и общественно-политической стабильности под эгидой США.

Именно в это время США закрепили за собой статус гегемона системы международных отношений. Распространение в мире своих социокультурных, политических, экономических образцов правительство Соединенных Штатов Америки осуществляло благодаря превосходящей военной силе, экономической и финансовой мощи, таким образом, «американизация из внутригосударственной программы по обучению иностранцев превратилась в неофициальную идеологию политической, а также деловой элиты США, которая позволила играть США определяющую роль мире и отождествляться с благами, которые несет новая эра» [72, с. 146].

Интенсивное развитие экономики внутри страны и на мировой арене постепенно приводило к тому, что опыт американской нации принял универсальный характер и стал распространяться по всему миру. Исход из этого, ученые говорят о том, что в XXI веке американизация приобрела глобальный характер.

Специалисты зачастую используют еще одно понятие – «американизация», который по большому счёту является синонимом понятия «вестернизации».

Изначально вестернизация, или американизация, обозначала такое явление, как «влияние “западных ценностей” на другие страны, как правило с уязвимой экономикой и политической системой, однако во второй половине XX века ис-

точник распространения западных образцов, насаждаемых или перенимаемых другими странами, изменился» [47, с. 40]. На сегодняшний день источником таких образцов выступают Соединенные Штаты Америки, которые сумели вытеснить страны Западной Европы, благодаря статусу мировой державы.

На становление США лидером Западного мира повлияла особенность развития данного государства, а именно отсутствие колониального опыта, которым обладал бывший гегемон, Британская Империя. За Америкой всегда числился статус «страны иммигрантов».

Всё это способствовало тому, что США сформировали особое, отличительное от других «американское видение мира»:

– «США считает себя страной, чьей целью является “сделать мир лучше”» [81, с. 50];

– «США сумели экономически обоснованную идеологию превратить в инструмент, который можно использовать для давления на страны мира и проводить изменения, которые отвечали бы интересам Соединенных Штатов» [82, с. 45–46].

Воспользовавшись репутацией страны, несущий опыт успешного развития политической и экономической системы, правительство США продельывает масштабные работы по распространению своих взглядов.

Так, США после окончания «холодной войны» принялись активно распространять идеи демократии «по-американски», так как американское правительство считало переход к демократии важным условием для регионального развития, стабильности и международной безопасности. Продвижение американской демократии направлено на то, чтобы побудить правительственные и неправительственные субъекты проводить политические реформы, которые в конечном итоге приведут к демократическому управлению. Усилия Америки по продвижению демократии обычно характеризуются стратегиями «сверху вниз» и «снизу вверх», которые также могут осуществляться одновременно.

Подход «сверху вниз» подразумевает давление на политические режимы стран. Цель таких действий – реформирование правящей системы, что может привести к

«вовлечению прямого участия американских военных в установлении демократического правительства» [62, с. 106].

Однако более удачным является подход «снизу вверх». США финансирует международные организации, которые способствуют укреплению основ для перехода к демократии. Такая стратегия предполагает техническую, политическую, помощь в организации выборов и другим общественным организациям, которые взаимодействуют с гражданами той или иной страны.

Многие специалисты критикуют способы, которыми Америка старается продвигать американский образец демократии в силу её неэффективного и непоследовательного характера и использования универсального подхода к разным политическим строям и особенностям стран. Помимо этого, ученые ставят в вину США то, что «продвижение демократии в США сопровождается большими издержками для США и значительным ущербом для целевых стран» [62, с. 108].

Более эффективным проникновением и влиянием на культуру других стран являются транснациональные корпорации. Современные критики ТНК утверждают, что «некоторые из таких компаний следуют модели эксплуатации и дифференцированного распределения богатства, устанавливая тем самым "колониальные условия", особенно в отношении корпораций, базирующихся в развитом мире, которые управляют предприятиями по добыче ресурсов в развивающемся мире» [59, с. 78–79].

Примером очевидного влияния американизации являются такие транснациональные компании, как Coca-Cola, Marlboro, Nike и др., которые превратились в материальные символы страны производства. Данная продукция имеет повсеместное распространение, а рост популярности подобных торговых марок напрямую зависит от степени их интеграции на мировой арене. Помимо этого, специалисты считают, что «общественное сознание может трансформироваться под воздействием притягательности "американского стиля жизни"» [1, с. 6].

Американизация – это исторически сравнительно молодое явление, и на данном этапе развития международных отношений оно имеет весьма неоднородный

характер. Ряд некоторых стран, особенно зависящих от внешней экономической помощи, в большей мере переняли американские стандарты, и их проявления можно проследить на всех уровнях развития. Другие же страны, имеющие бóльшую стабильность в культурной и экономической сферах, имеют возможность оставить нетронутыми фундаментальные традиции культуры, и лишь в некоторых сферах просматриваются признаки американизации.

Что касается темпа распространения американизации, то на него непосредственно оказывает влияние реакция разных стран на культурные изменения: в одних странах её ценности активно перенимаются, в то время как другие страны пытаются всячески избежать их и воспринимают в качестве угрозы для традиционных национальных ценностей.

Т. А. Шаклеина, российский политолог, считает, что идея распространения американской модели «как образца “самого свободного, самого просвещенного и самого могучего государства на земле”, носила наступательный, а часто и экспансионистский характер» [56, с. 85].

Распространение американизации происходит посредством культурной диффузии и культурного империализма.

Культурная диффузия является распространением культурных предметов, таких как идеи, стили, религия, технологии, языки, независимо от того, происходит это в пределах отдельная культура или более масштабно, от одной культуры к другой. Данный процесс включает в себя принятие черт доминирующей культуры до такой степени, что ассимилирующая группа становится социально неотличимой от других членов общества. Специалисты говорят о том, что культурная диффузия способна создать условия для появления транснациональной культуры, для которой «характерно схождение различных культур. Вследствие возможно стирание различий в образе жизни людей, принадлежащих разным культурам, образование единообразной системы ценностей, утрата языковых различий за счет распространения языка международного общения» [48, с. 218].

Арджун Аппадурай, американский социолог и философ, выделяет 5 типов направлений глобализации, которые, по его мнению, непосредственно оказывают влияние на трансформацию общества:

1. Формирование медиапространства, которое посредством СМИ, Интернета и современных средств связи оказывает влияние на общество.
2. Непосредственный контакт представителей разных культур, вследствие чего формируется этнопространство – туристы, иммигранты, иностранные студенты.
3. Идеопространство – продвижение политических идей и воззрений. Проявление такого типа глобального направления требует много времени, однако может вызвать радикальные настроения в обществе.
4. Пространство технологий – повсеместная популяризация определенных брендов. Такой тип направления характерен как для элитарных слоев общества – признак роскоши, так и для массового потребления в силу масштабных производств и доступной цены.
5. Финансовое пространство, иначе денежные потоки.

Влияние этих пространств на общественное сознание людей зависит от степени их распространения в массах. Для этого то или иное пространство подкрепляет свою репутацию рекламой, социальными сетями, через которые проще всего диктовать образы богатства и материализм западного общества, так как социальными сетями пользуется огромное количество людей. Существуют другие способы распространения информации и навязывания ценностей, к примеру, посредством фильмов, музыки и телевидения. Как правило, такие методы передачи информации могут быть адаптированы к локальным культурным контекстам с помощью дубляжа, слэнга и других локальных особенностей. Такой механизм способен оказывать наибольший эффект для распространения идей и образа мышления, так как под его влияние попадает большое количество людей по всему миру.

Культурный империализм, еще один механизм распространения американизации, подразумевает под собой «пропаганду национальной культуры и идеологии

определенного народа, которая используется в качестве инструмента для распространения политического влияния страны на мировой арене» [58, с. 80].

Н. А. Цветкова, специалист в области международных коммуникаций, утверждает, что «культурный империализм может рассматриваться как агрессивное расширение сфер влияния Соединенных Штатов для реализации своих экономических и политических интересов, как метод социального контроля над зарубежным обществом, как полная или частичная американизация, как объективный процесс глобализации и как фактор, вызывающий неприятие насаждаемой культуры у коренного населения» [52, с. 43].

В развивающихся странах американизация заметна по степени распространения и популярности крупных транснациональных компаний США, таких как Coca-Cola, Pepsi-Cola, Levi 's, Gap и т. д. Появившись на рынках данные бренды используют рекламные средства для распространения ценностей и образа жизни той культуры, с которой эти товары ассоциируются

Бенджамин Барбер, американский политолог и социолог, выступает сторонником распространения вестернизации в мире. В 1995 году Барбер в своем исследовании «Джихад против Мак-мира» акцентировал внимание на том, что «экономическое и технологическое развитие требует интеграции и единообразия, таким образом происходит гипнотизирование людей посредством популярной музыки, техники, еды – MTV, Apple, McDonald's – объединяя нации в одно гомогенное общество, связанные через коммуникации, информацию, развлечение и коммерцию» [60, с. 117–118].

Дж. Ритцер, профессор кафедры социологии Мэрилендского университета, считает, что «американизация является конкретизацией глобализации с включенными элементами американской национальной культуры» [80, с. 188].

Владислав Иноземцев в своей работе упоминает, что «процесс американизации не утверждает равенства и братства, а создает мир, управляемый из единого центра на основе единых принципов. Говоря о вестернизации, не приходится до-

казывать необходимость ее "регулирувания", так как изначально признается четкое различие между "ведущим" и "ведомым", центром и периферией» [14, с. 67].

Маркус Нолан, американский социолог, противник процессов американизации, говорит о том, что «Америка всегда рискует служить отрицательной матрицей, то есть быть новым отрицательным воплощением текущей стадии социокультурной и экономической модернизации и глобализации» [86, с. 33].

В силу того, что США после Второй мировой войны имели силу и авторитет на мировой арене, правительство Америки имело возможность предложить миру собственное видение развития мира, особенно в трудное послевоенное время для многих стран.

Рассматривая в глобализации единственный верный способ борьбы с глубочайшим мировым кризисом, правительство США считало, что «глобализационные процессы должны основываться на американских идеалах свободы и непоколебимой вере в оптимальный характер рыночного регулирования» [14, с. 67–68].

Однако, в ходе исполнения проекта «глобализация по-американски» обнаружились изъяны, вынуждавшие изменить стратегию. Во-первых, инвестирование иностранных капиталов в страны «третьего мира», которые были направлены на обеспечение их ускоренного экономического роста, бесспорно предполагало выгодное положение западных предпринимателей, учитывая различия, существующие между отдельными регионами мира. Уже только это свидетельствует о том, что декларируемое экономическое единство невозможно в условиях «начальник-исполнитель».

Во-вторых, активизацией инвестиций и крупным потоком товаров занимались частные компании и лица. Это означает, что государство в полной мере не может эффективно отслеживать деятельность и капиталовложения в страны «третьего мира», т. е. отсутствие механизмов эффективного регулирования инвестиций объективно увеличивало вероятность финансовых кризисов, расшатывая мировую экономику.

В-третьих, отсутствие рычагов политического воздействия на эти страны заставило США перейти к тактике избирательного и точечного вмешательства. В последствии, сложившаяся ситуация позволяет специалистам говорить о грабительском характере «новой глобализации» [14, с. 68].

Подводя итоги, стоит отметить, что понятие «американизация» расценивается мировым сообществом неоднозначно. С одной стороны, американизация может рассматриваться как вполне оправданное стремление «адаптировать иммигрантов к образу жизни США, чтобы предотвратить конфликты и преступность» [57], а с другой стороны она выполняет роль «инструмента для использования ресурсов и других возможностей стран и навязывания им свое мировоззрение и видение мира» [57].

Тем не менее, стоит отметить, что проникновение американизации на различные уровни жизни не означает, что культурные особенности стран будут полностью стираться. Проблема трансформации общественного сознания и необходимость сохранить локальные особенности привели к тому, что общество адаптирует универсальные американские тренды. Так, например, в сети ресторанов быстрого питания Макдоналдс в восточных странах вегетарианские блюда появились гораздо раньше, чем в США. Другим примером является адаптация телевизионных программ к местному законодательству и т. д.

Адаптация национальных культур к масштабному распространению американизации свидетельствует о том, что проблема изменения локальных ценностей и подмена их на «западные» вызывает негативный резонанс в обществе и растущее понимание необходимости сохранения идентичности.

Сталкиваясь с подобными вызовами, различные страны ощущают на себе не только позитивные, но и негативные проявления глобализации. Пытаясь найти наиболее адекватный ответ на эти вызовы, адаптироваться к ним, страны используют самые разные практики: опора на свой исторический опыт взаимодействия с цивилизацией Запада, выработка своей собственной культурной политики, в рам-

ках которой они пытаются продвигать во внешний мир свои собственные ценности.

Ярким примером взаимодействия с глобализационными тенденциями и попытки адаптации к социокультурным изменениям является Китай, который успел ощутить западное влияние, оценить ошибки в ведении внешней культурной политики и направить все силы на оптимизацию культурной сферы жизни китайской нации.

ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Предпосылки современной культурной политики Китая по большей части были сформированы в период провозглашения «политики реформ и открытости» Дэн Сяопином в 70-х годах XX века. Последняя четверть века ознаменована огромным успехом Китая не только в экономической, технологической, научной, культурной сфере, но также и в улучшении уровня жизни китайцев в целом. Дэн Сяопин создал такую политическую систему, которая позволила ему вывести самую многочисленную страну в мире из хаоса, нищеты и отсталости. Встав на путь глубокого реформирования страны, он дал начало эпохе устойчивого социально-экономического развития Китая, которая позволила стать стране второй крупнейшей экономикой в мире. Дэн Сяопин выдвинул стратегию «социалистической модернизации с китайской спецификой» [9, с. 11], тем самым провозгласив открытость внешнему миру.

2.1 Формирование современной модели культурного развития в период «политики реформ и открытости» Дэн Сяопина

После событий культурной революции (1966–1976 гг.) в КНР существовала политическая раздробленность всего общества, государство пребывало в экономическом, и культурном упадке.

