

УДК 008(510)

UDC 008 (510)

**СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНОГО
КУЛЬТУРНОГО ИМИДЖА КИТАЯ
СРЕДСТВАМИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ
КУЛЬТУРЫ****THE STRATEGY OF PROMOTING
CHINA'S INTERNATIONAL
CULTURAL IMAGE BY
MEANS OF ARTISTIC
CULTURE****Чжэн Чао,***аспирант кафедры культурологии БГУ***Zheng Chao,***Postgraduate Student of the Department
of Cultural Studies, BSU*

Поступила в редакцию 22.03.23.

Received on 22.03.23.

Международный культурный имидж является воплощением культурной мягкой силы, а также важной частью укрепления национальной сплоченности и внешней привлекательности страны. Вступление в XXI век, в то время как процесс экономической модернизации Китая продолжает ускоряться, также показывает слабость современного культурного строительства Китая. В контексте усиления культурной конкуренции между различными странами усиление культурной мягкой силы Китая и формирование хорошего международного культурного имиджа стало главной задачей нынешнего китайского правительства. Как типичный представитель культуры искусство играет жизненно важную роль в повышении международного культурного имиджа. Данная статья, основываясь на исследовании текущей ситуации с международным культурным имиджем Китая, раскрывает насущные проблемы, с которыми он сталкивается. Начиная с создания и распространения произведений искусства, в статье предлагаются стратегии совершенствования международного культурного имиджа посредством художественной культуры. Это помогает сформировать международный культурный имидж Китая в соответствии с особенностями истории страны, которая является уверенной, открытой, толерантной, синтезирующей в себе традиции и современность.

Ключевые слова: международный культурный имидж Китая, художественная культура, мягкая сила, стратегия, искусство.

The international cultural image is the embodiment of the country's cultural soft power, as well as an important part of strengthening national cohesion and external attractiveness. The entry into the 21st century, while the process of China's economic modernization continues to accelerate, also shows the weakness of China's modern cultural construction. In the context of increasing cultural competition between different countries, the strengthening of China's cultural soft power and the formation of a good international cultural image has become the main task of the current Chinese government. As a typical representative of culture, art plays a vital role in enhancing the international cultural image. This article, based on a study of the current situation with China's international cultural image, reveals the problems it faces. Starting with the creation and distribution of works of art, it offers strategies for improving the international cultural image through artistic culture. This helps to form an international cultural image of China with Chinese characteristics, which is confident, open, tolerant and combines tradition and modernity.

Keywords: international cultural image of China, artistic culture, soft power, strategy, art.

Введение. Восприятие образа Китая в западных странах – это процесс, подвергающийся постоянным изменениям. Исторически Китай всегда был экспортером прогрессивной и одновременно самобытной культуры. Высокий уровень производительности и широкий спектр видов искусства заложили прочную основу для раннего периода становления китайской культуры. В глазах других стран Китай казался очень привлекательной цивилизацией, а также страной самобытных церемоний, вежливости и этикета. С начала XIX в. в силу ряда внешних и внутренних факторов Китай начал постепенно отставать от западных держав по всем основным политическим и экономическим аспектам и получил имидж отсталого, авторитарного, коррумпированного и невежественного государства. После создания Нового Китая и вплоть до начала «Политики реформ и открытости» «Культурная революция»

и концепция закрытости способствовали еще большему отставанию китайской культурной сферы, а также сильно ограничивали возможности культурной коммуникации и обмена с другими странами. Международное научное впечатление о культуре Китая остановилось на мнении, что его историко-культурное наследие очень богато, а строительство современной культуры, напротив, сильно отстает от остального мира. К 1990-м гг. все экономические и культурные аспекты Китая начали медленно восстанавливаться. Западные страны, опасаясь, что их положение находится под угрозой, использовали основные средства массовой информации для преднамеренного очернения имиджа Китая, а также, применяя свой влиятельный международный голос, при помощи ряда рекламных средств и механизмов, таких как выставки, отборы, награды, коллекции и спонсорство, стали

проникать в Китай и пытаться установить свои ценностные критерии. Этот вид культурного колониализма оказал серьезное влияние на идеологию восхищения иностранными идеями в области кино, телевидения, литературы и изобразительного искусства. Вступление в XXI век, особенно после реализации инициативы «Один пояс и один путь», общий имидж Китая неуклонно растет, а его внутренние дела и международные отношения получают положительную оценку. Так, международное влияние экономики Китая получило признание, ее будущее развитие вызывает доверие за рубежом. Между тем мы наблюдаем, что по сравнению с быстро развивающейся экономикой развитие и распространение китайской культуры происходят относительно медленно, а ее международное влияние намного меньше, чем влияние Европы, Америки или даже Японии и Южной Кореи. На фоне того, что культурная глобализация становилась более заметной, китайское правительство осознало отсутствие влияния китайской культуры на международный дискурс, поэтому активизировало свои усилия по созданию собственной культурной мягкой силы, тем самым улучшая международное влияние и международный культурный имидж китайской культуры.

