

DOI 10.35775/PSI.2025.124.12.033

УДК 32.327

СЮЭ СЯОХАНЬ

аспирант, Санкт-Петербургский
государственный университет,
Россия, г. Санкт-Петербург
E-mail: 495644619@qq.com

СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ КИТАЙСКОЙ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ И ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ВЕЛИКОЙ ДЕРЖАВЫ

В контексте глобального дефицита доверия и доминирования западного дискурса имидж Китая сталкивается с проблемой «формирования другими». Основываясь на теориях мягкой силы и конструктивизма, данная статья предлагает подход к международному распространению традиционной китайской культуры, ключевым аспектом которого является переход от демонстрации культурных символов к передаче ценностных основ. Посредством взаимодополняющих официальных и народных многогранных путей такие концепции китайской цивилизации, как «человеколюбие» (жэньай), «гармония и единство» (хэхэ) и «всеобщее единение» (тянься датун), преобразуются в универсальные ценности, понятные и признаваемые международным сообществом. Это обеспечивает глубокую культурную динамику и теоретическую поддержку для формирования образа великой державы как «достоверного, привлекательного и уважаемого», усиления права голоса в глобальном управлении и восстановления глобальной системы доверия.

Ключевые слова: традиционная китайская культура, международное распространение, имидж великой державы.

На фоне продолжающегося усиления культурного самосознания стран Глобального Юга возникает возможность реконфигурации глобального культурного ландшафта. Китай, хотя и стал мировой экономической и торговой державой, продолжает сталкиваться с ограничениями в формировании своего международного образа в рамках западной доминирующей дискурсивной системы. «Согласно отчету Исследовательского центра Пью за 2024 год, 81% американцев демонстрируют негативное отношение к Китаю» [6]. Корни этой имиджевой проблемы кроются не только в асимметрии дискурсивного влияния при распространении культурных ценностей, но и, в более значительной степени, в неспособности адаптироваться к потребности в когнитивной реконструкции в условиях меняющегося глобального культурного ландшафта. Си Цзиньпин на нескольких случаях подчеркивал: «Твердо придерживаясь позиций китайской культуры...демонстрировать миру имидж Китая, достойного

доверия, одобрения и уважения» [8]. Данный подход определяет стратегические ориентиры для международного распространения традиционной культуры.

Как указывает теория конструктивизма, идентичность и самоидентификация государства могут формироваться в практике интересубъективного взаимодействия, что означает обладание национальным имиджем свойством пластичности. Культурная коммуникация выступает одной из эффективных практик перестройки национального имиджа, а выдвигаемая Китаем концепция «обмена и взаимное обучение между цивилизациями» углубляет именно это понимание. Как отметил Куан Вэньбо, данная концепция, «основываясь на мудрости китайской цивилизации о гармоничном сосуществовании в «согласие при наличии расхождений», нацелена на построение новой парадигмы международной распространения, преодолевающей цивилизационные барьеры и устраняющей конфликты и разобщенность, пропагандируя равноправный диалог, взаимное уважение и углубленное взаимообогащение глобальных культур» [4]. Это знаменует собой переход мышления в международной распространения от «противоборства» к «диалогу», являясь активным преодолением теории «столкновения цивилизаций» и обеспечивая ценностное ядро для данного исследования.

Ключом же к реализации такого диалога является внедрение интересубъективной перспективы. Как отмечает Ван Чанмин, «культурный обмен на основе традиционной культуры играет важную роль в построении имиджа Китая. Посредством умелого повествования о Китае, распространения китайского голоса, продвижения выдающейся традиционной культуры и формирования субъектности национального образа можно усилить национальную сплоченность, культурную мягкую силу и дипломатический дискурс Китая на международной арене» [1. С. 119-128]. Эта позиция не только проясняет внутреннюю взаимосвязь между распространением традиционной культуры и построением национального имиджа, но и подчеркивает ключевую ценность субъектной активности в коммуникационной практике.

Пути и стратегии распространения: многоканальное построение культурных мостов. Международное распространение традиционной китайской культуры сформировало многомерную сеть, объединяющую множество субъектов, уровней и форм. Официальные каналы и народная инициатива взаимно дополняют друг друга, а цифровые медиа обеспечивают дополнительный импульс для коммуникации, совместно создавая «многоуровневую развязку» межкультурного обмена.

(1) Официальное распространение: макроконструкция под институциональным руководством. Распространение под официальным руководством, имеющее своей основой стратегическое управление, играет роль всеобщего планирования и направления. Посредством создания институционализированных и авторитетных платформ формируется макроструктура для культурного диалога.