В этот момент культурная жизнь пребывала в тяжелом кризисе. КПК за десятилетний период революции постепенно закрыла культурные организации, включая библиотеки, музеи, книжные магазины, газетные и литературно-художественные издательства. Кроме того, было распоряжение уничтожить памятники культуры, которые тем или иным образом рассматривались как инструмент подрыва авторитета партии.

Существовавшие мировые и китайские достижения культуры подвергались цензуре. Уничтожались рукописные материалы, а руководство страны призывало действовать, следуя методам Цинь Шихуанди – «жечь книги и закапывать живьем конфуцианцев» [37, с. 127–128]. Так проходила борьба с буржуазной культу-

рой, к которой было отнесено почти всё наследие китайской и мировой литературной классики. Главной задачей было создание некоего «совершенно нового, пролетарского искусства, на деле, служившего укреплению культа Мао Цзэдуна, а единственным творческим методом признавалось сочетание революционного романтизма с революционным реализмом» [37, с. 128].

В этот период до печати допускались в основном единичные рассказы авторов, чьи имена были неизвестны массам, т. е. авторами выступали рабочие, крестьяне и солдаты. Как правило основным смыслом их сочинений было восхваление автора культурной революции – Мао Цзэдуна, и выступали как пропагандисты его идеологии.

Такая же проблема коснулась и китайских театров, в тот момент, когда традиционные постановки были подвергнуты осуждению и объявлены вредными для народа. Допускалось только те постановки, которые считались «образцовыми революционными спектаклями» [9, с. 99–100]. Примером является «Захват хитростью горы Вэйхушань», которая повествует о великом походе НОАК на север, «Налет на полк Белого тигра» рассказывающий о разведчике, который ликвидировал банду гоминьдановцев, а также балет «Седая девушка», который является интерпретированной народной легендой, и т. д. Постановки другого содержания считались опасными и недопустимыми, а авторов подобного искусства преследовали и даже наказывали.

Изобразительное искусство точно так же подверглось жесточайшей цензуре. Правительством подавлялись любые проявления творчества, которые шли вразрез с революционной линией Мао Цзэдуна. В официальных печатных изданиях подавляющее большинство художников того времени обвиняли в том, что они стремятся нарушить коммунистическую систему и призывали к установлению капитализма.

Вся китайская культура в течение долгих лет пребывала в условиях самоизоляции. Ситуация была усугублена дискредитацией и гонениям интеллигенции. Создание «новой, революционной культуры» было поручено народным массам,

которые добровольно следовали всем требованиям руководства, чтобы избежать наказания за творчество. В добавок к этому, пролетариат лучше всего подходил на роль «строителя» новой культуры, так как у него не было возможности распространять буржуазные и западные взгляды. В Китае наблюдалась идеологизация и примитивизация духовной жизни.

Таким образом, результатом культурной революции стал глубочайший кризис культурной сферы. Примечательно ко всему то, что само Министерство культуры было упразднено за ненужностью, ведь всё, что происходило в этой сфере, контролировалось самой партией, функцию цензоров выполняли «цзаофани – участники рабочих организаций, и специальными подразделениями НОАК по вопросам культуры» [41, с. 140].

Китайский народ остро ощущал вред, причиненный культурной революцией Мао Цзэдуна, однако выражать сомнения, а тем более недовольство по поводу результатов десятилетней революции было под жестким запретом. Противниками этого события оказались даже приближенные китайского правителя. Открыто осуждали кампании Мао Цзэдуна премьер-министр Чжоу Эньлай и вице-премьер Дэн Сяопин.

Дэн Сяопин был ярким противником событий культурной революции и не скрывал своё пренебрежение к действиям председателя КПК. Такое вызывающее поведение возмущало его сторонников, так как те, кто занимал высокие должности при КПК и были непосредственно участниками культурной революции, не желали терять завоеванные позиции. Более того, они стремились к еще большему ужесточению политики.

После смерти Мао 9 сентября 1976 года Дэн постепенно стал фактическим лидером Китая. Свое правление он начал с открытой критики культурной революции. В 1977 году Дэн Сяопин запустил период, который был назван «Пекинская весна». Она позволила людям открыто выражать недовольство и критиковать все те страдания, которые они пережили за эти долгие годы.

С этого начались кардинальные изменения в политической системе Китая, а вместе с этим была произведена переоценка роли и достижений культурного наследия Китая. Дэн Сяопин и обновленное руководство КНР направило все силы на устранение разрыва между культурой и политикой, произошедшего за все время правления Мао, «когда историческое прошлое произвольно искажалось в угоду политическим установкам» [42, с. 747]. С этого момента культуре предстояло стать дополнительным импульсом, толчком в реформировании страны и подъеме китайской нации.

Со сменой власти пришло и новое отношение к китайской классике. Газетные публикации призывали людей к изучению национальной истории не через призму маоистской идеологии, а с верным толкованием событий древности. Проводились большие работы по «реабилитации» исторических личностей. Большое внимание уделили новой оценке личности Конфуция. Его учение вновь были признаны великими. Помимо этого, происходило возрождение легизма, философской школы периода Чжэньцзянь.

Со сменой власти, а именно с приходом Дэн Сяопина, «когда были подведены горькие итоги культурной революции, а ее установки признаны ошибочными, в КНР стал проводиться новый этап культурного развития, который начался с синхронизации материального и духовного роста» [42, с. 750]. Немалые усилия были брошены на то, чтобы власти полностью отказались от отрицания заслуг и наследия традиционной культуры. Немаловажен тот факт, что была постепенно изменена политика касательно интеллигенции и деятелей искусства, находившихся в преследовании.

Для того, чтобы создать благоприятные условия для реформ в экономической и культурной сфере, новое руководство было вынуждено начать с полного преобразования идеологического и политического вектора развития страны. Главным условием для изменений в сторону преобразований было публичное заявление о пересмотре отношений к интеллигенции. Вскоре «в Конституцию КНР 1978 года вошла статья 14, включающая лозунг «пусть расцветают сто цветов,

пусть соперничают сто школ», направленная на привлечение к сотрудничеству интеллигенции с разной идеологической ориентацией» [43, с. 32]. Этот документ говорил о постепенном развитии «дела просвещения и повышения культурного уровня народа» [43, с. 32–33]. Более того, новая Конституция КНР содержала положения о предоставлении свободы научным деятелям, литераторам, художникам и другим деятелям культуры. Подчеркивалось также то, что отныне государство поощряет творчество граждан. Эти действия неоспоримо свидетельствуют о том, что новое правительство понимало, насколько важна культура в развитии и модернизации нации, и что экономические реформы не будут успешны без идейных преобразований.

Конец 70-х годов XX стал переломным в культурной сфере Китая. Новелла «Классный руководитель» китайского писателя Лю Синью символизировала начало «новой весны» в литературном творчестве. В данном рассказе автор критикует «культурную революцию» и идеи Мао Цзэдуна. Кроме того, работы многих китайских литераторов и деятелей киноиндустрии получили мировое признание.

Несмотря на то, что традиционная культура Китая была полностью реабилитирована новым правительством, происходящие в тот период реформы экономической системы требовали новых подходов к развитию культуры. Таким образом, в декабре 1978 года в Пекине, на III пленуме ЦК КПК XI созыва произошел решающий момент для КПК и всего китайского народа – была официально объявлена эпоха «политики реформ и открытости», которая провозглашала модернизацию социалистического строя Китая. С этого момента начались масштабные изменения в экономической, политической и культурной системах. В центр модернизаций ставилось экономическое строительство, а главным условием для реформирования культурной системы было «воссоздание» тех культурных условий, которые существовали до событий культурной революции.

В ходе 2-го пленума ЦК КПК в октябре 1983 г. руководство приняло «Решение ЦК КПК относительно упорядочения в партии» [32]. На нем Дэн Сяопин выразил мнение о «духовном загрязнении», критикуя и характеризуя его как «рас-

пространение всяческих гнилых, упаднических взглядов буржуазии и других эксплуататорских классов, подогревание настроений недоверия к делу социализма и коммунизма, к руководству компартии» [12]. Его недовольство было направлено на деятелей искусства, которые «увлекаются написанием тусклых, серых вещей», «фальсифицируют и искажают историю революции, реальную жизнь» и «усиленно рекламируют идейное течение западного модернизма» [12] и т. д.

Новая кампания КПК по борьбе с так называемым «духовным загрязнением» и литературной стагнацией вызвала неоднозначную реакцию у представителей интеллигенции. Они вновь почувствовали давление со стороны представителей власти.

Однако волнения не имели продолжительного характера. Руководство страны осознавало необходимость смягчения требований и критики деятелей искусства, ведь это могло препятствовать налаживанию отношений между правительством и интеллигенции. Было ясно, что новая политика внешнеэкономической открытости предполагала те явления, которые Дэн Сяопин обозначил как проявление «духовного загрязнения». Фундаментальными чертами рыночной экономики являются спрос и предложение, свобода конкуренции, таким образом её развитие не могло происходить в условиях запрета деятелям искусства действовать по законам рынка. В таких условиях они вынуждены создавать такой культурный продукт, за который будут готовы заплатить потребители.

Существующие противоречия объяснялись всё ещё слабым сотрудничеством и низким уровнем доверия между правящей властью и интеллигенцией. Данный вопрос был вынесен к обсуждению в 1984 году на съезде Союза китайских писателей. Главными темами были обсуждения «оценки роли интеллигенции в обществе, проблема изоляции сторонников левачества, а также был выдвинут тезис «свободы творчества», послуживший стимулом дальнейшего развития литературно-художественного творчества в Китае» [67, с. 75]. На съезде секретарь ЦК Ху Цили утверждал о том, что нужно предоставить свободу творчества писателям, и её «необходимо твердо гарантировать» [51].

Подобные вопросы широко обсуждались и среди драматургов, кинематографистов, деятелей изобразительного искусства. Сама новость о том, что теперь интеллигенции позволялось «свободно высказывать свое мнение, обмениваться взглядами, безбоязненно искать пути решения своих проблем» [42, с. 224] заметно оживило культурную среду. Такие сдвиги к достижению доверия играло большую роль для создания благоприятных условий для становления, развития и принятия руководством страны свободного творчества.

Однако интеллигенция скептически относилась к свободе, которая была им предоставлена. Писатели, художники и другие деятели искусства задавались вопросом о лимите своих действий, боясь преследования за выражение своих мыслей. Секретарь Ху Цили призывал деятелей искусства помнить о социальной ответственности. Для этого было необходимо понять интересы народа в данный период времени, период масштабных изменений во всех сферах жизни китайского народа. Он был убежден, что только так «можно было создать атмосферу настоящего свободного творчества» [36, с. 103–104].

Л. Делюсин, российский китаист, отмечал: «как в правящей партии, так и в обществе КНР существовали разные мнения относительно целей и методов проведения преобразований в стране» [10, с.50]. Так оно и было в действительности. В ходе реформирования культурной системы Китая возник ряд вопросов о степени её преобразования. Всеми был признан тот факт, что модернизация страны должна распространиться на материальную и духовную сферы, однако мнения правительства разделились: одни говорили о том, что «разнообразные пережитки традиционной культуры препятствуют реформам» [10, с. 52], а другие – «Китай может утратить культурное своеобразие, если не сохранит традиции» [10, с. 54–55].

Специалистов волновало отождествление процессов модернизации с набирающей силу вестернизацией культуры в ходе политики внешнеэкономической открытости. Те, кто придерживался первой точки зрения, утверждали, что консерватизм, свойственный традиционной культуре Китая, негативно повлияет на

культурное развитие в современных условиях. В свое время сторонники традиционного подхода к культуре Китая настаивали на том, что нравственность, идеология и гуманные качества человека, которые провозглашает традиционная культура, станут сильной чертой китайской культуры, с помощью которой она противостоит проблеме утраты культурных особенностей и способствует скорейшему укреплению статуса китайской национальной культуры в мировом обществе.

Благоприятные условия для углубления реформ культурной системы были созданы вследствие установления курса развития и строительства нового государственного устройства – «социалистической рыночной экономики». 1996 год считается началом поиска новых путей и вариантов развития культурно сферы. За 20-ти летний период модернизации Китай пережил «переход от пассивных, вынужденных реформ в активные, и произошел переход от основных моделей реформ экономической системы к выработке приемов модернизации собственно культурной системы» [49].

Всекитайский съезд кинематографистов, который проводился в марте 1996 года, в истории реформирования культуры Китая считается началом кардинальных изменений в управлении и развитии киноиндустрии. В результате Госсоветом Китая были опубликованы «Правила управления кино», которые «легли в основу комплексной законодательной системы, включающей уставы всех типов и нормативные документы» [29].

Что касается литературы, художественного и исполнительного искусства, то основной целью их развития было – «строительство жизнеспособной социалистической системы литературы, художественного и исполнительного искусства, действующей по внутренним законам развития литературы и искусства, играющей активную роль в рыночных механизмах» [29].

Серьезные преобразования в ходе реформ претерпели новостные издания, радиослужбы и телевидение. В 2000 году Министерством культуры Китая был опубликован документ «Некоторые соображения относительно углубления ре-

форм в кино-отрасли» [26], который давал подробное описание политики по отношению к телевидению, радио и другим источникам информации. Ключевыми пунктами было: «во-первых, подчеркивание того, что необходимо выработать стандарт создания кино-корпораций. Во-вторых, вся кино-отрасль в экспериментальном порядке переводится на акционерную форму собственности с регулированием структуры имущественных прав. В-третьих, создается механизм проката фильмов на основе сетей кинотеатров. В-четвертых, проводится урегулирование политики проката импортируемых фильмов» [26].

Результатом реформирования различных культурных сфер стало увеличение роста и количества индустриальных корпораций. Для отслеживания тенденций в развитии культурной индустрии в 1999 году Департамент финансового управления создал группу, в которую входили исследователи для изучения статистических данных. Это положило начало серьезному становлению и укреплению культуры, механизмы управления которой совершенствовались и отвечали запросам общества в данный период времени.

XVI съезд ЦК КПК (15 ноября 2002 г.) стал еще одним важным событием на пути реформирования Китая. Цзян Цзэминь выступил с докладом, в котором подробно озвучил «цели, значение, основные задачи и ключевые мероприятия по проведению реформ в китайской культурной системе» [11].

