

Соловьева Надежда Алексеевна

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕНЬШИНСТВ КНР

Статья посвящена вопросам коммерциализации культуры национальных меньшинств КНР. Автор раскрывает сущность процесса коммерциализации культуры, выделяет особенности ее влияния на трансформацию традиционной культуры этнических групп КНР. Коммерциализация усиливает процесс растворения культуры национальных меньшинств в культуре ханьцев, что приводит к ассимиляции этнических групп. Руководство КНР с каждым годом увеличивает силу воздействия процесса коммерциализации на традиционную культуру национальных меньшинств, причем не в пользу последних.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2013/11-2/44.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (37): в 2-х ч. Ч. II. С. 176-179. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2013/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

9. Знак [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Знак> (дата обращения: 28.08.2013).
10. Кримський С. Б. Архетипи української культури // Феномен української культури: методологічні засади осмислення: зб. наук. пр. / за ред. В. Шинкарука, Є. Бистрицького. К.: Фенікс, 1996. С. 91-112.
11. Кулинич-Стахурська О. Мистецтво української вишивки. Техніка і технологія. Львів, 2007. 264 с.
12. Леонардо да Винчи [Электронный ресурс]. URL: <http://selfire.com/2008/08/1255/> (дата обращения: 28.08.2013).
13. Лотман Ю. Статьи по семиотике [Электронный ресурс]. URL: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman-selection.htm> (дата обращения: 28.08.2013).
14. Мишина М. А. Формы бытования традиционной куклы в культурном пространстве постиндустриального общества России [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. культурологии. СПб., 2011. 30 с. URL: www.spbu.ru/files/upload/diss/phylos/2011/mishina.pdf (дата обращения: 28.08.2013).
15. Морозов И. А. Феномен куклы в традиционной и современной культуре (кросс-культурное исследование идеологии антропоморфизма) [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... д.и.н. М., 2010. URL: <http://indrik.ru/elektronnye-izdaniya/morozov-i-a-fenomen-kukly-v-traditsionnoj-i-sovremennoj-kulture-kross-kulturnoe-issledovanie-ideologii-antropomorfizma120831095947> (дата обращения: 28.08.2013).
16. Найден О. С. Українська народна лялька: наукове видання. К.: ВД «Стилос», 2007. 240 с.
17. Народна вишивка [Электронный ресурс]. URL: <http://deep.kiev.ua/~malvin/embroid/3.htm> (дата обращения: 07.09.2013).
18. Потапенко О. І., Дмитренко М. К. Словник символів. К.: Ред. часопису «Народознавство», 1997. 156 с.
19. Скляренко О. А. Происхождение понятия «узловая кукла»: семантика, основные признаки и обрядовый компонент [Электронный ресурс] // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2013. № 4. С. 173-175. URL: <http://www.gramota.net/materials/1/2013/4/52.html> (дата обращения: 27.08.2013).
20. Терещенко А. В. История культуры русского народа. М.: Эксмо, 2007. 729 с.
21. Шевчук О. Пасхальная радуга. К.: Дніпро, 2004. 128 с.
22. Юнг К. Г. Человек и его символы: сб. / пер. с нем.; под ред. С. Н. Сиренко. М.: Серебрян. нити, 2002. 296 с.
23. Langer S. Feeling and Form. N. Y., 1953. 376 p.
24. Langer S. Problems of Art. N. Y., 1957. 355 p.
25. Langer S. The Practice of Philosophy. N. Y., 1980. 405 p.

SIGN-SYMBOLIC NATURE AND SEMIOTIC STATUS OF TRADITIONAL UKRAINIAN FOLK DOLL

Sklyarenko Oksana Andreevna

Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine
oksanaskl@gmail.com

The article presents the analysis of the signs features, symbols and archetypal models of the traditional Ukrainian doll. Particular attention is paid to the study of the authentic specimens of the traditional doll that show various stages of its transformation and become a means of opposition to assimilative processes in the strata of the Ukrainian ethnos, which can lead to tradition loss. For the first time in literature the author defines the notions —traditional primitive doll” and —authentic doll”.