Министерство коммерции, Министерство культуры и туризма и другие 25 ведомств совместно опубликовали «Мнения о содействии высококачественному развитию внешней культурной торговли», реализуя план действий «Тысяча

парусов выходят в море». Посредством определения ключевых предприятий и проектов по экспорту культурной продукции осуществляется комплексное продвижение инвестиций и международного сотрудничества в сфере культурного туризма. В начале 2025 года Канцелярия Государственного совета опубликовала «Некоторые экономические политики по стимулированию высококачественного культурного развития», создав систему поддержки по трем направлениям: фискальная, налоговая и финансовая. На фискальном уровне поддерживается строительство зарубежных культурных учреждений и международное сотрудничество в области культурного наследия; на налоговом уровне реализуются льготы по НДС для предприятий культурной пропаганды; на финансовом уровне расширяются каналы финансирования культурных предприятий, поощряя «выход в море» культурных продуктов и услуг. Это закладывает прочную институциональную основу для построения национального имиджа.

Платформы распространения под официальным руководством выполняют функцию «окон» культурной коммуникации. По состоянию на сентябрь 2025 года количество зарубежных китайских культурных центров и туристических представительств достигло 73 единиц [3]. Посредством мероприятий, приуроченных к традиционным праздникам, таким как Праздник Весны и Праздник Луны, углубляется культурное восприятие, а такие формы как выставки нематериального культурного наследия и художественные мастер-классы становятся прямым каналом для знакомства местного населения с традиционной культурой.

Крупномасштабные мероприятия национального уровня повышают статус и влияние культурного распространения. «Год культуры», будучи проектом высшего уровня официального взаимодействия, сочетает в себе механизмы высоких визитов и народного участия, формируя образ Китая как «инициатора цивилизационного диалога». Это продвигает культурную коммуникацию от поверхностной демонстрации праздничной символики к глубокой интерпретации ее духовной сущности. Специализированные мероприятия, такие как международный культурный салон «Водная гармония Цзянсу» с тематикой «Наследие и взаимное обучение», интегрируют нематериальное культурное наследие провинции Цзянсу (например, Куньцой, Сучжоуская вышивка) с понятной международной аудитории проблематикой «сохранения культурного наследия». Подобные инициативы создают платформу для интересубъективного диалога, где региональная культура выступает в качестве носителя, формируя общее смысловое пространство и обеспечивая точную и целенаправленную передачу традиционной культуры.

Художественные гастрольные туры и официальные медиа способствуют модернизации традиционной культуры и ее цифровому распространению. Такие постановки, как «Поэтический танец: путешествие легендарного пейзажа» и «Вин чун», преобразуют статичные культурные символы в художественный язык, доступный для восприятия аудиторией из иных культур, обеспечивая тем самым непосредственную передачу духовно-культурного ядра. Медиа-платформы, такие как CGTN и China.org.cn, через новости, документальные фильмы и другие

формы преодолевают географические и языковые барьеры, предлагая зарубежной аудитории системное культурное толкование.

(2) Народное распространение: жизненные нарративы и микроскопическая реконструкция когнитивных структур. В отличие от макроповествования официальной линии, народная коммуникация, обладая аутентичностью, повседневностью и внеполитическим характером, оказывает непосредственное воздействие на повседневную жизнь и эмоциональные структуры аудитории из иных культур на микроуровне, что зачастую приводит к более profoundной реконструкции восприятия.

Культурные продукты, благодаря своим развлекательным свойствам, становятся медиатором традиционной культуры среди молодого поколения. Такие формы, как фильмы и телесериалы, интернет-литература и мини-сериалы, интегрируют исторические сюжеты, восточную эстетику и этические ценности в развлекательные нарративы, удовлетворяя интерес западного мира к восточной культуре и осуществляя передачу ценностей через эмоциональный резонанс. По данным на март 2025 года, количество приложений, выпущенных на зарубежные рынки китайскими мини-сериалами, достигло 237, а совокупное количество глобальных загрузок превысило 270 миллионов, сформировав модель распространения с центром в Северной Америке, охватывающую Европу, Юго-Восточную Азию, Ближний Восток, Японию и Южную Корею [11]. «Комбинируя элементы традиционной культуры с современной популярной культурой или используя языковые и нарративные подходы, адаптированные к местным особенностям для презентации китайских историй, можно эффективно повысить привлекательность и эффект распространения традиционного культурного контента» [7. С. 112-113].

Появление социальных сетей предоставило индивидуальным распространителям глобальную сцену. Прямые трансляции американского блогера @ishowspeed из Китая подтвердили, что интерактивные практики индивидуальных агентов способны изменять интересующие когнитивные структуры. Как отмечают Ши Аньбинь и его соавторы, таких распространителей можно назвать «людьми третьей культуры», которые, «будучи знакомыми с местной культурой и глубоко понимая зарубежную цивилизацию, становятся «информационными мостами», связывающими различные цивилизации» [13. С. 105-110]. Благодаря своему огромному влиянию на глобальные молодежные субкультуры, данная практика эффективно осуществила межкультурную коммуникацию, преодолевающую геополитические разломы, разрушила укоренившиеся негативные представления и реконструировала более достоверный и позитивный образ Китая. Как метко заметили в комментарии к трансляции: «Десятилетия антикитайской американской пропаганды разрушены 20-летним стримером» – что является яркой иллюстрацией того, как новые интерактивные практики подорывают устоявшиеся ментальные конструкции.