Доклад акцентировал внимание на важности и роли культурного строительства, выдвигал новые требования к направлению развития культурной системы. Однако основной упор был сделан на необходимость продолжать углубление реформирования культурной системы.

Основной задачей продолжения реформирования культуры было продвижение культурных инноваций и появление «элитной культурной продукции», а для этого требовалось увеличение числа высококвалифицированных кадров. В рамках программы «одной рукой держаться за процветание, а другой рукой за управление» подразумевалось оздоровление системы культурного рынка, совершенство-

вание механизмов управления культурным рынком, создание благоприятной социальной среды для «процветания культуры социализма» [9, с. 147].

Новые механизмы управления и развития культуры сумели преобразовать эту сферу всего за пять лет. С 1998 по 2003 гг. «700 бедным уездам в 22 провинциях, районах и городах была выделена помощь, также было построено 201 культурный центр уездного уровня, 1525 учреждений, пропагандирующих культуру в деревнях, 100 сельских клубов» [39].

Реформирование культурной системы Китая не планировалось останавливать после масштабного преобразования культуры внутри страны. Для успешного проведения политики в культурной сфере стояла необходимость создать благоприятные условия для того, чтобы культура развивалась, опираясь как на национальные традиции, так и на достижения и прорывы зарубежных культур. Для этого необходимо было усовершенствовать управление культурным рынком и внешне-экономические связи.

Учитывая новые тенденции мирового развития в XXI веке, назрела необходимость усовершенствовать подход к реформированию Китая. Таким образом, в 2006 году КПК совместно с Госсоветом издали «Программу плана развития культуры страны на XI пятилетку» [31].

Этот документ стал основой для согласованного развития культуры и экономики, «социализма и гармоничного общества, и главным документом по строительству передовой культуры в историческом процессе великого возрождения китайской нации, а также повышению реальной силы и конкурентоспособности китайской культуры» [31].

Для реализации данной программы было необходимо создание объектов культуры, которые отвечали бы жизненно важным интересам народа в тот период: в каждом населенном пункте были созданы учреждения теле- и радиокommunikации, культурные центры и государственные учреждения, которые занимались распространением информации о развитии и достижениях культуры.

Помимо вышеперечисленных задач, был предусмотрен ряд мероприятий для развития многообразных форм частной собственности, которые способствовали бы совершенствованию культурной рыночной системе. Упор делался на то, что следует создать открытую культурную структуру, в основе которой будет лежать традиционные ценности, но которая будет способна принимать положительные элементы из других культур [34]. Такой подход подразумевал непосредственное развитие культуры Китая, а также распространение её в мире.

По мере того, как происходило углубление реформ культурной системы, реализации ряда последовательных шагов по реформе, высвобождались культурно-производительные силы, повышалась международная конкурентоспособность китайских культурных продуктов. Для руководства страны приоритетной задачей реформы культурной системы являлась реконструкция государственных субъектов культурного рынка.

Об успешности проведения культурных реформ в Китае в конце XX века свидетельствует тот факт, что культурная политика стала одной из приоритетных в деятельности КПК. За период активных изменений с конца XX века до начала XXI века прослеживается активная модернизация управления культуры, а самое главное установление отношений между государственными управляющими и культурными предприятиями осуществлялось по принципу «отделения государства и дела культуры» и «управление в соответствии с законом» [40, с. 23].

Подводя итоги вышеизложенного, следует сказать о том, что политика модернизации культурной системы и её управления тесно связаны с направленностью КНР в сторону рыночной экономики.

На рубеже XX–XXI вв. были четко сформулированы цели и задачи проведения реформ в культурной сфере. В результате «была создана и продолжала совершенствоваться система государственного управления культурой, а также внедрялись новые механизмы функционирования культурно-хозяйственных учреждений, трансформировались культурные объекты из учреждений в предприятия,

при управлении культурой реализовывался принцип коммерциализации» [42, с. 113].

Говоря иначе, успех китайских реформ во многом обусловлен признанием того, что экономическое развитие и конкурентоспособность страны в мировом масштабе не может протекать без реформирования культурной системы и идеологической политики.

На сегодняшний день можно отметить, что за четверть века произошел переход от отрицания и гонения традиционной культуры к пониманию её роли и места в развитии экономики Китая. Вместе с этим возникла необходимость развивать и распространять национальную культуру за пределами страны.

Учитывая рыночную направленность Китая, правительство КНР не может оставить без внимания основную тенденцию развития мировой экономической системы, а именно тенденцию активной глобализации. Процессы интеграции и тесное общение государств способствуют прямому взаимодействию не только экономик, но также культур.

Глобализация повлияла не только на международное распространение национальной культуры Китая, но также способствовало тому, что элементы культур других стран проникли в Китай и оказали влияние на современную культурную систему КНР.

Таким образом, национальная культура в период активно распространяющихся глобализационных тенденций вынуждена изменить вектор развития.

2.2 Культурная политика Китая в контексте глобализации

Стремительная модернизация, которая охватила китайскую экономику в конце XX – начале XXI в. сумела выдвинуть Китай в тройку лидеров в рейтинге мировых экономик, а именно – на второе место, уступая только экономике США. Ускоренное развитие экономики привело к ускоренным переменам во всех сферах жизни китайского общества.

На ранних этапах распространения глобализационных процессов китайские специалисты вели дискуссию о том, возможно ли допустить такую ситуацию, ко-

гда глобализация диктовалась бы из одного центра, или же она должна происходить равномерно и повсеместно, без смещения в пользу какой-либо страны или региона.

Размышления по этому поводу не прекращаются до сих пор, и политика председателя КНР Си Цзиньпина сформулирована таким образом: «Нужно четко понимать, что исторические традиции, культурные особенности, накопленные в течение продолжительного периода времени, основная государственная специфика каждой страны и нации – все это формировалось по-разному, и каждый из этих путей развития обязательно имеет свои особенности» [6, с. 110].

Как известно, глобализация, вызванная стремительным развитием ИКТ (информационно-коммуникационных технологий), становится неизбежной тенденцией в современном мире. Китайское правительство и общество не может игнорировать мировые тенденции и в целом положительно относится к переменам, которые предполагают процессы глобализации.

По мере того, как культура Китая постепенно восстановилась после полного разрушения в период культурной революции, китайское правительство приняло решение активно включаться в процесс глобализации. Говоря о культуре в контексте глобализации, нельзя пренебрегать тем фактом, что в интересах Китая распространить свою идеологию за пределами страны.

Китайское понимание культурной интеграции значительно расходится с пониманием западных стран, чей вариант распространения идеологии может приобрести деструктивный характер. Специалисты, говоря о культурной глобализации, используют такие выражения, как «культурная экспансия Западом», «культурный гегемон» и т. д. Таким образом, подходы двух цивилизаций к культурной системе в корне отличаются друг от друга. В центре западной идеологии стоит понятие «индивидуализм», в то время как в центре китайской идеологии – «человек как основа». В результате «произошло содержательное наполнение понимания теории и практики культурной интеграции с «китайской спецификой», которая не пред-

полагает распространение политической идеологии и соответствующую ориентацию внешней политики с силовым навязыванием ценностей» [22, с. 21–22].

Говоря о внешней политике Китая, распространенным является использование понятия «публичная дипломатия», целью которой является реабилитация авторитета и образа государства для мирового сообщества. Руководство поддерживает принципы «публичной дипломатии с китайской спецификой и нацеленности не только на иностранных реципиентов, но и на граждан своей страны» [16, с. 44].

Помимо «публичной дипломатии», современные приоритеты Китая в период глобализации содержат в себе и культурную дипломатию, цели которой заключаются в обеспечении безопасности для национальной культуры, и создание условий для того, чтобы международные культурные связи стали составной частью внешней политики.

Китайские исследователи говорят о том, что «посредством культурной дипломатии страна должна отстаивать идею «гармонизации мирового культурного взаимодействия» с целью обеспечения равных возможностей для всех субъектов такого взаимодействия» [17, с. 28–29]. Здесь говорится о творческом и конструктивном характере осмысления достижений других цивилизаций и культур, о необходимости поддерживать и поощрять культурное разнообразие мира.

Для реализации избранной стратегии, Китаю требуется «постоянно улучшать свой государственный имидж посредством использования культурных инструментов, содействуя повышению государственного престижа и снимая необоснованные опасения относительно "китайской угрозы"» [17, с. 29]. 29 сентября 2014 года министр культуры КНР Цай У заявила о том, что «страна должна повысить уровень культурной силы для того, чтобы доминировать в глобальном соревновании по ее использованию» [55, с. 42].

Компромисс между государством и рынком отражает идеологическое противоречие между политическим догматизмом и экономическим прагматизмом [19, с. 99–100]. Опять же, это противоречие имеет последствия для культурного секто-

ра, так как оно породило асимметричное развитие культурных и материальных ценностей в культурном производстве.

Отличительной чертой культурных продуктов является содержание как материальных, так и культурных ценностей. Успешные культурные производства обычно принимают во внимание обе ценности, поскольку они взаимно дополняют друг друга, другими словами «культурный продукт без материальной ценности не является товаром, а культурный продукт без культурной ценности не может считаться «культурным» товаром» [7, с. 44]. Тем не менее, культурная индустрия в Китае борется за создание культурных ценностей, в то же время специалисты в области культуры поощряются к увеличению своей экономической продукции. Эта ситуация является прямым результатом двойного толчка к экономическому прагматизму и политическому догматизму.

Иными словами, несмотря на то, что предпринимаются большие усилия по увеличению коммерциализации отрасли, в то же время китайское правительство продолжает жестко контролировать этот сектор. Экономический прагматизм и политический догматизм в настоящее время играют значительную роль в китайском обществе, причем как с положительными, так и с отрицательными последствиями. С положительной стороны, экономический прагматизм правительства в значительной степени стимулировал культурную индустрию, измеряемую в экономическом производстве и доходах.

Будучи убежденным в важности государственного вмешательства, китайское правительство использует высоко централизованную правительственную модель и контролирует культурные отрасли через различные административные органы. Наиболее значимым административным органом является Министерство культуры, которое в основном осуществляет надзор за общекультурной деятельностью.

Связывая свою культурную политику с конечной целью построения гармоничного общества, китайское правительство определило свою культурную политику внутри страны и за её пределами. Внутри страны китайское правительство стремится развивать внутренний культурный рынок и культурные индустрии. В

докладе на 17-м Национальном конгрессе Коммунистической партии Китая и Докладе о работе правительства за 2009 год руководство КПК уделяет особое внимание «адаптации культурных и творческих индустрий к специфике внутреннего рынка и к конкретной "местной культуре"» [28, с. 60]. Для того, чтобы модернизировать свои национальные бренды, китайское правительство поощряет банковскую деятельность сектор финансирования отечественных культурных индустрий. Он также приветствует прямые иностранные инвестиции в культурные отрасли, но, конечно, только исходя из того, что эти иностранные акционеры и инвестиции адаптируются к конкретным особенностям Китая.

С 1980-х годов, с началом модернизаций и открытости, китайская литература столкнулась с потрясением и влиянием мировых литературных течений, что послужило толчком для развития современной литературы. Главным признаком изменений является то, что современная китайская литература перешла от «замкнутого» к «открытому», от «одионого» к «разнообразному», от «узкого» к «широкому», а уникальность уступает место обыденности. Реализм по-прежнему остается основным направлением современной китайской литературы, но за пределами реализма появляются различные художественные исследования и эксперименты, которые привели к тому, что реализм в современном Китае был более чем беспроигрышным художественным ландшафтом.

Знаковыми произведениями в китайской культуре стали две работы, которые впервые заговорили о том, что раньше было под запретом, либо не было актуальным для читателя.

Одной из них является роман «Переулоч Цзилин», написанный шанхайской писательницей Инь Хуэйфэнь в 2000 году, а другой – фильм Фэн Сяогана «Будь там или сам дурак!» 1999 года. Эти два произведения раскрывают глубокие изменения в повседневной жизни китайского народа, вызванные глобализацией, и подразумевают, что глобализация уже стала неотвратимой судьбой для Китая.

Произведение Инь Хуэйфэнь «Переулоч Цзилин» рассказывает о том, как у китайской девушки завязывается общение с американцем в Интернете, и насколько

ко похожими оказываются на первый взгляд совершенно разные люди, с разными ценностями и культурой. Вместе они узнавали друг друга, делились особенностями своей жизни, а также проводили досуг вместе, смотря голливудские и китайские фильмы, обмениваясь книгами и т. д.

Как говорила сама писательница о своем произведении, основной идеей была попытка показать китайскому читателю то, что «китайский человек гораздо ближе к людям других культур, чем они думают, и возможность общения с людьми из другого для нас мира – лучший способ узнать, что там происходит и чему этот чужой мир может научить нас» [90].

Здесь Интернет дает недоступный ранее опыт и новый вид жизни и общения. Этот роман описывает условия жизни Шанхайского переулка, в котором жила главная героиня. Однако, он, несомненно, уже охвачен волной глобализации, поскольку он разделяет время и пространство с Соединенными Штатами посредством виртуальных отношений. Инь Хуэйфэнь проницательно описала такую глобализацию, которая может объединять людей-противоположностей, с разными идеологиями и взглядами на жизнь.

Другой пример – фильм «Будь там или сам дурак!» Фэна Сяогана, выпущенный в январе 1999 года как «новогодний праздничный фильм» – жанр популярный в Пекине. Действие происходит непосредственно в США, город Лос-Анджелес. В этом фильме подчеркивается не столько экзотика чужой страны, сколько эмоциональный опыт молодой китайской пары. В этой картине нет чувства тревоги и неопределенности, как это было представлено в китайской телевизионной драме 1992 года «Пекинский человек в Нью-Йорке», которая изображала Соединенные Штаты как недостижимый воображаемый миф. В противоположность этому, «Будь там или сам дурак!» пытается детализировать изображение США, которые оказываются ничем иным, как просто другим местом. Этот фильм демонстрирует то, что китайская массовая культура больше не считает Соединенные Штаты загадочными, как это было несколькими годами ранее. Открытость глобализации углубляет китайское понимание и заинтересованность в другом об-

разе жизни как никогда раньше.

