

## ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА КИТАЯ

Ван Цзыси, магистр

Российский государственный педагогический университет

(Россия, г. Санкт-Петербург)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-3-2-218-220

**Аннотация.** Актуальность темы обусловлена тем, что в международном контексте беспрецедентных изменений прошлого века Китай заявляет о себе во многих политических, экономических и культурных областях, что привлекает внимание международного сообщества. Перед лицом естественного неприятия Китая западной культурой с точки зрения идеологии, ценностных ориентаций и социальной системы, объективных барьеров в условиях различных цивилизаций, а также искаженного общественного мнения, такого как "теория развала Китая" и "теория китайской угрозы", распространяемые некоторыми западными СМИ Китаю необходимо и дальше повышать "мягкую силу" своего внешнего "культурного дискурса", укреплять свой потенциал международной культурной коммуникации, культурную привлекательность и авторитет своего внешнего дискурса, чтобы лучше распространять голос Китая и рассказывать миру свою историю. Новизна исследования обусловлена недостаточной теоретической базой по теме исследования. Практическая значимость состоит в возможности применения результатов исследования на практике.

**Ключевые слова:** Китай, культура, политика, развитие, взаимодействие.

Чтобы усилить влияние внешнего культурного дискурса Китая в международном сообществе, необходимо создать диверсифицированную и трехмерную модель коммуникации. Современный мир – это открытый мир, а современный Китай – это открытый Китай. Отношения между Китаем и миром претерпевают исторические изменения, и Китаю необходимо лучше понимать мир, а миру – лучше понимать Китай. В то время, когда китайская культура выходит на мировой уровень, Китай должен взять на себя ведущую роль в четырех областях: углубление обменов в рамках гуманитарных программ, расширение распространения книг за рубежом, повышение качества иностранных переводов и развитие китаеведения.

С начала 21 века Китай запустил различные культурные проекты для иностранцев. К ним относятся национальный крупный издательский проект "Библиотека Большого Китая" в 1995 году, проект "Институт Конфуция" с 2004 года и "Проект академического перевода на китайский язык" в 2010 году. "Проект Института Конфуция, созданный в 2004 году, и Проект китайского академического перевода,

созданный в 2010 году, сформировали ряд влиятельных на международном уровне платформ для культурного обмена и распространения информации. Используя соответствующие преимущества платформ в плане культурных, академических и языковых обменов, Китай смог распространить в мире традиционную китайскую культуру и концепцию Си Цзиньпина "Социалистическая идеология с китайскими особенностями для новой эпохи", тем самым усилив "мягкую силу" "культурного дискурса" Китая на международной арене [1].

Институты Конфуция – это окно для изучения китайского языка, китайской культуры и китайского общества, а также преимущество международного обмена через прямое сотрудничество и общение между Китаем и академическим сообществом других стран, особенно зарубежным синологическим сообществом. Институты Конфуция имеют самый широкий внешний охват, и в условиях наличия более 500 Институтов Конфуция и более 1000 классов Конфуция за рубежом, необходимо запустить больше форм языковых и культурных программ. Поэтому необходимо и

дальше совершенствовать режим языковой коммуникации, чтобы лучше распространять голос Китая, отражать основные ценности китайской культуры, формировать хороший образ китайской цивилизации и способствовать повышению "мягкой силы" китайского внешнекультурного дискурса [2].

Наиболее эффективным способом распространения основных ценностей китайской культуры является инициатива Китая принять участие в "диалоге" на мировой книжной сцене. В настоящее время Китай сталкивается с "дефицитом дискурса" на международной арене, и сила дискурса для влияния на мировые ценности все еще недостаточна. В настоящее время общая картина международного общественного мнения такова, что Запад силен, а мы слабы, и мы часто не можем доказать свою правоту, или не можем доказать свою правоту. Когда мы сталкиваемся с неприятием и сопротивлением западной культуры, китайских поверхностных культурных мероприятий, таких как китайские панды и китайская культура кино и телевидения, недостаточно, чтобы рассеять враждебность и злобное неприятие западных СМИ, и нам необходимо представить миру прекрасные произведения, которые действительно отражают экономическое, политическое и социальное развитие Китая и великие достижения реформ и открытости за 40 лет. Поэтому китайские переводчики, издательские учреждения и зарубежная пропаганда должны работать вместе для продвижения китайских книг и культуры на мировой гуманитарной арене с помощью "Программы продвижения китайских книг за рубежом" [3].

