

DOI 10.35775/PSI.2025.119.2.015

УДК 32.327

А.В. БРЕДИХИН

кандидат исторических наук, ведущий
научный сотрудник Центра «Россия, Китай, мир» Института Китая
и современной Азии Российской академии наук, Россия, г. Москва
E-mail: bredikhin90@yandex.ru

ЛИ ИНО

магистр Социологического факультета
МГУ имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Москва
E-mail: liyinuo@rambler.ru

АНАЛИЗ МЯГКОЙ СИЛЫ КИТАЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Статья посвящена анализу «мягкой силы» Китая с культурной точки зрения. Последовательно рассматриваются ключевые инструменты культурной коммуникации, включая роль Институты Конфуция, видеоигр, кино и телевизионных произведений, безвизовой политики и других механизмов, способствующих укреплению «мягкой силы» Китая. В данной работе обсуждаются роль, эффективность и вызовы, с которыми сталкивается эта политика в процессе культурного влияния, а также рассматриваются перспективы дальнейшего развития «мягкой силы» китайской культуры.

Ключевые слова: «мягкая сила», культурная коммуникация, Китай.

Концепция «Мягкая сила». «Мягкая сила» (soft power), комплекс внешне-политических методов и инструментов, предполагающих способность влиять на другие государства и добиваться желаемых результатов через сотрудничество и формирование положительного образа стороны влияния. Понятие «мягкой силы» введено в научный оборот в 1990 г. американским политологом и государственным деятелем Джозефом Най. По его мнению, «мягкая сила» означает «способность влиять на другие государства с целью реализации собственных целей через сотрудничество в определенных сферах, направленное на убеждение и формирование положительного восприятия».

Иными словами, в XXI веке развитые государства используют в своей политике такое явление, как мягкая сила. В Китае такой тип межгосударственных отношений существовал с древних времен, еще до того, как он был «изобретен» и сформулирован американским политологом Джозефом Най в конце XX века. По его словам, язык и культура страны являются ее «мягкой силой», которая играет ключевую роль в международных отношениях, влияя на мировую политику и деловые отношения [3. Р. 5]. Если стране удастся представить свою культуру в выгодном свете и сделать ее привлекательной для людей по всему

миру, то можно стимулировать других к разделению общих взглядов, интересов и мнений [4. Рр. 20-36].

Анализ мягкой силы Китая с точки зрения культурной коммуникации. Теория мягкой силы Джозефа Най указывает на то, что мягкая сила в основном исходит из культуры, политических ценностей и внешней политики. Среди них культура является одним из основных элементов мягкой силы, поскольку культура обладает естественной привлекательностью и может незаметно влиять на восприятие и поведение других стран. Культурная коммуникация также является ключевым способом формирования имиджа страны.

1. Институт Конфуция. Язык – это инструмент человеческого общения, и развитие языка постоянно меняется в соответствии с изменениями времени и потребностями человеческого общения. С глобализацией экономики обмены Китая с миром стали более масштабными и глубокими. Усиление экономической мощи и рост спроса на обмены значительно повысили желание иностранцев овладеть китайским языком и использовать его в качестве второго языкового средства общения. Это ожидание придало мощный импульс развитию китайского языка как иностранного, а международное продвижение китайского языка положило начало эпохе великого развития.

Институт Конфуция является важным учреждением для Китая, занимающимся популяризацией китайского языка и распространением культуры по всему миру. К концу 2024 года в мире насчитывалось более 550 институтов Конфуция, расположенных в более чем 160 странах и регионах. Посредством языковых курсов, культурных мероприятий и академических обменов эти колледжи способствуют пониманию и признанию китайской культуры в различных странах [2. С. 22-24].