Можно сказать, что в данных произведениях Соединенные Штаты «лишены мистификации», и культурный шок, вызванный перемещением в пространстве, давно утратил свою прежнюю силу. Такие явления иллюстрируют идею о «детерриториализации, которая в корне меняет китайскую привычку противостоять миру и отрицать другие культурные системы» [23, с. 41].

С начала XXI века китайские ученые изучали тенденции развития и направления культуры в современных условиях. Результатом исследований была разработка стратегии развития и интегрирования китайской культуры, содержащей в себе четыре согласованных направления:

1) «Создание системы стержневых социалистических ценностей, увеличение притягательных и цементирующих сил социалистической идеологии» [20, с. 76];

2) «Формирование гармоничной культуры, возвращение в новых поколениях цивилизованных нравов» [20, с. 76];

3) «Широкое распространение национальной культуры, строительство общего духовного очага китайской нации» [20, с. 76];

4) «Продвижение новаторства в культуре, усиление жизненной силы развития культуры» [20, с. 76].

Одним из инструментов развития и распространения национальной культуры и ценностей являются международные выставки. Выставочная деятельность в современном мире играет важную роль для мировой экономики и определяет вектор развития международного сотрудничества. С начала XXI века Китай активно принимает участие в различных международных выставках, конференциях и других событиях, демонстрируя отечественные новинки, технологии и достижения в той или иной отрасли. Помимо этого, «участие в выставках позволяет Китаю изучать зарубежные образцы товаров и услуг» [33, с. 154].

Одним из наиболее ярких и популярных событий является World Expo – это крупнейшая международная выставка, выступающая символом индустриализации и демонстрирующая социальные, экономические, культурные, научные и техно-

логические достижения человечества. История выставки берёт свое начало в 1851 году.

В 2001 году Шанхайская библиотека начала исследовать и собирать исторические данные об участии Китая в World Expo. Записи, собранные в ходе исследовательского процесса, свидетельствовали о том, что участие Китая в данном мероприятии началось в 1982 году, которое проходило в городе Ноксвилл, США.

В 1984 году в Нью-Орегоне, штат Луизиана, США, была проведена Всемирная выставка под названием «Мировые реки и пресная вода – источник жизни». Во время выставки в Китайском зале были представлены «фотографии, репродукции и модели древних и современных проектов по сохранению воды, а также продукты легкой промышленности, текстильные изделия и культурные реликвии, включая экспонаты древности, принадлежавшие династии Цинь» [89].

30 апреля 1988 года в Брисбене, Австралия, открылась выставка World Expo, посвященная теме «Досуг в век технологий». Фильм китайских кинематографов под названием «Краткое введение в Китай» был показан в китайском зале и был принят с большим успехом. Участники выставки были удостоены пяти звезд и награды лучшего выставочного зала. Это была высшая награда, присуждаемая Китаю с момента его участия во Всемирной выставке Экспо.

В 1993 году в Тэджоне, Корея, была проведена Всемирная выставка под названием «Вызов нового пути развития». В Зале Китая были представлены древняя и современная китайская аэрокосмическая наука и техника, а также традиционные культурные и национальные изделия ручной работы и другие. Зал вошел в пятерку лучших выставочных залов.

В период с 1997 года по настоящее время Китай активно принимает участие в Международных выставках, распространяя идеи, инновации и ценности китайской нации.

Первая крупная международная выставка, проходящая на территории Китая, была Ярмарка садового искусства мира в 1999 году в городе Куньмин. Участие в выставке приняло «95 стран, а также около 10 миллионов посетителей, а девиз

выставки был: «Человек и природа – вступая в 21 век» [55, с. 42]. После закрытия мероприятия руководство страны приняло решение превратить это место в национальное достояние и сейчас на территории ярмарки расположен городской парк. Стоит отметить, что в парке сохранилась большая часть павильонов и экспонатов стран-участниц.

Особое внимание стоит уделить Всемирной выставке 2010 года, проходившей в Шанхае. Экспо-2010 – одна из крупнейших мировых выставок, которые когда-либо проводилась. Кроме этого, она является наиболее посещаемой из всех подобных мероприятий. В выставке приняло участие более 190 стран, а посетило выставку свыше 73 миллионов человек. Для Китая это была первая в истории универсальная выставка.

Темой, выбранной организаторами мероприятия, была «Лучший город, лучшая жизнь». Ключевое внимание уделялось все более важной роли урбанизации в XXI веке. Были рассмотрены различные аспекты городской жизни, а также влияние культурных ценностей на урбанизацию. Участники выставки демонстрировали различные инновации в таких областях, как жилье, наука и технологии, культурные тенденции для улучшения городской жизни и качества окружающей среды.

Помимо распространения китайских инноваций и технологий, правительство Китая заинтересовано в продвижении китайского языка и привлечении студентов со всего мира.

«В значительной степени влияние глобализации на культуру находит свое особое воплощение в перестройке мировой языковой системы: первоначально популярные языки становятся еще более популярными, а первоначально менее популярные языки либо угасают, либо ослабевают» [24, с. 188–189]. В этом аспекте английский и китайский языки являются двумя основными мировыми языками, которые в наибольшей степени выигрывают от культурной глобализации.

Популярность и влияние английского языка по-прежнему занимает первое место среди всех крупных мировых держав, однако китайский язык на протяжении

последних нескольких лет составляет ему конкуренцию.

В целях укрепления авторитета китайского языка, правительством КНР был создан Институт Конфуция – это общественная образовательная организация при Министерстве образования Китайской Народной Республики, чья заявленная цель заключается в «продвижении ценности глобального образования, популяризации китайского языка и культуры, поддержке преподавания китайского языка на международном уровне, и содействии культурным обменам» [77, с. 51–52]. По состоянию на 2019 год «в десятках стран на шести континентах насчитывается 530 институтов Конфуция» [61, с. 19]. По оценкам Министерства образования, к 2010 году 100 миллионов человек за рубежом участвовали в изучении китайского языка. Такое большое количество заинтересованных по всему миру людей стимулирует программу к быстрому расширению. Правительство Китая рассчитывает создать 1000 институтов Конфуция к 2020 году. С географией распространения Института в 2017 году можно ознакомиться в Приложении А.

Программа Института Конфуция началась в 2004 году в Сеуле, Южная Корея, и находится под наблюдением Ханбана – Международного Совета по китайскому языку. Институты работают в сотрудничестве с местными филиалами колледжей и университетов по всему миру. Институт также сотрудничает с общеобразовательными школами и другими образовательными центрами и предоставляют китайских учителей и учебные материалы.

Организация подверглась критике из-за опасений растущего китайского влияния в странах, где она работает. Однако, чиновники из Китая сравнили Институты Конфуция с такими организациями по продвижению языка и культуры, как Португальский Институт Камюэса, Итальянский Общественный институт Данте Алигьери, Испанский Институт Сервантеса и Немецкий Гёте-Институт. Многие из таких организаций названы в честь культовых деятелей культуры, которые идентифицируются с этой страной, как Конфуций идентифицируется с Китаем. Некоторые западные специалисты утверждают, что многие институты Конфуция работают непосредственно в университетских кампусах в отличие от других ор-

ганизаций, создавая тем самым то, что они называют «уникальными проблемами, связанными с академической свободой и политическим влиянием» [18, с. 79].

Также стоит обратить внимание на популярность обучения иностранных студентов в китайских вузах. Китай активно привлекает иностранных студентов, предоставляя гранты и льготы на обучение. Как отмечает Лю Лиминь, председатель китайской ассоциации по международному обмену в области образования, «в 2018 году 492 тысячи учащихся из 196 стран и регионов мира прошли обучение в 1004 вузах, научно-исследовательских институтах и других учебных заведениях КНР. Более того, иностранным гражданам, которые окончили обучение в китайских вузах на отлично, дается право получить рабочее место в Китае» [5, с. 3].

Немаловажным является тот факт, что китайское правительство ориентируется на глобальные рынки, чтобы стать ведущим центром не только регионального значения, но и на мировой арене. Таким образом, учитывая внешние условия, китайские специалисты разработали стратегию глобального развития, в которых зафиксированы следующие цели и задачи:

- Китай должен сосредоточиться на международной арене и усилить свое культурное влияние на международном уровне путем создания совместных платформ;
- Китай должен экспортировать больше культурных продуктов, «созданных в Китае», а не «сделанных в Китае».

Другими словами, Китай пытается вновь позиционировать себя в качестве крупнейшего поставщика культурного контента для всего мира. Например, издательская индустрия выходит на глобальный уровень через проект международного продвижения китайской книги. «В рамках этого проекта до 2010 года было подписано 246 соглашений о совместной публикации между китайскими издателями и зарубежными издателями из 46 стран, с тем чтобы китайские книги могли выйти на международные рынки» [20, с. 46–47]. Внешняя культурная политика Китая направлена на расширение культурного влияния Китая и, таким образом, увеличение его «мягкой силы».

Под руководством административных органов Китая на национальном, региональном и муниципальном уровнях были разработаны конкретные программы развития отраслей культуры. Это способствовало быстрому росту культурных индустрий в Китае в течение последнего десятилетия, производство которых возросло в несколько раз [91].

Учитывая современные тенденции, в качестве примера для иллюстрации взаимосвязи между культурной политикой, национальной идентичностью и культурными отраслями можно взять игровую индустрию. Эта отрасль культуры является очень молодой и при этом набирает популярность с каждым годом, учитывая рост инноваций и создание прорывных технологий в данной сфере. Наряду с быстрым развитием интернета, игровая индустрия стала одной из самых важных культурных отраслей в Китае. «Доходы от китайской индустрии онлайн-и мобильных игр в 2014 году составил 49 % от общемировой доли доходов» [92]. Этот показатель остался неизменным вплоть до 2019 года. Среди всех секторов культурной индустрии Китая онлайн-игры являются наиболее быстрорастущими и входят в число различных культурных отраслей, на долю которых приходится самая высокая выручка и экспортные доходы.

Учитывая современные тенденции, китайское руководство создало условия для того, чтобы в обществе происходило гармоничное сочетание противоположностей, таких, как социалистический подход в управлении и отдельных элементов капиталистического подхода. В Китае можно встретить смешение традиционных ценностей с западными новациями. Подобный феномен отражён в общественных лозунгах, «например, «古为今用» (гу вэй цзинь юн) – «древность на службу современности» – демонстрирует преданность традициям и ориентацию на современность. «中体西用» (чжун ти си юн) – «западные новшества на китайской основе» – означает готовность использовать достижения западной цивилизации, но с ориентацией на собственный путь развития» [49].

Столкнувшись с воздействием глобализации, китайские специалисты предлагают наиболее благоприятную стратегию развития в данный период. Прежде все-

го правительство должно осознать, что сейчас Китай переживает эпоху глобализационных процессов, которые распространяются непредсказуемо и объективно от ожиданий. Но, с другой стороны, Китай не может быть втянутым в этот процесс, при этом не проявлять сопротивление и без отсутствия какой-либо критики. Поэтому правильная позиция может быть такой: китайское общество вполне может полностью использовать преимущества глобализации для развития китайской культуры без колонизации её культурного духа в попытке популяризировать китайскую культуру во всем мире. В этом смысле приверженность старомодному национализму помешает Китаю в полной мере реализовать его культурный потенциал, тем самым привести к потере больших возможностей для развития себя в целом.

ГЛАВА 3. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА В КИТАЕ И МЕРЫ ПО УКРЕПЛЕНИЮ АВТОРИТЕТА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Культурное влияние, наряду с экономическим ростом и военной мощью, становится все более важным во взаимозависимом и взаимосвязанном мире. Культура оказывается решающим фактором в расширении международного влияния Китая на сегодняшний день. Благодаря своим впечатляющим экономическим достижениям, Китай осознает необходимость играть большую международную роль и укреплять связи с соседними странами, используя культурные инструменты.

3.1 Проблема кризиса идентичности китайской молодежи как результат процессов глобализации в Китае

За последние три десятилетия Китай пережил впечатляющие экономические и социальные реформы в контексте глобализации. Такие стремительные изменения не могли пройти без последствий для китайской культуры.

Китайских исследователи, изучающие проблемы культуры говорят о том, что «культурная глобализация – это направленная деятельность, в ходе которой разные национальные культуры становятся взаимозависимыми и взаимосвязанными. Результатом такой ситуации непременно будет столкновение национальных интересов, а в крайнем случае даже поглощение или переплетение разных культур» [93, с. 140].

Мнения китайских ученых по этому вопросу разнятся. Хуан Сюйдун, исследователь в области культуры, говорит о том, что «информационный обмен и распространение изготовленной продукции стимулируют активное взаимодействие и переплетение разных культур, при этом выделяются передовые культуры, которые популяризируются в большей степени, чтобы стать общей культурой человечества через формирование глобального сознания» [93, с. 140]. Кроме этого, он акцентирует внимание на том, что «роль поставщика современной культуры выполняют Соединенные Штаты, или западная цивилизация в целом» [93, с. 140]. Он выражает мнение о том, что такое развитие ситуации похоже на культурную

колонизацию. Это говорит о том, что «культурная глобализация, имея большие возможности для культурного совершенствования развивающихся стран, одновременно содержит угрозу их культурной безопасности» [93, с. 141].

И Цзюньцин отмечает, что «согласно своей внутренней логике, культурная глобализация является процессом конфликтов и открытий, а потому не может привести к полной вестернизации национальной культуры» [94, с. 14]. Можно сказать, что «она представляет собой механизм не разрыва, а совершенствования современности, что не противоречит цели культурного развития, а, наоборот, закладывает основу более зрелой культурной рациональности в век информатизации» [94, с. 14–15].

Юй Пэй, исследователь в области культурной глобализации, отрицательно высказывается об этом феномене. Он утверждает, что «теория культурной глобализации является теорией типичного культурного империализма и служит политике гегемонии Соединенных Штатов» [95, с. 64].

Объективный взгляд на данную ситуацию может показать нам то, что процессы глобализации привели к появлению двух аспектов влияния на культуру Китая: ее позитивный аспект заключается в приближении культурного и интеллектуального производства к рыночной экономике, тем самым позволяя культуре Китая отойти от социалистического планового хозяйства, существовавшего в прошлом. Но, с другой стороны, они тем самым увеличивают разрыв между элитарной культурой и массовой культурой.