Key words and phrases: sign; symbolism; sign-symbolic image; traditional doll; primitive folk doll; authentic doll; culture.

УДК 323

Философские науки

Статья посвящена вопросам коммерциализации культуры национальных меньшинств КНР. Автор раскрывает сущность процесса коммерциализации культуры, выделяет особенности ее влияния на трансформацию традиционной культуры этнических групп КНР. Коммерциализация усиливает процесс растворения культуры национальных меньшинств в культуре ханьцев, что приводит к ассимиляции этнических групп. Руководство КНР с каждым годом увеличивает силу воздействия процесса коммерциализации на традиционную культуру национальных меньшинств, причем не в пользу последних.

Ключевые слова и фразы: коммерциализация культуры; культура; национальные меньшинства; этнографический туризм; национальная политика; Китай.

Соловьева Надежда Алексеевна

Забайкальский государственный университет
nadezd.c@yandex.ru

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ КУЛЬТУРЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ МЕНЬШИНСТВ КНР[©]

Статья подготовлена в рамках Соглашения 14.В37.21.0031 Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы.

Китай — страна с богатой историей и многовековыми традициями, которая не только сохраняет их, но и обладает способностью принимать элементы и черты «чужой» культуры, преобразовывая и применяя их под свою собственную. Поэтому неслучайно, что в современном Китае «привнесенные» или заимствованные

традиции и обычаи стали восприниматься как часть традиционной китайской культуры. Этот фактор стал основанием того, что во внутренней политике КНР проблема сохранения культурной целостности китайского государства стала воплощаться в одном из направлений национальной политики.

Этнический плюрализм в Китае обладает особыми чертами. Большое количество национальных парков, музеев, национальных институтов и школ, а также различных программ, направленных в пользу национальных меньшинств, создают, казалось бы, все условия для сохранения этнического плюрализма на долгие годы.

Однако все вышеперечисленное вызывает в некоторых случаях обратную реакцию, а именно стирание культурных границ между ханьцами и 55-тью официально признанными национальными меньшинствами [10, p. 153].

Сепаратизм, борьба за автономию и другие процессы этнического характера вынуждают руководство КНР принимать меры и решать проблемы, которые уже существуют не первый год. Закономерным следствием этого является актуальное изучение форм и механизмов воздействия государства на процессы этнического характера. Одной из проблем, рожденной глобализирующейся культурой и рыночными отношениями, стала коммерциализация культуры. Но, по мнению автора, в научной литературе не в полной мере уделено внимание этому процессу как одному из механизмов влияния на трансформацию традиционной культуры национальных меньшинств в КНР. В данной статье автор будет исходить из того, что существует несколько форм проявления коммерциализации культуры: этнографический туризм, национальные парки и развитие бизнеса по продаже предметов и вещей материальной культуры. Коммерциализация культуры является не только механизмом влияния, но и частью единой системы, которая была сформирована руководством КНР для быстрой консолидации населения. Чтобы сохранить целостность государства, некоторые аспекты национальной политики были направлены на сплочение населения и развитие чувства гордости и уважения за свою страну у всех этнических групп Китая. Для быстрого достижения этой цели государство стало использовать разные механизмы влияния, основными направлениями которых являются:

1. построение «гармоничного» общества с единой нацией;
2. формирование взаимного существования ханьцев и национальных меньшинств;
3. стирание культурных границ у национальных меньшинств посредством их ассимиляции и коммерциализации культуры.

Коммерциализация культуры как явление уже давно существует в Китае и с каждым годом приобретает все большую популярность. Прежде всего, это связано с тем, что КНР пользуется большой популярностью среди туристов.

Например, если посмотреть план развития туризма в Северо-Восточном регионе Китая, то можно проследить повышение показателей экономического роста в сфере туризма, что и представлено в приведенной ниже таблице [5, с. 113].