Являясь важной платформой для распространения китайского языка и культуры, Институт Конфуция сыграл важную роль в усилении «мягкой силы» китайской культуры [1. С. 268-278]. Прежде всего, предоставляя услуги по обучению китайскому языку, Институт Конфуция создал удобные условия для изучения китайского языка людьми со всего мира. Китайский язык является важным носителем китайской культуры, и овладение им помогает иностранным учащимся лучше понять китайскую культуру. Например, Институт Конфуция Мичиганского университета в США привлек к участию большое количество местных студентов, предложив курсы китайского языка и организовав конкурс «Китайский мост», который не только улучшает их уровень владения китайским языком, но и стимулирует их интерес к китайской культуре. Во-вторых, Институт Конфуция продемонстрировал миру уникальное очарование китайской культуры, проводя разнообразные культурные мероприятия. Например, Институт Конфуция при Московском государственном университете стремится содействовать преподаванию китайского языка и культурным обменам. Здесь не только предлагаются многоуровневые курсы китайского языка, но и регулярно проводятся китайские культурные мероприятия, такие как каллиграфия,

вырезание из бумаги, чайное искусство и т.д., что дает иностранным гражданам возможность познакомиться с китайской культурой из первых рук.

2. Игры, работы в кино и на телевидении. Являясь важным средством культурной коммуникации, игры, а также кино и телевизионные произведения стали эффективными инструментами усиления культурной «мягкой силы» страны благодаря своей интуитивности, интерактивности и зрелищности. В последние годы игровая индустрия Китая, а также индустрия кино и телевидения достигли расцвета, и появился ряд всемирно известных работ, таких как игра «Черный миф: Укун» и фильм «Нэчжа». Эти работы не только демонстрируют уникальное очарование традиционной китайской культуры, но и доносят ценности и эстетические концепции китайской культуры до мировой аудитории с помощью современных средств самовыражения и международных путей коммуникации и стали важной движущей силой для усиления мягкой силы китайской культуры.

«Черный миф: Укун» основан на классическом китайском шедевре «Путешествие на Запад». Благодаря высококачественным визуальным эффектам и захватывающему игровому процессу, он демонстрирует очарование китайских сказок игрокам по всему миру. Дизайн сцен, формирование персонажей и развитие сюжета в игре глубоко укоренились в традиционной китайской культуре. Например, такие сцены в игре, как «Гора Цветов и Плодов» и «Пылающая гора», а также дизайн навыков, такой как «Семьдесят две перемены» и «Облака-кувырки», заимствованы из классических элементов «Путешествия на Запад». Этот контент не только заставляет китайских игроков чувствовать себя лучше, но и вызывает у иностранных игроков большой интерес к китайской культуре [5].

Кроме того, «Черный миф: Укун» усилил международное влияние китайской игровой индустрии благодаря международным методам распространения. Трейлер игры набрал десятки миллионов просмотров на международных платформах, таких как YouTube, и многие зарубежные игроки и игровые СМИ высоко оценили его. Например, известное игровое издание IGN назвало его «важной вехой в игровой индустрии Китая» и посчитало, что оно успешно продемонстрировало неповторимое очарование китайской культуры. Такого рода интернационализация не только улучшила имидж китайской игровой индустрии, но и открыла новый путь для усиления китайской культурной мягкой силы [6]. Что еще более важно, «Черный миф: Укун» позволяет игрокам по всему миру соприкоснуться с китайской культурой и понять ее в сфере развлечений с помощью современных игр. Являясь высокоинтерактивной средой, игры позволяют игрокам воочию познакомиться с китайской культурой в виртуальном мире, что приводит к более глубокому пониманию культурной самобытности.

Фильм «Нэчжа» основан на традиционной китайской сказке «Посвящение богов» и переосмысливает классическую роль Нэчжа с помощью современных повествовательных приемов и визуальных эффектов. Образ Нэчжа в фильме разрушает традиционный образ «хорошего мальчика» и создает бунтарского,

но добросердечного персонажа. Эта современная адаптация помогает найти отклик у молодой аудитории. В то же время фильм включает в себя большое количество традиционных элементов китайской культуры, таких как даосская философия, традиционные боевые искусства, народное творчество и т.д., чтобы показать богатый подтекст китайской культуры мировой аудитории.