В современном Китае разговоры и дебаты о проблеме глобализации стали академической модой, причем большинство крупных ученых-гуманитариев и интеллектуалов были вовлечены в дискуссию. Это правда, что для ученых и интеллектуалов из восточных и азиатских стран, в том числе из Китая, больше всего волнует вопрос о том, как переосмыслить свою национальную культуру в такой век глобализации, когда культуры разных стран или наций все более и более гомогенизируются, а идентичность слабых культур все сильнее стирается.

После долгих лет упадка культурной системы, китайцы сумели восстановить

культуру внутри страны, начали подводить итоги проделанных реформ и размышлять о новых тенденциях глобализационных процессов и вновь возникшей проблемы, а именно столкновения между Восточной и Западной культурами и ценностями.

«Когда мы открываем окно, чтобы впустить свежий воздух, неизбежно появляются комары» [4, с. 14] – эта фраза часто цитируется, когда китайские специалисты говорят о политике открытых дверей. Нынешний процесс глобализации осуществляется с помощью экономической деятельности и выхода на рынки. То, что было введено в Китай, часто связано с рыночными западной культурой и ценностями. Однако то, что люди видят и переживают, зачастую не является лучшей частью глобализационных процессов. Поп-песни доминируют в музыкальном импорте, неприемлемый контент в фильмах и онлайн-играх, финансовая успешность как высшее благо и т. д. Все это раздувало недоразумения в Китае по мере проникновения западной культуры, вследствие чего обостряется опасение культурного вторжения.

Особо остро воспринимается для многих китайцев, в частности для старшего поколения, тот факт, что китайский язык уже на данный момент в значительной степени «европеизирован» или «американизирован». Особое внимание уделяется активному заимствованию американского сленга в речи молодежи Китая.

Язык является неотъемлемой частью выражения культуры. Как средство передачи ценностей, убеждений и обычаев, оно выполняет важную социальную функцию и воспитывает чувства групповой идентичности и солидарности. Это средство, с помощью которого культура, её традиции и общие ценности могут быть переданы и сохранены.

Популяризация английского языка имеет как положительный, так и отрицательный эффект: с одной стороны, глобализация выдвинула английский язык на позиции мировой лингвистической гегемонии. Если человек не понимает английского языка, он вряд ли сможет пережить нынешнюю эру информации. Но, с другой стороны, английский язык претерпевает своего рода расщепление: от так на-

зываемого «королевского английского» до «мирового английского» или «глобального английского» с яркими особенностями местного произношения и грамматическими правилами.

Это касается и китайского языка, самого популярного языка после английского. Китайские лингвисты говорят о том, что китайский язык также претерпел своего рода изменения при переходе от национального языка к региональному языку и, наконец, к одному из основных мировых языков. Популяризация китайского языка во всем мире, несомненно, изменила устоявшиеся рамки мировой культуры. С другой стороны, стал проявляться негативный аспект популяризации китайского языка, а именно, стали появляться англицизмы и неологизмы. Появились заимствованные из английского языка слова, которые при переводе заимствуют фонетическое произношение и записываются китайскими иероглифами. Особенностью таких слов является то, что произношение таких слов близко к фонетическому облику заимствованных слов из языка-оригинала, что делает их легко узнаваемыми. Например, 因特网 (yīntèwǎng) – internet, 马拉松 (mǎlāsōng) – marathon и т. д. Кроме таких нововведений в языковой системе появились «буквенные» слова в китайском языке. Такие слова сочетают латинские буквы и китайские иероглифы: «T恤 (T xù) – футболка (тенниска), H族 (H zú, где H – honest, harmony) — образованные люди с высокими моральными качествами, имеющие высокий уровень дохода» [18, с. 135–137].

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что если китайский язык действительно может стать вторым основным мировым языком после английского, то он будет более или менее дополнять последний.

Для китайской молодежи, достигшей совершеннолетия в условиях глобализации, развитие идентичности приобрело уникальное значение. Некоторые элементы местной культуры утратили свою первоначальную ценность. Например, государственные программы и лозунги о национализме потеряли свою привлекательность для многих китайских молодых людей, которые отождествляли себя с мировым сообществом. В то же время, у многих молодых людей возникают трудно-

сти в общении с глобальной культурой, поскольку она резко отличается от их местной и привычной культуры. Например, глобальная культура сосредоточена вокруг индивидуализма и консюмеризма – ценностей, которые контрастируют с культурной традицией коллективизма и бережливости в Китае. Таким образом, ориентирование на традиционную восточную культуру, переживающую радикальные социальные и экономические изменения, сделало процесс формирования идентичности китайской молодежи особенно важным.

Кризис идентичности в условиях глобализации можно проанализировать с двух сторон, а именно: его можно разделить на кризис социальной идентичности и кризис культурной идентичности, что в большей степени свидетельствует о культурной нестабильности. Кризис культурной идентичности – это кризис традиционного мировоззрения и ценностей, который является прямым результатом проникновения западных взглядов в китайскую традиционную культуру, в то время как кризис социальной идентичности вызван тем, как индивиды самостоятельно оценивают свою принадлежность к определенной социальной группе.

Юношеский возраст – это период, который включает в себя психологическую революцию, неуверенность, любопытство к новым тенденциям, готовность и желание учиться. Те китайские молодые люди, которые родились после «политики реформ и открытости», проводимой в Китае, испытали совершенно иную среду роста, чем поколение их родителей. Под влиянием глобализации китайская молодежь оказывается в волне технологических, экономических и глобальных культурных тенденций. Именно характеристика подросткового возраста определяет, что китайская молодежь имеет желание изучать и принимать западные ценности, продвигаемые глобализацией. Представляется вероятным, что доступность западных образцов и взглядов на жизнь в процессе культурной интеграции приводит к тому, что идентичность китайской молодежи подвергается трансформации.

Глобализация ускоряет общение по всему миру, хотя Китай славится своей консервативной культурой, нельзя отрицать, что на традиционную культуру Китая влияют западные ценности. Китайская культура строится в обществе коллек-

тивистских ценностей, в котором подчеркивается «сила группы». Китайцы высоко ценят семейные связи и такие ценности, как сыновнее благочестие, которое подразумевает правильные отношения родителей и детей в традиционной китайской культуре. Родители имеют абсолютную власть в семье и должны уважаться и почитаться детьми, детей учат, что они обязаны заботиться о своих старших родителях. Тем не менее, исследования показывают, что в настоящее время дома, где живут одинокие пожилые пары вдали от детей, составляют 49,7 % в городских районах [97, с. 63].

С тех пор как Китай активно налаживал экономический и культурный контакт с зарубежными странами, растет количество иммигрантов, просматриваются изменения и в праздничной культуре. Большое количество западных праздников имеют популярность, и в основном среди молодого поколения.

Западные праздники, такие как Рождество, День святого Валентина, День дурака, День матери и др.

Цзя Хуэйминь в своей работе отмечает то, что китайская молодежь «празднует Рождество со своими друзьями, со своей девушкой или парнем. И у них дома нет елки, они не украшают свой дом накануне Рождества. Китайцы в этот день ходят с друзьями в кино, в караоке или занимаются шопингом. Многие молодые китайцы считают, что это романтический день. И для китайцев Рождество – это просто один из западных романтических праздников, без какого бы то ни было намека на религию...» [53, с. 178].

Кроме Рождества в Китае празднуется еще один популярный праздник, пришедший с запада – День святого Валентина. Китайский исследователь Чжан Бо, занимающийся изучением праздничной культуры в Китае, в своей работе говорит о том, что существуют отличия в праздновании китайцами и европейцами, подчеркивая, что «во многих западных странах 14 февраля многие люди выражают свою любовь не только к тем, кого любят, но значительно шире – к семье, друзьям, родственникам и самым близким» [96, с. 74]. Исходя из этого, можно сказать, что в китайском обществе этот праздник интересен только парам.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что в это же время некоторые китайские традиционные фестивали, такие как Праздник драконьих лодок, Цинмин, или День памяти предков, Праздник двойной девятки забываются и даже игнорируются.

Китайский исследователь Ли Лан в 2005 году провел опрос среди китайских студентов университета Цинхуа в Пекине, чтобы определить, насколько западная праздничная культура повлияла на молодое поколение. Результаты были следующие:

- «более 90 % опрошенных знают популярные западные праздники и более того, способны назвать точную дату праздников, таких как Рождество, День Святого Валентина, Дня дурака, Дня матери и др.;
- 58,4 % респондентов ежегодно празднуют Рождество с семьями или друзьями» [97, с. 61].

Помимо этого, китайским студентам был задан вопрос, который помог выяснить причину, по которой западные праздники имеют популярность у молодежи:

- «66,4 % респондентов ответили, что обычаи во время празднования западных праздников просты и увлекательны;
- более 60 % студентов выразили мнение, что они не заинтересованы в праздновании и участии в традиционных китайских праздниках и фестивалях;
- более 80 % опрошенных заявили, что больше любят западные праздники, чем национальные» [97, с. 61–63].

В 2010 году, спустя пять лет, Сунь Тинань, ученый в области проблем влияния западной культуры на китайскую, отмечал в своем труде следующее: «уже 16,3 % студентов считают, что западные праздники заменили китайские традиционные праздники» [98, с. 42].

Еще позднее, в 2015 году, Хуан Хайянь, китайский социолог, собрала и изучила статистические данные, которые помогли узнать, насколько популярны западные праздники у молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет. Результаты исследования свидетельствовали о том, что «среди китайской молодежи в возрасте от 18

до 35 лет только 12,5 % респондентов никогда не празднуют западные праздники, 10 % опрошенных не часто празднуют эти праздники, а 50 % респондентов празднуют их часто. Остальные 27,5 % опрошенных празднуют все западные праздники» [99, с. 28].

Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие особенности ситуации: в контексте глобализационных процессов стало возможным заимствование западного культурного опыта, в том числе и праздничной культуры. Таким образом можно сказать о том, что заинтересованность китайской молодежи в китайских праздниках обусловлена новизной культурного опыта, развлекательным характером празднования и тем фактом, что западные праздники в Китае в большинстве своем празднуются с друзьями, нежели чем китайские праздники, которые традиционно проходят в кругу семьи.

Помимо очевидных изменений в праздничных предпочтениях китайской молодежи, прослеживается влияние на китайцев посредством телевидения и кинематографа.

Импорт голливудского кинематографа становится привлекательной альтернативой жестко контролируемому государственному телевидению, в которой доминируют документальные фильмы про историческое развитие Китая, экономические достижения. Социолог Сингапурского университета Ян Гао занимается изучением влияния иностранных развлекательных программ на китайскую молодежь. В своих работах она говорит о том, что американское телевидение пользуется большей популярностью, чем национальные программы, среди молодого поколения китайцев благодаря своей воспринимаемой подлинности. «Для сравнения, китайское телевидение может быть не таким вдохновляющим из-а предсказуемых сюжетных линий и недвусмысленных персонажей. Герои – это герои, а злодеи – злодеи» [65, с. 1202–1203].

Один из респондентов Гао говорил следующее: «Когда мы росли, нас учили подчиняться. Это было прописано политической идеологией и распространялось на все сферы жизни, вплоть до самой культурной структуры общества. Наше по-

коление ценит соответствие и гармонию. Но в то же время экономическое развитие пробуждает в молодежи неолиберальный дух: ты должен быть независимым и автономным – ты сам по себе» [65, с. 1203]. Гао в свои исследования обнаружила тот факт, что темы спонтанности, несоответствия и самореализации, часто присутствующие в голливудских фильмах, особенно сильно резонируют с молодыми китайскими поклонниками американского телевидения.

Один из респондентов, 21-летняя студентка, сообщила, то она приняла решение поступить в юридический факультет благодаря телевизионной драме «Юристы Бостона» изображены юристы, подающие в суд на государственные учреждения Гао она говорила: «Для меня это жест оспаривания авторитета, который может повергнуться сомнению и критике. Однако в Китае я никогда не сталкивалась с этой идеей в школе и университете, не говоря уже о том, чтобы видеть, как правительство обвиняют или предъявляют иск по телевидению» [64, с. 5]. Другой собеседник говорил о том, что: «Какой бы ни была реальность, американское телевидение всегда отражает недоверие и вызов авторитету, тогда как китайские СМИ в основном уклоняются от этой проблемы» [64, с. 6–7].

Ян Гао, исследуя данную проблему, также заметила, что «существует разрыв между поколениями, который увеличивается, когда дело доходит до интерпретации подтекстовых сообщений в телевизионных шоу. Идеи индивидуализма и демократии, либеральные мысли и сложные индивидуальные взгляды на – вот то, что молодые поколения ценят больше, чем старшее поколение» [64, с. 10].

Подводя итоги исследований Ян Гао, можно сказать, что западные телевизионные шоу и фильмы могут восприниматься китайской молодежью не просто как развлекательный контент, а иметь более глубокий подтекст. Так, в некоторых случаях они могут выступать протестом против авторитета, проявлением индивидуализма, побуждением к действию.

Ян Гао в своей работе затронула вопрос авторитета политики внутри государства, однако Хайфэн Хуан, исследователь в области политологии Калифорнийского Университета, провел отдельное исследования по этому вопросу. Хайфэн

провёл беседы с китайскими студентами с целью выяснить, насколько сильно на них влияет политическое и идеологическое образование в Китае. Результатами одного из опросов, проведённых в 2018 году, стали следующие данные: «большинство студентов расценивают политические курсы в колледже как нежелательные, и только 8 % сказали, что они проявляют активность на курсе» [70, с. 116].

Он также интересовался отношением студентов к правительству Китая и его идеологии. Он обнаружил, что «современные студенты гораздо более осведомлены в вопросах политического характера, и что большое воздействие и обязательный характер политических курсов всё чаще приводит к неудовлетворению правительством» [70, с. 117–118].