Основные показатели туризма в Северо-Восточном регионе КНР до 2015 г. [8]

Экономические показатели	2008 г.	2015 г.	Среднегодовые темпы роста
Общий доход от туризма (млн)	3422,6	8560	14%
Общая численность поездок (млн человек)	3,5	8	13%
Численность туристов (млн человек)	659,3	1370	11%
Доход от туризма в иностранной валюте (долл. США)	30,9	70	12%

Безусловно, в других регионах плановые показатели развития туризма выше (например, г. Пекин, о. Хайнань, г. Шанхай, г. Сиань и т.д.). Прежде всего, это связано с более развитыми индустриями туристического бизнеса, географического и культурного фактора (наличие памятников культурного наследия в разных регионах). Таким образом, Северо-Восточный регион является ярким примером того, как государственная и культурная политика КНР стремится сформировать программы и проекты по привлечению туристов в периферийные зоны Китая.

При этом руководство КНР решает сразу несколько задач:

во-первых, туризм приносит немалый доход государству и создает рабочие места для национальных меньшинств;

во-вторых, усиливается образ полиэтнического государства за счет создания большого количества национальных парков и этнографического туризма;

в-третьих, процесс коммерциализации культуры влияет на трансформацию этнической культуры национальных меньшинств, что, в свою очередь, ускоряет процесс формирования единой нации (джунхуа миньцзу).

Таким образом, мы видим, что национальная и культурная политика КНР следует жестко установленной стратегии развития Китая, отражающей идею Дэн Сяопина «ждать своего времени и развивать свой потенциал» [9, с. 2].

В данном контексте необходимо проанализировать специфическое китайское проявление некоторых форм коммерциализации культуры. Так, например, этнографический туризм на сегодняшний день активно практикуется в Китае. Ярким примером является созданная на острове Хайнань фольклорная деревня народов ли и мяо, которая включает в себя большой культурный комплекс. На территории комплекса можно посетить традиционное жилище, пронаблюдать этапы проведения свадебного обряда, а также купить национальный костюм. В начале XX в. иностранцу посетить храм народов ли и мяо было невозможно. Во-первых, в силу географических особенностей: народы ли и мяо проживали в труднодоступных местах особой «изолированности»,

поэтому добраться до их поселений было нелегко. Во-вторых, даже добравшись до поселений ли или мяо, иностранцу не удалось бы войти в храм, так как это священное место, предназначенное только для жителей деревни. Сегодня в этнографической деревне посетить храм разрешается любому желающему.

Согласно верованиям народов, душа покидает тело человека. В связи с этим к фотографиям ли и мяо относились крайне негативно, ведь, по их мнению, с помощью снимка можно нанести вред здоровью и душе человека. В этнографической деревне съемку можно вести без ограничений. Пожилые женщины с татуировками на теле практически не обращают на нее внимания. Причина этого кроется в том, что этническая принадлежность ли и мяо является способом заработка.

Кроме того, в современной этнографической деревне не упоминается, что взаимоотношения между народами мяо и ли в середине прошлого столетия были достаточно напряженными. «Между мяо и ли практически не совершались обмен и торговля, ли относились к мяо весьма пренебрежительно, называя их «безызянами»... В 1943 г. произошло столкновение между мяо и ли, в результате которого было вырезано свыше 2 тыс. человек народа мяо, уцелевшие ушли в горы» [2]. Современная этнографическая деревня ли и мяо является показателем того, что особенности взаимоотношений и традиционная культура народов уходят на второй план, уступая место процессу коммерциализации.

Таким образом, мы видим, что политика по сохранению национальной культуры стала ориентироваться на развитие этнографического туризма. В парках по праздникам и выходным дням обычно осуществляются выступления народных коллективов. Материальная поддержка государством творческих коллективов проходит в рамках национальной политики и ориентирована на пропаганду Китая как полиэтничного государства.