2. Оценка эффективности: ценностная идентификация, реконструкция имиджа.

(1) Заложить культурный фундамент образа великой державы. Ядро мягкой силы заключается в том, чтобы «побудить других добровольно следовать твоим ценностям». Иными словами, «лишь когда ключевые ценности страны получают широкое понимание и признание международного сообщества, поднимаются до уровня ценностей, пользующихся всеобщим доверием и служащих ориентиром для действий, – лишь тогда можно считать, что эта страна обрела подлинную и мощную «мягкую силу», способную влиять на мир» [2. С. 169-174]. Когда Китай посредством культурного распространения успешно транслирует такие этические концепции, как «человеколюбие» и «честность», цивилизационный подход «согласие при наличии расхождений» и принцип управления «Поднебесная принадлежит всем», в форму универсальных ценностей, начинает вырисовываться образ «цивилизационной великой державы», исповедующей мир и несущей ответственность. Такой образ, основанный на ценностной идентификации, является источником восприятия Китая как «достоверного, привлекательного и уважаемого», делая его международное поведение более простым для интерпретации в качестве доброжелательного и конструктивного. Согласно майскому 2025 года опросу известного американского исследовательского агентства Morning Consult, чистый показатель благоприятного отношения к Китаю составил +8,8, в то время как у США он упал до -1,5. Данные французской исследовательской организации Ipsos за апрель 2025 года показывают, что уровень поддержки Китая вырос с 47% в 2015 году до 49%, что подтверждает эффективность формирования данного образа.

(2) Китайские инициативы, вносящие вклад в глобальное управление. Внешнее распространение китайской культуры должно не только подчеркивать собственную субъектность, но и создавать общее смысловое пространство, связывая локальные культурные ценности с общечеловеческими. Чжоу Юнь выдвинул положение о том, что «сочетание общности и различия достигается через диалектическое единство взаимонаправленных усилий и согласие при наличии расхождений» [12. С. 64-72]. Данное диалектическое мышление предоставляет методологическое руководство для международной трансформации ценностей традиционной культуры. Инициативы Китая, включая «Сообщество единой судьбы человечества», представляют собой творческое преобразование политического идеала «Великого единения Поднебесной» в концепцию глобального управления, основанную на принципах широких консультаций, совместного вклада и общей выгоды, превращая тем самым мудрость традиционной культуры в новую нормативную силу.

«Когда Китаю предстоит осмысливать проблемы всего мира и нести за него ответственность, он не может оставаться безмолвным, а должен быть способен предложить миру собственное видение» [10]. Когда международное сообщество через культурное распространение заранее понимает и принимает китайское мировоззрение, оно формирует когнитивную основу для восприятия «китайских

подходов», а не наклеивает на них ярлыки «геополитического инструмента» или «гегемонизма».

(3) Вклад в восстановление глобального доверия. В условиях, когда глобальный дефицит доверия обнажает кризис ценностного консенсуса, такие ценности, пропагандируемые китайской традиционной культурой, как гармония, инклюзивность и взаимность, представляют собой культурный ресурс для восстановления доверия. Как отмечает Ли Цзюань в своей исследовании «управление разнообразием» (diversity management) «ключевая компетенция для выживания и развития культуры» достигает своей высшей стадии – «овладения разнообразием», – когда «посредством идей, институтов и механизмов разнообразие интегрируется в функционирование общества... и в конечном счете используется для стимулирования инноваций, усиления мощи и содействия гармонии между его составляющими» [5. С. 15-23]. Практика культурного распространения Китая служит живым воплощением этой мудрости: она не является односторонним транслятом, но нацелена на стимулирование глобальной цивилизационной многообразности, что представляет собой прямой ответ на проблему дефицита глобального доверия. Таким образом, Китай через призму концепции «гармонии и единства» (хэхэ) предлагает миру свой подход, направленный на восстановление доверия и поиск путей мирного сосуществования человечества.