Вышеизложенные примеры проявления кризиса идентичности у китайской молодежи свидетельствуют о проникновении западных ценностей в культуру Китая. Эти ценности находятся в прямом противоречии с тем, что государство пытается привить молодым поколениям. Таким образом, в центре внимания оказался вопрос о том, как сохранить культурную самобытность при одновременном открытии экономики. Это привело к необходимости разработки стратегии и особой политики, которая помогла бы в сохранении национальных ценностей, а также в распространении китайской культуры в рамках процессов глобализации.

3.2 Меры по укреплению авторитета национальной культуры с помощью «мягкой силы»

В связи с тенденцией активного влияния процессов глобализации в Китае и рядом проблем, связанных с ними, в последние годы Китай особенно обеспокоен положением национальной культуры и стремится обеспечить её безопасность. Кроме этого, в XX веке из-за быстро растущей китайской экономики возникли беспокойства за пределами КНР. Экономический подъем означал усиление региональной мощи Китая. Таким образом в мире распространилась теория «китайской угрозы», что вызвало необходимость у руководства страны сформулировать стратегию по изменению мирового общественного мнения в отношении Ки-

тая. Для это важно было показать иностранной аудитории позитивный образ страны.

Решение проблемы культурной безопасности внутри и за пределами страны китайское руководство нашло в работах Джозефа Ная, американского политолога, который разработал концепцию «мягкой силы» в конце XX века. На сегодняшний день этот подход в политике рассматривается как один из важнейших элементов в мировом ведении экономики и дипломатии. Стоит рассмотреть понятие «мягкая сила» согласно тому, какой смысл вкладывал сам автор данной концепции: «Мягкая сила – это комплексное образование, которое включает в себя три ключевых элемента: в первую очередь культурную составляющую, затем политическую идеологию и, как результат развития первых двух пунктов, внешнюю политику, не исключаящую и использование военной силы» [25, с. 15].

Ван Хунин, политический деятель КНР, один из первых обратился к идеям Джозефа Ная, в 1993 году посвятив свою статью вопросу о «мягкой силе». В своей работе он говорит об источниках «мягкой силы», при этом основными элементами он считал культуру, политические ценности и идеи, а также внешнюю политику. Ван Хунин акцентировал внимание на том, что «если страна имеет великолепную культуру и идеологическую систему, другие страны будут стараться следовать за ней. В этом случае не придется использовать более дорогую и не такую эффективную жесткую силу» [3, с. 24].

Стремление Китая к культурной «мягкой силе» началось на XVII съезде КПК в 2007 году, когда действующий на тот момент президент Ху Цзиньтао объявил: «Великое омоложение китайской нации обязательно будет сопровождаться процветанием китайской культуры... Мы должны укреплять культуру как часть «мягкой силы» нашей страны... Мы будем и далее пропагандировать прекрасные традиции китайской культуры и укреплять международные культурные обмены для усиления влияния китайской культуры во всем мире» [100, с. 11].

Китайские политологи зачастую делают акцент на пользе «мягкой силы» во внутренней политике. В этом контексте она демонстрирует миссию реализации

внутренних целей, в отличие от основного фокуса Ная, который изначально уделял им мало внимания. «Мягкая сила» в Китае в значительной степени нацелена на оборонительные мероприятия, которые включают в себя отражение западных культурных и политических вторжений в Китай, укрепление авторитета национальной культуры у молодого поколения, при этом осуществляя культивирование лучшего образа Китая для внешнего мира и исправление неверных представлений о Китае.

Традиционная китайская культура, в частности, представляется ценным источником китайской «мягкой силы» на том основании, что она славится непрерывной долгой историей, широким спектром традиций и ценностей. Руководство Китая сосредоточено на использовании и акцентировании «мягкой силы» в традиционной китайской культуре, найденной в Конфуцианстве, а также во многих других школах мысли. В частности, они выделяют: «завоевание уважения через добродетели», «благожелательное управление», «мир и гармония» и «гармония без подавления различий» [69, с. 41].

Я. С. Меркушина, российский политолог, подчеркивает, что «внедрение единого языка общения и СМИ, культурного национализма, создание льгот, а также ведение жесткого контроля над распространением информации посредством сети Интернет и других средств массовой информации – лишь ограниченная часть программы «мягкой силы» Китая. Эти методы направлены на объединение общества на основе единой культуры, идентичности и истории» [21, с. 75–76].

На сегодняшний день правительство Китая реализует политику «мягкой силы», с помощью телевидения, литературы, искусства, занимается активным продвижением отечественного кинематографа, организацией культурных мероприятий, программ обмена студентами и рабочих кадров, создаёт организации по продвижению культуры Китая за границей и т. д.

Особое внимание привлекают меры правительства КНР по контролю над СМИ, так как Китай считает себя уязвимым для внешней культурной экспансии и политического проникновения со стороны крупных западных стран во главе с Соеди-

ненными Штатами через средства массовой информации, такие как телевидение, реклама, печатные издания, но особенно посредством Интернета.

Славой Жижек, словенский культуролог и социальный философ, занимающийся вопросами китайской культуры, утверждает, что «виртуальное пространство способно оказывать непосредственное влияние на трансформацию идентичности человека посредством влияния на чувства, эмоции и ощущения человека. В связи с этим интересным представляется факт запрета таких западных Интернет-сайтов как Facebook, Twitter, YouTube. Возможно, данные меры вызваны опасением правительства Китая о негативном влиянии западной культуры и глобализационных процессов на китайское общество, которые могут подорвать целостность культурной идентичности страны» [88].

В 2014 году руководство Китая приняло закон «О запрете деятельности ряда иностранных сайтов» [83]. В данном случае примером проявления «мягкой силы» является решение Министерства промышленности и информатизации КНР о создании аналогов западных социальных сетей и блогов. Это было сделано для того, чтобы обезопасить интернет-пространство для китайских пользователей.

Важным аспектом укрепления культурной безопасности Китая является стратегия «выхода» – энергичное продвижение китайской культуры за рубеж. До недавнего времени Китай никогда не был обеспокоен собственным образом и культурным влиянием за рубежом. То, какие взгляды и знания иностранцы имеют о Китае, стало темой, которая получила широкий резонанс среди китайских ученых.

Специалисты часто фокусируются на непропорционально слабом культурном влиянии Китая и постоянных негативных образах в западных СМИ. Многие ученые связывают эту ситуацию с идеологическими и культурными предубеждениями Запада и слабыми международными связями Китая в сфере культуры. Они утверждают, что формирование национального имиджа должно быть неотъемлемой частью стратегии мирного подъема Китая [2, с. 208].

В 2014 году Pew Research Centre, информационный статистический центр США, провёл опрос граждан стран Азии и Европы, который помог выяснить отношение людей к действиям КНР. Результаты показали, что «общество крайне неоднозначно относится к Китаю. Так, жители регионального соседа Японии оценили действия Китая негативно (91 % граждан), такая же ситуация во Вьетнаме (78 % граждан). В европейском регионе результаты опроса так же не были обнадеживающими. Во Франции 53 % респондентов отрицательно оценивают действия Китая, В Испании – 55 %, граждане США аналогичным образом дают отрицательную оценку КНР – 55 %» [79]. С результатами опроса можно подробнее ознакомиться в Приложении Б.

Обеспокоенность имиджем Китайской Народной Республики на мировой арене вызвало необходимость построения принципиально новой политики в международных отношениях. Таким образом, Си Цзиньпин обозначил основную идеологию и историческую миссию КПК – «осуществление китайской мечты о великом омоложении китайской нации» [35]. Партия заявляет о том, что её целью является «обеспечение внутренней культурной безопасности, сохраняя своё идеологическое лидерство, культивируя и внедряя социалистические ценности, утверждая и продвигая изысканную традиционную культуру китайской нации для всестороннего и объективного понимания Китая и его ценностей, а также предотвращая и сопротивляясь нездоровым культурным влияниям, а также повышая общую культурную силу и конкурентоспособность» [13, с. 55–56].

Исходя из поставленных перед государством целей, руководство страны приняло решение комплексно и всесторонне подходить к внедрению политики «мягкой силы». Воспринимая доминирующую роль западных СМИ, китайские аналитики также считают, что способность и эффективность массовых коммуникаций являются важными аспектами распространения и влияния национальной культуры. В результате Китай всё больше стремится к тому, чтобы его голос был услышан, и продолжает совершенствовать свою международную деятельность в течение последних лет, преследуя цель «транслировать свои взгляды, усиливая гло-

бальное влияние страны и демонстрируя свое возвышение как великой державы в неопасной и неконфронтационной манере» [50, с. 24].

С целью распространения культурного влияния Министерство культуры КНР увеличили инвестиции в печатное агентство «Синьхуа», которое является зарубежным изданием китайской газеты «Жэньминь жибао». В 2009 году была впервые создана англоязычная версия внутрикитайской газеты по международной проблематике «Хуаньцю Шибao». Помимо этого, осуществляется успешное сотрудничество с американскими региональными издательствами, например, в США выходит журнал «Beijing Review» на английском языке и газета «China Daily» на китайском и английском языках» [50, с. 24–25].

Наряду с распространением китайских печатных СМИ, Китай направил все силы на развитие телевидения. Создание и продвижение международных каналов CCTV (Chinese Central Television) является хорошим примером, демонстрирующим стремление Китая конкурировать с западными партнерами и выходить на зарубежную общественность.

Впервые, установленный в октябре 1992 года, CCTV-4 становится первым международным каналом, нацеленным на зарубежную аудиторию в Китае, особенно на Тайване, Гонконге и Макао. В 2000 году CCTV расширила свои услуги и запустила 24-часовой англоязычный канал. Кроме того, «в 2004 году был создан канал E&F (испаноязычный и франкоязычный), который в 2007 году был заменен отдельными сервисами для обоих языков, а в 2009 году появляются CCTV-арабоязычный и CCTV-русскоязычный» [87, с. 63-64]. Данные каналы транслируют передачи развлекательного характера, такие как «Кунфу», которая знакомит иностранных зрителей с боевыми искусствами, «Путешествие по Китаю» или «Едем в Китай» – теле-путешествия, рассказывающие историю и особенности городов, «Учимся китайскому языку», «Китайская кухня», которая не только рассказывает об особенностях китайской кухни, но также дает возможность научиться их готовить.

С момента своего создания международные каналы CCTV нацелены на то, чтобы рассказать историю Китая зарубежной аудитории и расширить глобальное влияние страны. Среди всех предоставляемых программ наиболее приветствуются программы, связанные с культурой. Согласно опросу, проведенному незадолго до проведения Олимпиады в Пекине в 2008, иностранные зрители заявили, что «скорее всего, переключатся на CCTV International, чтобы изучить китайский язык или посмотреть программы о китайской истории и культуре, а не Новости» [87, с. 69].

Ненавязчивое культурное влияния проявилось и на самих Олимпийских играх в Пекине. Основательный подход к организации Олимпиады позволил продемонстрировать экономические и культурные достижения Китая как своим гражданам, так и всему миру. Руководство КНР восприняло проведение одного из самых масштабных международных событий как удачный шанс для попытки сформировать положительное мнение о Китае у иностранных гостей. Таким образом, Олимпийские игры несли в себе большой идеологический и культурный смысл.

В ходе проведения спортивных мероприятий особое внимание уделяли подчёркиванию культурных особенностей китайской нации, организаторы обращались как к историческим событиям, так и демонстрировали современные достижения китайской нации. Поставленные режиссером Чжан Имоу церемонии открытия и закрытия представляла собой впечатляющее зрелище. Номера были взаимосвязаны по смыслу и были названы «Выдающаяся цивилизация» и «Славная эра». В постановке шоу приняло участие более 15 тыс. человек, которые красочно представили путь китайского развития из древности до наших дней.

Лозунг Олимпийских игр в Пекине – «Один мир, одна мечта» пропагандирует саму идею гармоничного сосуществования. Провозглашенное как «вековая мечта» китайского народа, это событие выражает стремление китайского народа к глобальному признанию своих достижений и прогресса.

Многие культурные и спортивные мероприятия международного уровня, такие как Олимпиада 2008 года в Пекине и Всемирная выставка ЭКСПО-2010, о ко-

торой было написано ранее, а также поощрение культурных обменов, инициированных как государственными, так и негосударственными субъектами, являются эффективными способами создания желаемого международного имиджа и репутации.

Кроме международных событий непосредственно в самом Китае, организуются различные мероприятия по продвижению национального имиджа за рубежом. Например, «китайское и французское правительства организовали серию мероприятий по культурному обмену между двумя странами *Les Années Chine-France* с 2003 по 2005 год, а затем еще одно мероприятие под названием *Festival Croisements*, начатое в 2006 году» [75, с. 131]. Последняя представляет собой платформу для поощрения культурного обмена между китайскими и французскими художниками. В 2007 году Китай направил своих воинов терракотовой армии династии Цинь на выставку в Британский музей, как результат «многолетней дипломатии» и усилий по улучшению культурных отношений между Китаем и Британией.

Несмотря на то, что китайское правительство прилагает огромные усилия для культурного распространения с помощью «мягкой силы», в ходе реализации данного проекта возникает ряд проблем.

Во-первых, китайская продукция всё ещё имеет слабую конкурентоспособность. Специалисты обеспокоены проблемой «маргинализации» китайской продукции относительно западных гигантов культуры и бизнеса. Этот вопрос относится к киноиндустрии, популярной музыки, моды, а также фастфуда и торговых марок.

Примером служит тот факт, что в 2016 году Китай дал согласие перевести на китайский язык и выпустить в печать 4068 наименований книг, импортированных из США, однако в это же время экспортировал только 14 наименований, «2030 наименований из Великобритании, экспорт – 16 наименований, импорт 694 единиц из Японии, экспорт только 22» [74, с. 291]. Ху Цзянь, китайский политолог,

подчеркивает, что «китайской культуре не хватает культурной торговли с Западом» [71, с. 50].

Международным исследовательским центром общественных отношений Университета Фудань были организованы конференции, на которых ключевое значение придавалось проблеме «мягкой силы» и установления тесных взаимосвязей с сильнейшими странами. Участники конференции сделали следующий вывод: «слабость «мягкой силы» Китая является наиболее очевидной в недостаточном экспорте культурной продукции» [74, с. 297]. Китайские исследователи считают, что «истоками такой ситуации является традиционный взгляд на то, что культура и торговля несовместимы, поэтому культурная продукция редко продается за рубежом» [74, с. 305-307].