Один из самых популярных национальных парков расположен в г. Шеньчжень, его также именуют «этнографическая деревня», или «деревня китайских национальностей» [1]. Парк площадью 200 000 кв. м состоит из 24 деревень, которые выполнены в стиле традиционной культуры национальных меньшинств бай, буи, дай, хань, хуэй, цзинбо, ли, казаков, корейцев, мяо, мосо, наси, маньчжуров, тибетцев и других этнических групп. Представители различных национальных меньшинств помимо музыкальных выступлений демонстрируют особенности повседневной культуры. Например, охота для мяо является основным ремеслом, поэтому их одежда не промокает, защищает от укусов насекомых и сильного ветра.

Этнографический туризм приносит немалый доход и способствует появлению рабочих мест [6]. Однако есть и недостатки. Процесс коммерциализации культуры способствует трансформации традиционной культуры национальных меньшинств, что приводит к отрыву ее от народа, усиливаются ассимиляционные процессы. Предметы, которые несли в себе сакральное, ценностное значение, на сегодняшний день представляют материальную выгоду. Взамен представители национальных меньшинств получают стабильный доход от различных форм заработка. Например, в туристических зонах у местных жителей есть возможность осуществлять торговлю изделиями, которые были изготовлены вручную.

Производство национальной одежды и предметов материальной культуры национальных меньшинств Китая пользуется популярностью не только у туристов, но и у ханьцев. На территории Китая существует большое количество магазинов одежды и аксессуаров национальных меньшинств. Огромное количество вещей с этническими мотивами продается ежедневно в различных провинциях КНР. При этом чем дальше провинция от юга, тем выше цена на изделия и одежду. Например, в г. Харбин такого рода одежда и украшения по ценовой категории выше, чем в г. Янтай, расположенном на юго-западе Китая. Популяризация вещей этнического характера приносит доход представителям национальных меньшинств. Кроме того, это дает возможность пожилым людям заниматься традиционным видом деятельности: вышивкой, вязанием, шитьем. Большая часть товара изготавливается вручную и имеет необычный внешний вид, который вызывает интерес у покупателей. Таким образом, у национальных меньшинств появляется возможность заработка, а в отношении культурного фактора можно выделить некоторые особенности. Например, продавцы зачастую путают, какие конкретно вещи относятся к тем или иным народам. Производители очень часто добавляют различные элементы к одежде, чтобы повысить уровень продаж, не задумываясь о том, что таких элементов в культуре конкретного народа не содержится. Таким образом, постепенно традиционный костюм национальных меньшинств приобретает формы современной одежды с этническими элементами. При этом наряды фольклорных коллективов практически полностью идентичны внешнему виду праздничных национальных костюмов народов.

Таким образом, китайская политика, направленная на процесс коммерциализации культуры, способствует появлению рабочих мест и приносит доход представителям национальных меньшинств. Однако, в то же самое время, коммерциализация усиливает процесс растворения культуры национальных меньшинств в культуре ханьцев, что приводит к ассимиляции этнических групп. Процесс коммерциализации контролируется руководством Китая, которое в свою очередь с каждым годом увеличивает силу ее воздействия на традиционную культуру национальных меньшинств, причем не в пользу последних. Стоит ли винить в этом правительство Китая? Страной с населением свыше 1,3 млрд человек [7] и территорией площадью 9,6 млн кв. км [3] сложно управлять... Именно поэтому руководство Китая прибегает к различным формам и механизмам влияния, которые направлены на сплочение народа и создание могущественного государства. При этом с помощью потенциала «мягкой силы» [4, с. 123] и китайской мудрости многие меры и формы воздействия практически не ощущаются национальными меньшинствами. Представители многих этнических групп, не замечая, становятся элементами единой системы по укреплению культурной целостности государства.