Прежде всего, режим распространения за рубежом переведенных иностранных книг должен искать разнообразные каналы распространения, хорошо работать над экспортом китайских книг и усиливать влияние электронных книг и журналов на зарубежную китайскую культуру. В настоящее время комплексное использование средств массовой информации и создание книжных сетей в интернет-пространстве стали развивающимися операционными моделями на международном уровне.

Необходимо приложить больше усилий для включения электронных книг в зарубежные сетевые каналы в соответствии с поиском по ключевым словам и маркированной классификацией, через качественные средства массовой информации с дружественным интерфейсом и удобным управлением, дополненные тематической и фрагментарной информацией, такой как сокращенные переводы, отрывки и подборки книг. Создание многоуровневой, трехмерной модели чтения для электронных книг более эффективно для привлечения читательской аудитории, например, рассказывать истории канонических книг на понятном для молодежи языке, что способствует привлечению молодой аудитории за рубежом [4].

Кроме того, физические пространства также являются важным средством распространения книг за рубежом. Развитие рыночного сотрудничества между китайскими книгами и авторитетными зарубежными издательскими учреждениями – это огромный проект в зарубежной пропаганде. Китайским издательским организациям необходимо укреплять сотрудничество с всемирно известными медиагруппами для расширения каналов распространения книгоиздания на зарубежных книжных рынках, чтобы книги, представляющие культурную ценность, такие как китайская философия, история, литература, искусство, религия и фольклор, могли беспрепятственно выходить на зарубежные книжные рынки. Для этого китайские книги должны усилить продвижение на международном книжном рынке, использовать большие данные интернета, мобильные социальные сети, укреплять сотрудничество с зарубежными книжными платформами, участвовать в международных книжных ярмарках, фестивалях культурного обмена и других мероприятиях в магазинах, чтобы расширить влияние китайских книг на зарубежных физических рынках. Только когда китайские книги попадут в основные международные каналы распространения, можно усилить культурную "мягкую силу" и укрепить позиции Китая в мировом дискурсе [6].

Для распространения современных китайских ценностей и демонстрации китайского культурного наследия Китай всегда придерживался идеи "чем больше национального, тем больше глобального". Чтобы усилить свое международное влияние и дискурс, Китай должен разработать планы с конкретными целями, путями и методами, построить многомерную коммуника-

ционную модель "культурного дискурса", войти в западную культуру таким образом, чтобы это было приемлемо для западной аудитории, и в конечном итоге эффективно распространить основные ценности китайской культуры и голос Китая. Это позволит эффективно распространять основные ценности китайской культуры и голос Китая.

#### Библиографический список

1. Чжао С., Малинина Н.Л. Анализ деятельности института Конфуция по продвижению культурной политики Китая в китайской и российской научной традиции // Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук. – 2018. – С. 27-34.
2. Цзык Г.И. Культурная дипломатия в современных международных отношениях (на примере России и Китая) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Всеобщая история. – 2018. – Т. 10. – № 2. – С. 135-144.
3. Чебунин А.В. Китайский язык как инструмент культурной политики и "мягкой силы" // Международная образовательная деятельность как фактор развития и сотрудничества высших учебных заведений в современном поликультурном мире. – 2018. – С. 39-44.
4. Мухаметов Р.С. Культурная дипломатия КНР: институты, инструменты и проблемы // Tempus et Memoria. – 2019. – Т. 14. – № 4/194. – С. 150-157.
5. Синь Ч. Деятельность КНР по международному продвижению китайских языка и культуры // Общество: философия, история, культура. – 2020. – №2 (70).
6. Важенина Е. В. Языковые реформы в Китае во второй половине XX века как инструмент внешней и внутренней культурной политики (трансформация Weijing на материале газетных заголовков The New York Times) // Китай и соседи. – 2021. – С. 35-39.

### FOREIGN CULTURAL POLICY OF CHINA

**Wang Zixi**, *master*

**Russian State Pedagogical University**  
(Russia, St. Petersburg)

**Abstract.** *The relevance of the topic stems from the fact that in the international context of the unprecedented changes of the last century, China asserts itself in many political, economic and cultural fields, which attracts the attention of the international community. In the face of the natural rejection of China by Western culture in terms of ideology, value orientations and social system, objective barriers in the context of different civilizations, as well as distorted public opinion such as the "Chinese breakdown theory" and "Chinese threat theory" spread by some Western media China needs to further enhance the "soft power" of its external "cultural discourse", strengthen its international cultural communication capacity, cultural attractiveness and authority of its external discourse The novelty of the study is due to the insufficient theoretical basis on the research topic. The practical significance lies in the possibility of applying the results of the study in practice.*

**Keywords:** *China, culture, politics, development, interaction.*