Основная часть. Джозеф Най отмечал, что всеобъемлющая национальная мощь страны включает в себя как «жесткую силу», выраженную экономической, научно-технической, военной мощью и т. д., так и «мягкую силу», отраженную в культурной и идеологической привлекательности. Джозеф Най подчеркивал: «И жесткая, и мягкая сила важны, но в информационную эпоху мягкая сила становится более заметной, чем когда-либо прежде» [1, с. 220]. Международный культурный имидж – это взгляд и оценка международным сообществом культурного развития и влияния страны. Он составляет важную часть «мягкой силы» страны, а также является своего рода обратной связью об эффективности международного распространения культурных символов, концепций и ценностей той или иной страны. «Один пояс и один путь» – это уже новая сцена, с которой новый Китай демонстрирует миру концепцию мирного развития и взаимовыгодного сотрудничества и которая способствует установлению контактов между мировыми цивилизациями и культурным развитием, а также предоставляет Китаю реальную и важную возможность показать миру образ китайской культуры. Формирование международного культурного имиджа страны включает два уровня: первый – «строительство собственной культуры страны» и второй – «международное распространение культуры страны». Только при интенсивном и качественном культурном строительстве могут быть хорошие коммуникационные ресурсы, а хорошие культурные ресурсы должны обеспечивать высокий уровень распространения этой культуры. Внешнего распространения имиджа Китая, основанного только на официальных пресс-релизах и официальных представлениях, далеко не достаточно, а пола-

гаться на иностранцев, которые приедут в страну для получения личного опыта и понимания, можно лишь в очень ограниченной степени. Литература и искусство – лучшие средства коммуникации, и они могут сыграть незаменимую роль в этом отношении: романы, эссе, поэзия, картины, фотографии, фильмы, телесериалы, музыкальные произведения – все это может подарить иностранцам уникальную способность познать Китай, привлечь и впечатлить людей своим особым обаянием [2, с. 15]. Исходя из этого, в данной статье предлагаются конкретные меры и предложения по улучшению международного культурного имиджа Китая с точки зрения художественной культуры.

1. Сохранение уверенности в собственной культуре, а также содержание должно отражать основные ценности Китая.

Прежде всего, в процессе художественного творчества необходимо в полной мере исследовать и использовать суть традиционной китайской культуры, придавая ей при этом дух времени и создавая новые произведения искусства, отвечающие эстетическим вкусам современных людей. В то же время мы должны стремиться наследовать и продвигать выдающиеся образцы и ценности китайской нации и укреплять чувство общности людей с китайской культурой. Возьмем, к примеру, кино- и телеискусство. Фильмы часто содержат культурный отпечаток и ценности той или иной страны и являются идеальным носителем для передачи культуры. В процессе создания фильмов, помимо пристального внимания к практическим и актуальным вопросам национальной экономики и жизнеобеспечения людей, кинокартины демонстрируют глубокое осмысление и осознание этих вопросов современными китайцами, отражая в художественном произведении человеческие идеалы и заботы. Также необходимо обращать внимание на повышение осведомленности о национальном культурном имидже, разработку концепции глобализации и рассмотрение формирования национального образа в перспективе глобализации. Содержание и форма работы должны не только иметь местный, национальный колорит, но и отражать глобальные универсальные ценности. Фильмы «Операция в Красном море» и «Война волков», основанные на реальных событиях, демонстрируют патриотизм и национальный дух, а также благородство и гуманность китайских солдат, настойчивых, самоотверженно исполняющих свой долг, работающих сообща и готовых к самопожертвованию. Данные фильмы завоевали популярность как внутри Китая, так и за рубежом. Таким образом, благодаря распространению превосходных фильмов и телевизионных работ национальный дух Китая, направленный на поиск «истины, добра и красоты», может найти отклик у иностранной аудитории и сыграть значительную роль в улучшении международного имиджа Китая.

