Го Хуэйянь

Санкт-Петербургский государственный университет

ИЗУЧЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОЙ КУЛЬТУРНОЙ СТРАТЕГИИ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЕ

Культура – это деятельность человека, которая трансформирует природу конкретными намерениями, а также является продуктом взаимного общения между людьми. Современная культура тесно связана с национальными государственными интересами. Каждая страна не изолирована, имеет партнерские и конкурентные отношения с другими странами. Различные индустрии культуры также естественно участвуют в этом взаимодействии и конкуренции. В XXI веке – в эпоху глобализации, чтобы сохранять взаимопонимание и развивать партнерство, необходимо раскрывать особенности своей культурной традиции людям других стран. Поэтому сегодня национальная культура понимается как национальный ресурс, и все больше ценится. Культура сегодня способна укрепить экономику страны.

В Китае понимают и подчеркивают роль культуры как мягкой силы. Богатая культура Китая является глубокой основой того, что она станет современной культурной державой. Несомненно, когда государство достигло определенных успехов в экономике, она будет склонять центр развития к обществу и культуре. С начала XXI века государство Китая выдвигало идеи того, что необходимо развивать традиционную культуру и расширять международное влияние, также укреплять уровень культурной коммуникации и мягкую власть культурных обменов, культурной торговли, культурного образования.

Правительство уделяет большое внимание культурным обменам и уже организовывало много различных мероприятий в разных странах. Например таких, как «Пекинская ночь», которое прошло в Санкт-Петербурге. Но недостатком является то, что эти мероприятия более похожи на пропагандистское действие, а не коммуникационное. В то же время Китай активно расширяет свою зарубежную культурную торговлю и содействует экспорту культурных продуктов. Будущая международная конкурентоспособность страны напрямую связана с тем, что её культурные продукты могут быть включены в мировой рынок культуры, могут выразить преимущества и характеристики национальной культуры.

Культура как стратегический коммуникационный ресурс, в настоящее время используется в Китае в следующих областях. Во-первых, это обучение, как непосредственно в Китае, так и в его культурных центрах на территории других стран. Для этого созданы такие образовательные проекты, как Институт Конфуция и Китайский культурный центр. В 146 странах уже работают 525 институтов Конфуция и 1111 лекториев Конфуция.

Китайский культурный центр является иностранным культурным учреждением китайского правительства. Его основные функции: устраивать культурные мероприятия, предоставлять обучение и информационные услуги. В последние годы Китайский культурный центр уже организовал значительное количество различных форм культурной деятельности и создал платформу для культурного обмена.

В качестве новой движущей силы в новую эру культурная стратегия имеет неограниченный потенциал для развития страны. С одной стороны, страны должны улучшить культурную уверенность в себе. С другой стороны, страны должны также обратить внимание на возможность принятия других стран, распространяя собственную национальную культуру. Надо диверсифицировать формы культурных обменов, обобщать опыт прошлых ошибок, извлечь урок, чтобы культурные ресурсы могли полностью раскрыть свой потенциал.