Во-вторых, можно наблюдать обратную картину, когда непосредственно китайские элементы культуры были заимствованы другими странами и тем самым были превращены в иностранные брэнды.

Ярким примером этого является Хуа Мулань – персонаж из китайского народного эпоса, созданного в IV–VI веках. В 1998 году Мулань стала известна всему миру, однако не как героиня китайского фольклора, а как персонаж крупнейшей американской мультипликационной фирмы «Дисней». Китайские ученые уверены, что «эта проблема должна решаться на уровне высшего руководства КПК, что следует принимать конкретные меры по продвижению культурной продукции на внешний культурный рынок и отстаиванию происхождения того или иного культурного феномена» [46, с. 47–48].

Стоит отметить, что вышеизложенные проблемы являются приоритетными в реформировании культуры Китая, и руководство страны расценивает усиление и усовершенствование культурной «мягкой силы» как долгосрочную задачу во внутренней и внешней политике.

В заключение необходимо сказать, что усиление культурной «мягкой силы» Китая наряду с его экономическими показателями расцениваются как долгосрочные цели во внутренней и внешней политике. Хотя Китай переживает бурное

экономическое развитие, что приводит к дискуссиям о «китайской угрозе», этот регион остается сложным и хрупким из-за идеологических споров и исторических проблем.

Китай на сегодняшний день является региональным лидером в области экономики в Азии. Усиление китайского влияния через культурную дипломатию способствует ослаблению некоторой напряженности вокруг политических споров и расширению своего международного статуса. Китайские специалисты признают, что осуществление «китайской мечты о национальном омоложении» находится на своем пути, но эта цель еще не достигнута. На сегодняшний день «мягкая сила» Китая может быть всё ещё ограниченной, но она становится все более явной и влиятельной.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный мир характеризуется ускорением и углублением социальных, экономических, политических и культурных взаимосвязей между государствами. Эти взаимосвязи вывели человечество на новый уровень взаимоотношений. Однако стремительные изменения в обществе неизбежно привели к появлению новых проблем. Одной из них является проблема социокультурной глобализации. Подкрепленные быстрым развитием технологий, средств массовой информации и коммуникаций, последствия культурной глобализации всё более явно прослеживаются в современном обществе.

В условиях глобализации, неоспоримым является тот факт, что вестернизация, или по-другому американизация, оказывает влияние на иностранные культуры таким образом, что они подвергаются изменениям. Однако некоторые культуры стали избирательны в отношении процессов, которые они претерпевают. Заимствуя и перенимая черты других культур, с которыми происходит взаимодействие, страны научились сохранять свою индивидуальность и идентичность.

Убеждения о том, что западная культура преобладает над другими культурами, основаны на моделях торговли и потребления. В ответ на глобализационные вызовы появился феномен глокализации, который представляет собой процесс адаптации глобальных продуктов под региональную специфику того или иного государства.

Глокализация – не единственная мера в противодействии унификации культур. Государства выстраивают свою деятельность таким образом, чтобы создавать конкуренцию западным культурным тенденциям и производствам. Это способствует не только поддержанию культурного и производственного плюрализма, но также благоприятно влияет на национальную промышленность.

В качестве примера того, какие действия предпринимаются государством в глобализационную эпоху, рассмотрим культурную политику Китайской Народной Республики. Открытость внешним тенденциям и вовлеченность в процессы глобализации оказали сильное влияние на Китай, глубоко проникнув во все сферы

жизни китайского общества. В частности, трансформация общественного сознания в большей степени коснулась молодого поколения, которое имеет гораздо тесное взаимодействие с западным миром. Очевидные признаки влияния американизации на культуру Китая проявляются в следующем:

- китайцы с симпатией относятся к идее о возможности критики авторитетов и, в том числе, государства;
- изменение языковой системы, вследствие чего в китайском языке появились многочисленные заимствования из английского языка;
- рост популярности западных праздников среди молодежи Китая;
- популярность западного кинематографа, музыки и литературы, оказывающих воздействие на образ жизни китайской молодежи, и т. д.

Четкое осознание кризиса культурной сферы способствовало разработке новой стратегии реформирования культурной политики Китая как внутри государства, так и в международных отношениях. Китайские интеллектуалы находят решение проблемы в культурной сфере в усилении и распространении своей «мягкой силы» в мире. Руководство КНР серьезно приступило к реализации политики «мягкой силы», так как она, с одной стороны, способна поддерживать авторитет национальной культуры среди граждан страны, а с другой стороны, она выступает мощным инструментом во внешней политике для создания здоровой конкуренции на мировой арене и распространения китайских ценностей. С этой целью китайское правительство активно участвует в международных событиях, а также учреждает их на своей территории. Примером самых масштабных международных событий на территории Китая являются организация Международной выставки Экспо-2010 в Пекине и проведение Олимпийских игр в 2008 году. Благодаря им представилась возможность в полной мере продемонстрировать достижения китайской нации и познакомить людей со всего мира с ценностями китайской культуры.

Кроме международных событий, проявление «мягкой силы» можно наблюдать в растущей популярности китайского языка. Этому способствовало создание Института Конфуция, офисы которого есть во многих странах мира.

Деятельность по реализации «мягкой силы» Китая направлена не только на распространение китайской культуры в мире, но также на формирование имиджа Китая. Последняя четверть века ознаменована стремительным технологическим и экономическим прорывом Китайской Народной Республики, что, несомненно, вызвало опасение в международном сообществе относительно «китайской угрозы». Задача руководства Китая состоит в том, чтобы дать правильное представление о китайской политике, которая основывается на конфуцианских учениях о гармоничном мире и продуктивном сотрудничестве.

Проанализировав внутреннюю и внешнюю политику Китая, можно сказать, что значение и роль культуры гораздо больше в эпоху глобализационных процессов, выходя за пределы государства, и оказывая влияние на развитие мира в целом. Культура выступает обязательным элементом модернизации страны, и её усиление стало долгосрочной задачей руководства Китайской Народной Республики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Азроянц, Э. А. К дискуссии о категориях «культура», «цивилизация», «глобализация» / Э. А. Азроянц // Глобальный мир. – 2003. № 7 (30). – С. 5–11.
- 2 Бодрова, И. В. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» КНР / И. В. Бодрова // Приволжский научный журнал. – 2013. – № 4. – С. 208–209.
- 3 Ван Хунин. Культура как национальная «мягкая сила»: «мягкая сила» / Хунин Ван // Журнал университета Фудань. – 1993. – № 3. – С. 23–28.
- 4 Ван Юн. Китайская традиционная культура в условиях модернизации / Юн Ван // Вестник педагогического института Тунхуа. – 2010. – № 7. – С. 13–17.
- 5 Раджабова, Т. Д. В 2018 году в Китае обучались около полумиллиона иностранных студентов / Т. Д. Раджабова // ИА Красная Весна. – 2019. – № 8. – С. 3–5.
- 6 Гельбрас, В. Г. 30 лет реформ открытости КНР / В. Г. Гельбрас // Общественные науки и современность. – 2009. – № 3. – С. 109–117.
- 7 Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь / Э Гидденс. – М.: Изд-во Весь мир, 2004. – 120 с.
- 8 Гринин, Л. Е. Глобализация и национальный суверенитет / Л. Е. Гринин // История и современность. – 2005. – № 1. – С. 6–31.
- 9 Делюсин, Л. П. Китай в поисках путей развития / Л. П. Делюсин. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 448 с.
- 10 Делюсин, Л. П. Дэн Сяопин и реформация китайского социализма / Л. П. Делюсин. – М.: Изд-во «Муравей». – 2003. – 225 с.
- 11 Доклад Цзян Цзэминя на XVI общенациональном съезде КПК // Жэньминь жибао. – Пекин. – 2007. [Электронный ресурс]. URL: <http://russian.spc.people.com.cn/5774860.html> (дата обращения: 24.03.2020).
- 12 Дэн Сяопин. Основные вопросы современного Китая // Официальный WEB-сервер Союза Коммунистической молодежи РФ. – М. – 2014. [Электронный ресурс]. URL: http://www.skmrf.ru/library/library_files/dxp.htm (дата обращения: 28.04.2020).

- 13 Жемчугов, А. А. Китайская головоломка / А. А. Жемчугов. – М.: Изд-во Олма-Пресс, 2004. – 219 с.
- 14 Иноземцев, В. Л. Вестернизация как глобализация и «глобализация» как американизация / В. Л. Иноземцев // Вопросы философии. – 2004. – № 4. – С. 58–69.
- 15 Кочетков, В. В. Идентичность в международных отношениях: теоретические основы и роль в мировой политике / В. В. Кочетков // Вестник Московского университета. Международные отношения и мировая политика. – 2010. – № 1. – С. 5–26.
- 16 Кривохиж, С. В. Публичная дипломатия Китайской Народной Республики: становление и развитие: дис. ... канд. ист. наук / С. В. Кривохиж. – СПб., 2014. – 165 с.
- 17 Ли Чжи. Культурная дипломатия / Чжи Ли. – Пекин: Изд-во Пекинского университета, 2005. – 190 с.
- 18 Цунг, Л. Преподавание и изучение китайского языка в глобальном контексте / Л. Цунг, К. Круикшанк. – М.: Изд-во Международная издательская группа, 2015. – 151 с.
- 19 Лю Кэли. Исследование реформ и развития культурной системы Китая / Кэли Лю, Юньюй Луань. – Пекин: Изд-во Международная издательская группа, 2009. – 114 с.
- 20 Лю Цзайци. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая / Цзайци Лю. – М.: Изд-во Полис, 2009. – 150 с.
- 21 Меркушина, Я. С. «Мягкая сила» как инструмент формирования национально-культурной идентичности Китая / Я. С. Меркушина // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. – № 5. – С. 74–76.
- 22 Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера и С. Хантингтона. – М.: Изд-во Аспект пресс, 2004. – 379 с.
- 23 Китай и глобализация: взгляд из Москвы и Пекина / под ред. В. В. Михеев, В. Г. Швыдко. – М.: Изд-во ИМЭМО РАН, 2013. – 114 с.

24 Назаретян, А. П. Нелинейное будущее. Мегаисторические, синергетические и культурно-психологические предпосылки глобального прогнозирования / А. П. Назаретян. – Волгоград: Изд-во Учитель, 2013. – 440 с.

25 Най, Дж. С. Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике / Дж. С. Най. – Новосибирск: Изд-во Тренды, 2006. – 224 с.

26 Некоторые соображения об углублении реформ в кино-отрасли, опубликовано 20.20.2006 // Китайский первый юридический портал. – Пекин, 2006. [Электронный ресурс]. URL: http://china.findlaw.cn/fagui/p_1/96729.html (дата обращения: 30.04.2020).

27 Некоторые мнения по поводу углубления реформы культурной системы // Новостной сайт Tencent. – Шэньчжэнь, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://news.qq.com/a/20060105/000485.htm> (дата обращения: 27.04.2020).

28 Подолько, Е. 17-й съезд КПК: укрепление власти и кадровые перестановки / Е. Подолько // Политический журнал. – 2007. – № 30, (173). – С. 60–63.

29 Правила управления кино. Материалы 45 заседания Госсовета от 29 мая 1996 года // Китайский первый юридический портал. – Пекин, 2003. [Электронный ресурс]. URL: http://china.findlaw.cn/fagui/p_1/162635.html (дата обращения: 07.04.2020).

30 Косырева, М. С. Проблема американизации российского общества / М. С. Косырева, К. А. Глебова. – Ульяновск: Изд-во ФГБОУ ВПО УлГТУ, 2015. – 91 с.

31 Программа плана развития культуры страны на 11-ю пятилетку // Сайт информационного агентства «Синьхуа». – Пекин, 2011. [Электронный ресурс]. URL: http://news.xinhuanet.com/politics/2006-09/13/content_5087533.htm (дата обращения: 22.03.2020).

32 Решение ЦК КПК относительно упорядочения в партии // Сайт информационного агентства «Синьхуа». – Пекин, 1983. [Электронный ресурс]. URL: http://news.xinhuanet.com/politics/2006-09/13/content_5087533.htm (дата обращения: 15.03.2020).

33 Середа, О. В. Роль выставочных услуг в период глобализации и инновационного развития мировой экономики / О. В. Середа // Ученые записки. – 2012. – № 1. – С. 154–159.

34 Се Шоугуан. Развитие культурной индустрии в 2006 г. Доклад Академии общественных наук / Шоугуан Се, Сяомин Чжан, Юнфэн Ци // Информационное агентство «Синьхуа». – Пекин, 2006. [Электронный ресурс]. URL: http://xinhuanet.com/politics/2006-01/11/content_4039556 (дата обращения: 16.04.2010).

35 Си Цзиньпин: осуществление великого возрождения китайской нации – историческая миссия КПК в новую эпоху // Информационное агентство «Синьхуа». – Пекин, 2017. [Электронный ресурс]. URL: http://russian.news.cn/2017-10/18/c_136689469.htm (дата обращения: 03.04.2020).

36 Сорокин, В. Ф. Общие тенденции развития культуры / В. Ф. Сорокин. – М.: Изд-во Директ-Медиа, 1988. – 243 с.

37 Сорокин, В. Ф. Культура: Введение / В. Ф. Сорокин. – М.: Изд-во Директ-Медиа, 1978. – 306 с.

38 Степин, В. С. Теоретическое знание. Структура и историческая эволюция / В. С. Степин. – М.: Изд-во Прогресс-Традиция, 2000. – 292 с.

39 Сунь Цзячжэн. Пять пунктов строительства культуры // Официальный сайт партийного комитета КПК при Министерстве культуры. – Пекин, 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://dangjian.ccnt.com.cn/ztbd.php?col=51&file=952> (дата обращения: 04.02.2020).

40 Сян Юмин. Некоторые мысли по углублению реформ управления культурной системой / Юмин Сян, Юймин Ван // Журнал Гуандунского института государственного управления. – 2001. – № 2. – С. 23–26.