2. Повышать уровень развития талантов в художественной индустрии и их конкурентоспособность.

Человеческие ресурсы являются основным производственным фактором в индустрии художественной культуры, и содействие оптимальному распределению человеческих ресурсов является ключом к развитию сферы художественной культуры. «План культурного развития в период 13-й пятилетки», предложенный Министерством культуры, нацелен на «формирование иерархического и систематического механизма обучения талантов, воспитание ведущих деятелей литературы и искусства, высококлассных талантов в литературе и искусстве». Также «необходимо поощрять инновации в творчестве, углублять реформы системы развития талантов, улучшать оценку талантов, поток и механизмы их стимулирования, а также обеспечивать мощную поддержку талантов для общего повышения уровня художественного творчества» [3, с. 23]. Необходимо создать многоуровневую систему комплексного обучения талантов «искусство +», «технологии +», в полной мере использовать преимущества университетов в развитии культурных талантов, поощрять и поддерживать университеты в развитии дисциплин культурной индустрии и культурного строительства, а также сосредоточиться на новых идеях и возможностях для талантливых людей и продвигать совместное развитие высококлассных талантов в новых формах искусства и культуры на предприятиях, в университетах и научно-исследовательских институтах. Также необходимо увеличить инвестиции в развитие международных культурных талантов. А именно, увеличение отбора студентов-искусствоведов за рубежом и обучение талантов в области культурного менеджмента, творческих талантов и профессиональных технических талантов, которые бы овладевали навыками иностранного языка и знали правила работы международного культурного рынка. К ним относятся международные эксперты по инвестициям в культурную индустрию, международные кино- и телепродюсеры, международные литературные деятели и т. д.

3. Глубже развивать производные от традиционного искусства и культуры, а также создавать культурный бренд с китайскими особенностями.

В «Плане культурного развития и реформ на 13-ю пятилетку» Министерства культуры КНР четко сформулирован план поддержки культурных и творческих продуктов: «Осуществлять политику и принимать меры по содействию развитию культурных и творческих продуктов, проводить презентации, создавать платформы, заниматься продвижением, а также объединить активность общественных сил, таких как музеи, библиотеки, художественные галереи и другие объекты культурного наследия, и креативных проектных организаций» [4]. Например, музей «гугон» еще в 2011 г. начал развивать рынок своей культурной продукции и формировать собственный культурный бренд. Культурные продукты музея «гугон» сочетают восточный эстетический колорит с практической ценностью, а линейка представленных товаров максимально расширяется: от мелочей вроде бумажных вееров, компьютерных мышей

и украшений до ювелирных изделий и драгоценностей. Все они пользуются популярностью среди посетителей. С постепенным и неуклонным продвижением инициативы «Один пояс и один путь» музей «гугон» начал продвигать свои культурные производные и собственный бренд за рубежом. В 2017 г. он принял участие Licensing Expo в США (Лас-Вегас), во «Всемирной выставке канцелярских товаров во Франкфурте» и был представлен на официальном тематическом стенде Китая «Память и современность» в рамках 57-й Венецианской художественной биеннале. Такой синтез исторического и художественного характера музейных экспонатов с привлекательностью, практичностью и интерактивностью товаров, а также превращение ценности художественной культуры в культурный бренд с китайскими особенностями не только может помочь китайским культурным маркам, представляющим восточную эстетику, выйти на мировой рынок, но также может осуществлять его пропагандировать и распространять, позволяя людям по всему миру лучше понять и узнать китайскую культуру.

4. Использовать новые медиаплатформы для распространения китайской художественной культуры.

Помимо стимулирования строительства культурной индустрии, еще один важный способ расширить распространение китайской культуры в рамках инициативы «Один пояс и один путь» – это использование современных средств массовой информации. И, преодолевая временные и пространственные ограничения, создавать новые мощные и влиятельные способы распространения культуры. В связи с постоянным развитием объединенных СМИ появилось несколько их видов. Информация находит нас в любом месте и используется каждым из нас, что привело к большим изменениям информационной среды, информационных структур и методов распространения информации. Мы должны использовать достижения информационной революции для ускорения построения интегрированной модели коммуникации всех средств массовой информации [5]. В настоящее время люди по всему миру, особенно молодое поколение, уже привыкли вместо традиционных средств массовой информации использовать онлайн-каналы. Распространение в Интернете отличается удобством, скоростью и массовостью охватов. Возьмем для примера популярную сегодня социальную сеть с короткими видео (Тик Ток). Данный метод коммуникации и распространения отличается краткостью, быстротой и точностью, доступен для пользователей в любое время и в любом месте по их желанию. Таким образом, необходимо учитывать привычки современного населения, использующего новые средства массовой информации, и особенности распространения в Интернете, а также создавать больше произведений искусства с китайскими особенностями, доступных к просмотру для зрителей за рубежом. В процессе внешней коммуникации, помимо укрепления внутренних медийных платформ, для более