Заключение. «Самоформирование и формирование другими национального имиджа затрагивает как материализованные, так и символические аспекты. К первым относятся политическая система, экономическая мощь, военная теория, природные ресурсы и другие материальные проявления государства, ко вторым – идеология, ценностные ориентации, массовые коммуникации и другие символические факторы» [9. С. 32]. Следовательно, хотя культурное распространение и является ключевым шагом в формировании национального имиджа, она не представляет собой единственный путь. Целостное построение образа страны по-прежнему зависит от поддержки целого ряда материальных факторов. В существующей практике распространения сохраняются структурные ограничения, такие как «перекос в сторону материальных достижений в ущерб идейному содержанию» и «интенсивный односторонний вывод при недостатке диалога». В перспективе, наряду с сохранением культурной субъектности, необходимо усилить способность к «двусторонней трансляции», содействуя органичному слиянию китайских ценностей с общечеловеческими ценностями.

В конечном счете, подлинное утверждение образа великой державы определяется не тем, сколько китайских историй мы рассказали, а тем, в какой степени мир готов услышать, понять и принять цивилизационную логику, стоящую за этими повествованиями. Лишь преодолевая цивилизационные барьеры через взаимное обогащение, а дефицит доверия – через ценностный резонанс, традиционная культура способна стать прочной связующей нитью между Китаем и миром, наполняя процесс цивилизационного развития глобального управления китайской мудростью.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Ван Чанмин.** От «культурного образа» к «национальному имиджу»: распространение традиционной культуры в рамках «Пояса и пути» и построение имиджа Китая // Журнал Янчжоуского университета (Гуманитарные и социальные науки). 2025. № 3.
2. **Дуань Лиго.** Стратегический смысл международного распространения основных ценностей современного Китая // Исследование. 2016. № 3.
3. Информационное агентство «Синьхуа». Содействие экономическому и социальному развитию и обогащение жизни людей – выдающиеся достижения в качественном развитии культуры и туризма в период 14-й пятилетки. 29 сентября 2025 г.
4. **Куан Вэньбо, Цао Цюэр, Чжан Фэн.** Трансформация парадигмы и инновации в практике международной коммуникации с точки зрения взаимобмена и взаимообогащения между цивилизациями // Редактор Китая. 2025. № 2.
5. **Ли Цзюань.** Преодоление разнообразия: базовая логика и стратегический выбор межкультурной коммуникации – с обсуждением расширения теории культурных измерений Хофстеде // Современные коммуникации. 2025. № 4.
6. **Лю Цин.** Кризис глобального доверия и восстановление международного доверия // Исследовательский центр мысли по дипломатии Си Цзиньпина. 2024-08-28.
7. **Пань Сяокань.** Пути международного распространения китайской традиционной культуры в новую эпоху – рецензия на книгу «Выдающаяся китайская традиционная культура и ее международное распространение и обмен» // Журнал «СМИ». 2024. № 12.
8. **Си Цзиньпин.** Доклад на XX Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая. 16 октября 2022 года.
9. **Чжан Кунь,** ред. Межкультурная коммуникация и построение национального имиджа. Ухань: Издательство Уханьского университета, 2015.
10. **Чжао Тинъян.** Система «Поднебесной» – введение в философию мироустройства. Нанкин: Издательство образования провинции Цзянсу, 2011.
11. **Чжао Хуэй.** Выход китайских мини-сериалов на глобальный рынок: совместное создание глобальных историй и реконструкция ценности коммуникации (Часть 1) // Художественный канал сайта «Гуанмин Жибао». 19.05.2025.
12. **Чжоу Юнь, Чжао Хуэй.** Применение диалектического мышления в управлении внешнекультурным обменом – характерная черта идей Си Цзиньпина о внешнекультурном обмене // Теоретические исследования. 2017. № 6.
13. **Ши Аньбинь, Тун Тун, Чжу Хунъюй.** «Люди третьей культуры» в глобальной медиакulturе – инновационный подход к международной коммуникации с точки зрения платформенного космополитизма // Вестник Пекинского университета авиации и астронавтики (Социальные науки). 2023. № 5.

XUE XIAOHAN

Graduate student, Saint Petersburg
State University, Saint Petersburg, Russia

STRATEGIES FOR THE INTERNATIONAL DISSEMINATION OF CHINESE TRADITIONAL CULTURE AND IMAGE CREATION AS A GREAT POWER

In the context of a global trust deficit and the dominance of Western discourse, China's image faces the challenge of being «shaped by others.» Drawing on theories of soft power and constructivism, this article proposes an approach to the international dissemination of traditional Chinese culture, a key aspect of which is the transition from the display of cultural symbols to the transmission of fundamental values. Through complementary official and popular approaches, such concepts of Chinese civilization as «philanthropy» (ren'ai), «harmony and unity» (hehe), and «universal unity» (tianxia datong) are transformed into universal values understood and recognized by the international community. This provides a profound cultural dynamic and theoretical support for shaping the image of a great power as «credible, attractive, and respected,» strengthening its voice in global governance, and restoring global trust.

Key words: traditional Chinese culture, international dissemination, great power image.