Успех фильма на международном рынке еще больше усилил международное влияние китайской культуры. «Нэчжа» был выпущен во многих странах и регионах, таких как Северная Америка, Австралия и Новая Зеландия, и получил широкую оценку. Американская «Нью-Йорк таймс» назвала его «важной вехой в развитии китайских анимационных фильмов» и сочла, что он успешно продемонстрировал неповторимое очарование китайской культуры. Такого рода интернационализация не только укрепила имидж китайской киноиндустрии, но и открыла новый путь для усиления мягкой силы китайской культуры.

29 января 2025 года в прокат вышла вторая часть фильма «Нэчжа», которая по состоянию на 9 февраля собрала в прокате 8 миллиарда юаней, став рекордсменом в истории китайского кино. Сообщается, что «Нэчжа 2» будет официально выпущен в Австралии, Новой Зеландии, на Фиджи и в Папуа-Новой Гвинее 13 февраля. Приземлился в Соединенных Штатах и Канаде 14 февраля. Компания Light Pictures сообщила, что фильм также выйдет в прокат в Сингапуре, Малайзии, Египте и других странах [7]. Фильм передает основные ценности китайской культуры через эмоциональный резонанс. Такого рода ценности не только имеют далеко идущее значение в китайской культуре, но и могут найти отклик у аудитории по всему миру. Благодаря этому эмоциональному резонансу фильм успешно донес китайские культурные ценности до мировой аудитории, повысив привлекательность китайской культуры.

Как носитель культурной коммуникации, игры, а также кино и телевизионные произведения обладают уникальными преимуществами. Они могут позволить аудитории соприкоснуться с культурой и понять ее в непринужденной и приятной атмосфере с помощью различных визуальных, слуховых и интерактивных методов, тем самым формируя более глубокую культурную идентичность. Более того, они могут продвигать китайскую культуру в мире и усиливать международное влияние Китая посредством международных коммуникаций.

3. Безвизовая политика Китая. Что широко известно, так это 48-часовая транзитная безвизовая политика Китая. Это относится к политике, которая позволяет международным путешественникам, имеющим на это право, оставаться без виз в определенных городах не более чем на 48 часов при поездке через Китай в третью страну или регион. Эта политика направлена на обеспечение удобства транзитных пассажиров и содействие культурным обменам между китайским и иностранным персоналом. Политика Китая по введению 48-часового безвизового режима сыграла очень активную роль в укреплении культурной «мягкой силы». Упрощая процедуры въезда, безвизовый режим снизил порог въезда в Китай иностранных туристов и деловых людей, а также значительно способствовал культурным обменам и взаимопониманию.

Прежде всего, безвизовая политика непосредственно стимулировала интерес международных туристов к китайской культуре, особенно в некоторых городах с богатым историческим и культурным наследием, таких как Пекин, Шанхай, Гуанчжоу и др. Если взять в качестве примера Пекин, то он уже давно привлекает большое количество иностранных туристов, особенно некоторых людей из западных стран. Благодаря безвизовому режиму им стало легче посещать объекты всемирного культурного наследия, такие как Запретный город и Великая китайская стена. Во время этих визитов туристы не только получили более непосредственное представление о традиционной китайской культуре и истории, но и получили возможность продемонстрировать современную китайскую культуру и устранить многие стереотипы. Во время краткосрочных визитов многие иностранные туристы будут привлечены мультикультурализмом Китая и даже поделятся своим китайским опытом на социальных платформах. Это играет важную роль в содействии распространению китайской культуры.

Во-вторых, безвизовая политика также способствовала трансграничным обменам и сотрудничеству в деловой и академической сферах, тем самым косвенно способствуя укреплению мягкой силы китайской культуры. В 2019 году Шанхай привлек многих международных бизнесменов и иностранных предпринимателей благодаря 48-часовому безвизу. Эти люди часто проявляют большой интерес к китайской культуре, рынку, инновациям и социальному развитию. Введение безвизового режима облегчает им участие в культурных мероприятиях и деловой активности.