высокой эффективности также важно использовать зарубежные социальные сети. Так, в дополнение к широко используемым внутренним социальным сетям, таким как WeChat, Weibo и Douyin, необходимо активно расширять коммуникационное влияние на таких социальных коммуникационных платформах, как GTFA (Google, Twitter, Facebook и Amazon), а именно, регистрировать аккаунты, публиковать изображения и тексты и активно продвигать свой профиль для привлечения трафика. Кроме того, необходимо активно использовать появляющиеся технологии новых медиа, такие как VR, H5, прямые трансляции и другие режимы, позволяющие повысить интерактивность и сделать общение более приятным, что, в свою очередь, вызовет больший интерес и более активное участие иностранной аудитории, направит их процесс знакомства с китайской культурой, а также позволит им добровольно участвовать в процессе ее распространения. Также необходимо сочетать местные политические установки и своеобразные условия и обычаи, чтобы доносить до людей подходящие им выдающиеся произведения искусства, а также для большей эффективности коммуникации.

5. Эффективно использовать крупномасштабные международные культурные мероприятия для демонстрации выдающейся культуры Китая.

Церемония открытия Олимпийских игр и Зимняя Олимпиада в Пекине с успехом продемонстрировала миру китайскую культуру. Серия номеров подарила публике аудиовизуальный праздник китайской культуры, продемонстрировала утонченность и красоту традиционной китайской культуры. На различных международных неделях моды дизайнеры используют узоры, цвета, техники и формы, полные китайского очарования, сочетая таким образом традиции с современностью и делая китайский дизайн и китайские элементы узнаваемыми и привлекательными для зрителей. Помимо демонстрации новых идей и технологий страны, Всемирная выставка также предоставляет хорошую возможность для продвижения культуры страны. В контексте международного культурного обмена глобальные события, такие как Олимпийские игры и Всемирные выставки, отличаются крупными фондами, масштабными платформами, большой продолжительностью, множеством тем и высоким уровнем внимания со стороны людей. Крупномасштабные международные мероприятия и международные спортивные соревнования – это не только технологическая и спортивная арены, но и международная культурная арена. Они играют огромную роль в улучшении имиджа страны и могут значительно повысить международную репутацию

и глобальное влияние страны. Следовательно, необходимо в полной мере использовать международные мероприятия для демонстрации особенностей китайской художественной культуры, а также активно участвовать в крупномасштабных мероприятиях по международному обмену, чтобы показать миру разнообразную и процветающую азиатскую культуру и укрепить международное влияние китайской культуры.

6. Осуществлять многоуровневый культурный обмен и усиливать эффективность межличностного общения

Международный культурный обмен должен быть насыщенным и красочным, многоуровневым и широкомасштабным, идти в ногу со временем, преобразовываться и обновляться. Прежде всего, усовершенствовать механизм культурного сотрудничества между странами, а затем двигать культурные обмены и сотрудничество между правительствами на всех уровнях. В дополнение к государственной дипломатии необходимо активно поощрять художественные элиты, группы народного творчества и другие общественные силы к активному участию в работе народной дипломатии. На наш взгляд, предпочтительно применение модели «Народ продвигает чиновников, чиновники ведут народ, чиновники и народ действуют одновременно». Также необходимо расширение масштабов мероприятий по культурному обмену, таких как Год китайской культуры, кинофестивали и художественные выставки, поддержка художников, которые вносят особый вклад и воплощают дух китайской эстетики в поездках за границу и способствуют более конкретному и яркому представлению о китайской культуре, чтобы китайская культура и искусство могли стать понятны большему количеству людей, а красота китайской культуры могла распространяться за рубежом.

Заключение. Создание китайского культурного имиджа является ключевым звеном для укрепления мягкой силы китайской культуры и влияния китайской культуры. Это важный способ показать миру истинный, всеобъемлющий Китай, кроме того, это мощный инструмент поддержки процесса формирования имиджа цивилизованной и современной великой страны. Создание китайского культурного имиджа в новую эпоху должно быть новой отправной точкой, открывающей новую фазу китайского культурного строительства, формирования образа страны и международной коммуникации. Создание и эффективное распространение китайской художественной культуры является главным приоритетом для укрепления международного культурного имиджа Китая.