Список литературы

1. Деревня народной культуры в Шеньчжень, Китай / 深圳中国民俗文化村 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinaparks.cn/html/parks/2012/0215/280.html> (дата обращения: 12.09.2013).
2. Избранные материалы исследования всех волостей Хайнаньского автономного округа народностей мяо и ли / 用料上研究所有 乡镇海南苗族自治县, 以及是否. Пекин: Издательство ежедневной народной газеты (人民日报出版社), 1954. 110 с.
3. Какова площадь Китая? / 中国面积有多大? [Электронный ресурс]. URL: <http://zhidao.baidu.com/question/48174428.html> (дата обращения: 12.09.2013).
4. Кучинская Т. Н. Россия и Китай в социокультурном пространстве Северо-Восточной Азии // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 6 (20). Ч. II. С. 121-124.
5. Кучинская Т. Н. Социокультурное пространство трансграничья как ресурс соразвития России и Китая (региональные практики Забайкальского края РФ и Северо-Восточного региона КНР): монография. М.: Восточная книга, 2012. 232 с.
6. Москалев А. А. Дискуссии о национализме в КНР // Проблемы Дальнего Востока. 2001. № 3. С. 46-59.
7. Население Китая по последним статистическим данным / 中国最新的人口统计数 [Электронный ресурс]. URL: <http://zhidao.baidu.com/question/501088855.html> (дата обращения: 12.09.2013).
8. План развития туризма Северо-Восточного региона / 东北地区旅游发展规划 [Электронный ресурс]. URL: http://www.chinaneast.gov.cn/2010-03/17/c_13214227.htm (дата обращения: 18.05.2013).
9. Фомина М. Н. Глобализация и диалог культур по-китайски [Электронный ресурс]. URL: http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2013/Dokladi/FominaMN_sec1_rus_izd.pdf (дата обращения: 11.10.2013).
10. Yun Cheng Si, Chung Mou Si. Introduction to Chinese Culture. Beijing, 2011. 203 p.

COMMERCIALIZATION OF NATIONAL MINORITIES' CULTURE IN PRC

Solov'eva Nadezhda Alekseevna
Transbaikal State University
nadezd.c@yandex.ru

The article is devoted to the questions of the commercialization of national minorities' culture in PRC. The author reveals the essence of the process of culture commercialization, emphasizes the features of its influence on the traditional culture transformation of the ethnic groups of PRC. Commercialization enhances the process of national minorities' culture merging with the culture of the Han people that leads to the assimilation of ethnic groups. Every year the leaders of PRC increase the force of commercialization process impact on the traditional culture of ethnic minorities, and not in favor of the latter.

Key words and phrases: commercialization of culture; culture; national minorities; ethnographic tourism; national policy; China.

УДК 7

Искусствоведение

Данная статья посвящена одному из самых актуальных и проблемных аспектов в изучении творчества братства прерафаэлитов. Кросс-культурная коммуникация между Англией и Италией всегда вызывала интерес у исследователей культуры, для изучения их взаимовлияния был создан специальный университет на о. Мальта. В статье автор не только рассматривает конкретные проявления итальянских образов в картинах прерафаэлитов на уровне сюжетов, техники, композиционных приёмов, но и ставит вопрос о значении, последствиях такой апелляции к образам прошлого. В результате анализа самых проренессансных произведений братства автор приходит к выводу о важной роли именно итальянских образов в становлении стиля модерн в живописи прерафаэлитов.

Ключевые слова и фразы: прерафаэлиты; итальянские образы прерафаэлитов; Россетти; Ранний Ренессанс; англо-итальянские связи; Кватроченто; модерн.

Токмачева Полина Анатольевна

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Polina.tokmacheva@yandex.ru

ОБРАЗЫ ИТАЛЬЯНСКОГО КВАТРОЧЕНТО
В ТВОРЧЕСТВЕ БРАТСТВА ПРЕРАФАЭЛИТОВ[©]

В 2013 году в Лондоне, Вашингтоне, а теперь и Москве проходит выставка «Прерафаэлиты: викторианский авангард», вызывающая неоднозначные отзывы и устанавливающая рекорды посещаемости. Экспозиция выставки в ГМИИ им. Пушкина открывается картиной школы Сандро Боттичелли «Мадонна с младенцем»,