Кроме того, безвизовый режим также помог Китаю укрепить чувство культурной самобытности во всем мире, особенно у жителей соседних стран и регионов. Безвизовый режим привлек большое количество туристов из других азиатских стран. Культурное наследие этих туристов относительно близко к Китаю. Во время своих краткосрочных визитов они не только ощутили достижения Китая в области модернизации, но и получили глубокое представление о традиционной китайской культуре проведения праздников, еде культура и так далее. Такого рода культурное взаимодействие и обмен облегчают им принятие китайской культуры и отождествление себя с ней, особенно в рамках продвижения инициативы «Один пояс, один путь», и это чувство культурной самобытности стало важным звеном в развитии регионального сотрудничества.

Развитие «мягкой силы» Китая сопряжено как с важными возможностями, так и со многими проблемами. С точки зрения культурной коммуникации, Китай имеет долгую историю и богатые культурные ресурсы, что обеспечивает прочную основу для совершенствования «мягкой силы». В последние годы, в связи с быстрым развитием экономики Китая и повышением его международного статуса, интерес к китайской культуре во всем мире растет день ото дня, что открывает важные возможности для развития мягкой силы Китая.

Однако развитие мягкой силы Китая также сталкивается со многими проблемами. Прежде всего, культурными различиями и идеологическими конфликтами являются одни из главных препятствий. Например, хотя институты

Конфуция и китайские культурные центры достигли замечательных результатов в продвижении китайской культуры, в некоторых западных странах эти учреждения неправильно понимают как инструменты политической пропаганды и даже бойкотируют. Во-вторых, международная общественная среда сложна, и Китай часто сталкивается с непониманием и предрассудками. Например, некоторые западные СМИ скептически относятся к распространению китайской культуры и даже ведут негативные репортажи, что в определенной степени ослабляет эффект мягкой силы Китая.

В целом, возможности развития и вызовы, связанные с «мягкой силой» Китая, сосуществуют. В полной мере используя культурные ресурсы, внедряя инновационные методы коммуникации и оптимизируя свой международный имидж, Китай может еще больше укрепить свою культурную «мягкую силу» в глобальном масштабе и внести свой вклад в построение сообщества, объединяющего человеческие судьбы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Селезнева Н.В. Институты Конфуция в новую эпоху: проблема позиционирования // Восточная Азия: прошлое, настоящее, будущее. 2022.
2. Тарабарко К.А., Кучинская Т.Н. Культурные практики реализации «мягкой силы» Китая // Общество: философия, история, культура. 2017. № 1.
3. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York.: Public Affairs, 2004.
4. Nye J. & Owens W. America's Information Edge [M]. Foreign Affairs. 1996. Vol. 75. № 2.
5. 周丽, 王瑞. 解析«向世界讲好中国故事»的三个关键要素——以《黑神话: 悟空》为例[J]. 传媒论坛, 2025, 9(02):9-13.
6. 李想, 董旭. 以电子游戏为载体的中华优秀传统文化传播策略——以《黑神话: 悟空》为例[J]. 传媒论坛, 2025, 9(02):14-16.
7. 王茹懿. 67.92亿元《哪吒2》荣膺全球影史单一市场冠军[N]. 成都日报, 2025-02-08(005).

A.V. BREDIKHIN

Candidate of Historical Sciences, Leading Researcher,
Center «Russia, China, World», Institute of China and Modern Asia,
Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

LI INO

Master of Sociology, Faculty of
Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russia

ANALYSIS OF CHINA'S SOFT POWER FROM THE POINT OF VIEW OF CULTURAL COMMUNICATION

The article is devoted to the analysis of China's «soft power» from a cultural point of view. The key tools of cultural communication are consistently considered, including the role of Confucius Institutes, video games, cinema and television works, visa-free policy and other mechanisms that contribute to strengthening China's «soft power». This paper discusses the role, effectiveness and challenges of this policy in the process of cultural influence, and also considers the prospects for further development of the «soft power» of Chinese culture.

Key words: «soft power», cultural communication, China.