ЛИТЕРАТУРА

1. 约瑟夫·奈. 硬权力与软实力[M]. 北京大学出版社, 2005. 220页= Джозеф, NYE. Жесткая сила и мягкая сила / NYE Джозеф. – Пекин : Изд-во ун-та Пекинского, 2008. – 220с.

REFERENCES

1. 约瑟夫·奈. 硬权力与软实力[M]. 北京大学出版社, 2005. 220页= Dzhozef, NYE. Zhestkaya sila i myagkaya sila / NYE Dzhozef. – Pekin : Izd-vo un-ta Pekinskogo, 2008. – 220s.

2. 习近平. 在文艺工作座谈会上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2015.15页= Си Цзиньпин. Выступление на симпозиуме по литературно-художественному творчеству / Цзиньпин Си. – Пекин : Изд-во Народного, 2015. – 15 с.
3. 《文化部“十三五”时期艺术创作规划》 [网络资源] //中国政府网. – 网址: http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/13/content_5210005.htm. – 登录日期: 2023年2月11日(Планирование художественного творчества периода «13-й пятилетки» Министерства культуры Китая [Электронный ресурс] // Офиц. портал Правительства КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/13/content_5210005.htm. – Дата доступа: 11.2.2023)
4. 《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》 [网络资源] //百度文库. – 网址: <https://wenku.baidu.com/view/ed60baf6a68da0116c175f0e7cd184254b351b2a.html>. 登录日期: 2023年2月11日 (Планирование культурного развития и реформпериода «13-й пятилетки» Министерства культуры Китая [Электронный ресурс] // Офиц. портал Правительства КНР. – Режим доступа: <https://wenku.baidu.com/view/ed60baf6a68da0116c175f0e7cd184254b351b2a.html>. – Дата доступа: 11.2.2023)
5. 《习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习会议上的讲话》. [网络资源] //中国政府网. – 网址: http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content_5361197.htm. 登录日期: 2023年3月2日(2019-01-27.Выступление Генерального секретаря Си Цзиньпина на 12-м Коллективном учебном заседании Политбюро ЦК КПК [Электронный ресурс] // Офиц. портал Правительства КНР. – Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content_5361197.htm. – Дата доступа: 2.3.2023).
2. 习近平. 在文艺工作座谈会上的讲话[M]. 北京: 人民出版社, 2015.15页= Si Czin'pin. Vystuplenie na simpoziume po literaturno-hudozhestvennomu tvorchestvu / Czin'pin Si. – Pekin : Izd-vo Narodnogo, 2015. – 15 s.
3. 《文化部“十三五”时期艺术创作规划》 [网络资源] //中国政府网. – 网址: http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/13/content_5210005.htm. – 登录日期: 2023年2月11日(Planirovanie hudozhestvennogo tvorchestva perioda «13-j pyatiletki» Ministerstva kul'tury Kitaya [Elektronnyj resurs] // Ofic. portal Pravitel'stva KNR. – Rezhim dostupa: http://www.gov.cn/xinwen/2017-07/13/content_5210005.htm. – Data dostupa: 11.2.2023)
4. 《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》 [网络资源] //百度文库. – 网址: <https://wenku.baidu.com/view/ed60baf6a68da0116c175f0e7cd184254b351b2a.html>. 登录日期: 2023年2月11日 (Planirovanie kul'turnogo razvitiya i reformperioda «13-j pyatiletki» Ministerstva kul'tury Kitaya [Elektronnyj resurs] // Ofic. portal Pravitel'stva KNR. – Rezhim dostupa: <https://wenku.baidu.com/view/ed60baf6a68da0116c175f0e7cd184254b351b2a.html>. – Data dostupa: 11.2.2023)
5. 《习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习会议上的讲话》. [网络资源] //中国政府网. – 网址: http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content_5361197.htm. 登录日期: 2023年3月2日(2019-01-27.Vystuplenie General'nogo sekretarya Si Czin'pina na 12-m Kollektivnom uchebnom zasedanii Politbyuro CK KPK [Elektronnyj resurs] // Ofic. portal Pravitel'stva KNR. – Rezhim dostupa: http://www.gov.cn/xinwen/2019-01/25/content_5361197.htm. – Data dostupa: 2.3.2023)