41 Усов, В. Н. Культурная революция в Китае. Китай: история в лицах и событиях / В. Н. Усов. – М.: Изд-во политической литературы, 1991. – 241 с.

42 Усов, В. Н. Дэн Сяопин и его время / В. Н. Усов. – М.: Изд-во Стилсервис, 2009. – 842 с.

- 43 Усов, В. Н. КНР: от «культурной революции» к реформам и открытости (1976–1984 гг.) / В. Н. Усов. – М.: Изд-во Стилсервис, 2003. – 190 с.
- 44 Уткин, А. И. Дипломатия Вудро Вильсона / А. И. Уткин. – М.: Изд-во Международные отношения, 1989. – 322 с.
- 45 Уткин, А. И. Глобализация: процесс и осмысление / А. И. Уткин. – М. Изд-во Международные отношения, 2002. – 254 с.
- 46 У Сюй. Китайская «мягкая сила» не может опираться только на традиции / Сюй У // Шицзи синь. – 2007. – № 10. – С. 43–48.
- 47 Федотова, В. Г. Модернизация «другой» Европы / В. Г. Федотова // Модернизация и глобализация: образы России в XXI веке. – М.: Изд-во Стилсервис, 2002. – 332 с.
- 48 Федорова, Л. Г. Унификации культур / Л. Г. Федорова // Глобалистика. – М.: Изд-во Радуга, 2003. – 1045 с.
- 49 Ход реформы культурной системы Китая // Официальный сайт партийной школы ЦК КПК в пр. Хэбэй. – Шицзячжуан, 2009. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hebdx.com/tabid/63/InfoID/3475/Default.aspx> (дата обращения: 15.03.2020).
- 50 Ху Аньган. Доказательный анализ быстрого возвышения китайских СМИ / Аньган Ху, Сяоцунь Чжан // Чжаньлюэ юй гуаньли. – 2004. – № 3. – С. 24–28.
- 51 Ху Цили. Приветственная речь на IV съезде КПК // Китайский электронный журнал. – Пекин, 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotol-XSPL198502001.htm> (дата обращения: 15.02.2020).
- 52 Цветкова, Н. А. Cultural imperialism: Международная образовательная политика. США в годы «холодной войны» / Н. А. Цветкова. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2007. – С. 41–49.
- 53 Цзя Хуэйминь. Традиционная китайская культура в период реформ и открытости: 1980–2010 гг.: дис. ... канд. Культурологии / Хуэйминь Цзя. – Владивосток, 2017. – 303 с.

- 54 Чертина, З. С. Плавильный котел. Парадигмы этнического развития США / З. С. Чертина. – М.: Изд-во Института всеобщей истории РАН, 2000. – 164 с.
- 55 Шабалов, М. П. Основы культурной политики Китая / М. П. Шабалов // Стратегические приоритеты. – 2014. – № 4. – С. 42–44.
- 56 Шаклеина, Т. А. Современные американские концепции мирового лидерства / Т. А. Шаклеина. – М.: Изд-во Института всеобщей истории РАН, 1999. – 260 с.
- 57 Шаклеина, Т. В. В чем «призвание» Америки? / Т. В. Шаклеина // Международные процессы: электронный научный журнал. – 2004. – № 5. [Электронный ресурс]. URL: <http://intertrends.ru/system/Doc/ArticlePdf/661/Shakleina-05.pdf> (дата обращения: 01.05.2020).
- 58 Appadurai, A. Modernity at large: Cultural dimensions of globalization / A. Appadurai. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996. – 248 p.
- 59 Bakan, J. The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power / J. Bakan. – New York: Free, 2004. – 166 p.
- 60 Barber, B. Jihad vs. McWorld / B. Barber. – New York: Ballantine Books, 1996. – 381 p.
- 61 Confucius Institutes Worldwide // UCLA Confucius Institute. Archived from the original on 12 August 2014. – 2014. – P. 18–26.
- 62 Diamond, L. The Spirit of Democracy: The Struggle to Build Free Societies Throughout the World / L. Diamond. – New York: Times Books/Henry Holt & Co., 2008. – 338 p.
- 63 Featherstone, M. Global Culture: An Introduction / M. Featherstone // Theory Culture Society. – 1990. – № 7. – P. 1–14.
- 64 Gao, Y. Fiction as Reality: Chinese Youths Watching American Television / Y. Gao // Poetics: Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts. – 2016. – № 54. – P. 1–13.
- 65 Gao, Y. Inventing the ‘authentic’ self: American television and Chinese audiences in global Beijing / Y. Gao // Media, Culture & Society. – 2016. – № 38, (8). – P. 1201–1217.

66 Gasper, E. *Globalization Big Book* / E. Gasper. – San Diego: Classroom Complete Press, 2010. – 441 p.

67 Guang, Y. Chinese Writers' Association sees the light / Y. Guang // *China Daily*. – 2011. – Vol. 13, № 4. – P. 74–91.

68 Held, D. *Global Transformations: Politics, Economics and Culture* / D. Held, A. McGrew, D. Goldblatt, J. Perraton. – Stanford: Stanford University Press, 1999. – 540 p.

69 Hongyi, L. *China's soft power and international Relations* / L. Hongyi, Y. Lu. – New York: Routledge, 2012. – 218 p.

70 Huang, H. Historical knowledge and national identity: Evidence from China / H. Huang, X Liu // *Research & Politics*. – 2018. – № 5, (3). – P. 114–124.

71 Hu, J. *China's Responsibilities and the Road of Peaceful Development* / J. Hu // *Xiandai guoji guanxi*. – 2007. – № 14, (5). – P. 43–51.

72 Kurth, J. *The Adolescent Empire. America and the Imperial Idea* / J. Kurth // *The National Interest*. – 1997. – № 3. – P. 144–168.

73 Lasch, Ch. *The Agony of American Left* / Ch. Lasch. – New York: The Nation, 1967. – 198 p.

74 Li, M. *China Debates Soft Power* / M. Li // *Chinese Journal of International Politics*. – 2008. – Vol. 2. – P. 287–308.

75 Keane, M. *Keeping Up with the Neighbors: China's Soft Power Ambitions* / M. Keane // *Cinema Journal*. – 2010. – Vol. 49, № 3. – P. 130–135.

76 Mendis, P. *Glocalization: The Human Side of Globalization as If the Washington Consensus Mattered* / P. Mendis. – New York: Lulu Press. – 2007. – 442 p.

77 Penn, B. *China Business: A broader education* / B. Penn. – Wellington: The New Zealand Herald. – 2014. – 200 p.

78 Pieterse, J. N. *Globalization and Culture: Global Mélange* / J. N. Pieterse. – Lanham: Rowman & Littlefield, 2009. – 149 p.

79 *Ratings for China generally favorable* // Pew research center. – 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pewglobal.org/2014/07/14/global-opposition-to-u>

s-surveillance-and-drones-but-limited-harm-toamericas-image/pg-2014-07-14-balance-of-power-2-01/ (дата обращения: 24.04.2020).

80 Ritzer, G. The McDonalization Thesis: Explorations and Extensions (Studies in Rural Culture) / G. Ritzer. – London: SAGE Publications Ltd, 1998. – 224 p.

81 Rodriguez, T. Global Markets, Global Corporations: How European Competition Policy Responds to Globalization / T. Rodriguez. – Oxford: JAI Press, 2006. – 235 p.

82 Soros, G. George Soros on Globalization / G. Soros. – Oxford: Public Affairs, 2002. – 210 p.

83 The Internet in China // Chinese Government's Official Web Portal. – 2014. [Электронный ресурс]. URL: http://english.www.gov.cn/news/videos/202005/27/content_WS5ecda800c6d0b3f0e9498bc7.html (дата обращения: 08.04.2020).

84 Tomlinson, J. Globalization and Culture / J. Tomlinson. – Chicago: University of Chicago Press, 1999. – 248 p.

85 Waters, M. Globalization (Key Ideas) / M. Waters. – New York: Routledge, 1995. – 268 p.

86 Nolan, M. Globalization / M. Nolan, R. Shuey, R. Kiely. – Huntington: Nova Science Publishers, Inc, 2001. – 96 p.

87 Zhang, X. China's International Broadcasting: A Case Study of CCTV International / X. Zhang // Soft Power in China Public Diplomacy through Communication. – 2011. – P. 57–71.

88 Zizek, S. Sinicisation / S. Zizek // London Review of Books. – Vol. 37, № 14. – 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lrb.co.uk/the-paper/v37/n14/slavoj-zizek/sinicisation> (дата обращения: 06.05.2020).

89 1984 нянь мэйго синь ао'эрлян шибохуэй чжунго гуань [1984年美国新奥尔良世博会中国馆]. Китайский павильон, Экспо-1984, Новый Орлеан, США // Чжунхуа жэньминь гунхэго гоуюань синьвэнь баньгунши. – 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scio.gov.cn/ztk/wh/07/5/Document/645331/645331.htm> (дата обращения: 01.05.2020). (на кит. яз.).

90 Мэйли ицзю (мэйли ицзю дэ гу хуэй фэнь) [美丽依旧 (美丽依旧的殷慧芬)]. Вечно красивая Инь Хуэйфэнь // Хань мэй фаньвэнь. – 2019. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hanmyu.com/yuegongzuozongjie/2019/0404/414906.html> (дата обращения: 15.04.2020). (на кит. яз.).

91 2018 нянь вэньхуа чанье баочи пинвэнь цзэнчжан [2018 年文化产业保持平稳增长]. Культурная индустрия поддерживает устойчивый рост в 2018 году // Чжунхуа жэньминь гунхэго чжунян жэньминь чжэнфу. – 2019. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gov.cn/shuju/201902/13/content_5365204.htm (дата обращения: 16.03.2020). (на кит. яз.).

92 2020 нянь чжунго юси хане хайвай шичан фэньси: “цзоу чуцзюй” иньфа чжунго жэ идун юси фачжань цянъли та [2020 年中国游戏行业海外市场分析: “走出去” 引发中国热移动游戏发展潜力大]. Зарубежный анализ китайской игровой индустрии: горячий потенциал развития мобильных игр в Китае // Цяньчжань чанье янь цзю юань. – 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://bg.qianzhan.com/report/detail/300/200204-a9d71de6.html> (дата обращения: 28.04.2020). (на кит. яз.).

93 Хуан Сюйдун. Лунь вэньхуа цюаньцю хуа бэйцзин ся ди дан дай чжунго вэньхуа фачжань чжаньлюйэ [黄旭东. 论文化 全球化背景下的当代中国文化发展战略]. О стратегии культурного развития современной китайской культуры на фоне глобализации / Сюйдун Хуан // Хэнань шэ хуэй кэсюэ. – 2009. – № 17 (3). – С. 140–143. (на кит. яз.).

94 И Цзюньцин. Цюаньцю хуа дэ вэньхуа лоцзи юй чжунго дэ вэньхуа цзинюй [衣俊卿. 全球化的文化逻辑与中国的文化境遇]. Культурная логика глобализации и культурная ситуация в Китае / Цзюньцин И // Философские исследования и социальные науки. – 2002. – № 1. – С. 13–20. (на кит. яз.).

95 Юй Пэй. Цянь си цзинци цюаньцю хуа хэ вэньхуа доян хуа – цзянь пин «вэньхуа цюаньцю хуа» дэ вэньхуа диго чжуи бэньчжи [于沛. 浅析经济全球化和文化多样化 – 兼评 «文化全球化» 的文化帝国主义本质]. Анализ экономической

глобализации и культурного разнообразия: суть культурного империализма в контексте культурной глобализации / Пэй Юй // Теоретическое обозрение. – 2007. – № 10. – С. 63–69. (на кит. яз.).

96 Чжан Бо. И чжун гоу цю шэнцунь – гуаньюй циси цзе минюнь дэ сыкао [张勃. 以重构求生存 – 关于七夕节命运的思考]. От реорганизации до выживания – о судьбе праздника Цисии / Бо Чжан // Народная культура. – 2004. – № 3. – С. 74–80. (на кит. яз.).

97 Ли Лан. Гуаньюй сифан цзежи дуй дасюэшэн инсян дэ дяоча фэнъси – и цинхуа дасюэ вэй ли [李朗. 关于西方节日对大学生影响的调查分析 – 以清华大学为例]. Анализ влияния западных праздников на студентов университетов: на примере студентов Цинхуаского университета / Лан Ли // Исследования проблем китайской молодежи. – 2005. – № 5. – С. 60–63. (на кит. яз.).

98 Сунь Тинань. Дасюэшэн цзичэн вого чуаньтун цзежи вэньхуа юй сишоу сифан цзежи вэньхуа дэ сыкао [孙体楠. 大学生继承我国传统节日文化与吸收西方节日文化的思考]. Размышления о наследии традиционной китайской праздничной культуры и об увлечении молодежи западной праздничной культурой / Тинань Сунь // Вестник молодых работников в провинции Шаньдун. – 2010. – № 143. – С. 42–45. (на кит. яз.).

99 Хуан Хайянь. Лунь сифан цзежи вэньхуа дуй циннянь цзячжигуань дэ инсян [黄海燕. 论西方节日文化对青年价值观的影响]. О влиянии западных праздников на мировоззрение молодежи / Хайянь Хуан // Вестник Аньхуэйского политехнического университета. – 2015. – № 30, (3). – С. 27–31. (на кит. яз.).

100 Ху Цзиньтао: «Гаоцзюй чжунго тэсэ шэхуэй чжуи вэйда цичжи вэй доцюй цюаньянь цзяньшэ сяокан шэхуэй синь шэнли эр фэньдоу» – цзай чжунго гунчаньдан ди шици цы цюаньго дайбяо дахуэй шан дэ баогао (2007 нянь 10 юэ 15 жи) [胡锦涛: «高举中国特色社会主义伟大旗帜 为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗» – 在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告 (2007年10月15日)]. Ху Цзиньтао: «Высоко нести великое знамя социализма с китайской спецификой,

чтобы достигнуть новых побед в деле строительства средне зажиточного общества по всем направлениям» / докл. на XVII съезде народ. представителей КПК (15 октября 2007 г.) // Жэньминь жибао. – 2007. – С. 1–18. (на кит. яз.).