

RU

Механизмы взаимодействия между эстетикой культур этнических меньшинств Китая и массовым эстетическим сознанием в цифровую эпоху

Сян Хунжун

Аннотация. Цель исследования заключается в выявлении механизмов взаимодействия между эстетикой культуры этнических меньшинств Китая и массовым эстетическим сознанием в контексте цифровой трансформации культурного пространства. В статье рассмотрена динамика культурной трансляции на цифровых платформах Douyin, Xiaohongshu и Bilibili, где традиционные культурные формы подвергаются радикальной адаптации через эстетизацию, фрагментацию, гибридизацию и геймификацию. Анализируется роль различных акторов в процессе культурного производства, включая носителей этнических традиций, культурных посредников, просьюмеров и алгоритмические системы платформ как активных агентов культурной эволюции. Научная новизна определяется концептуальным переосмыслением базовых категорий культурологического анализа в контексте цифровой реальности, где аутентичность трансформируется из понятия неизменной сущности в способность культурного ядра сохраняться в изменяющихся формах, культурная граница превращается из линии разделения в зону интенсивного обмена, а субъектность распределяется между человеческими и нечеловеческими агентами. В результате исследования выявлено, что механизм взаимодействия функционирует как многоуровневая система взаимной трансформации, где цифровая инфраструктура Китая создала беспрецедентные условия для распространения этнической эстетики при охвате более миллиарда пользователей, а коммерциализация этнической идентичности превратилась из угрозы культурной целостности в условие экономического выживания этнических сообществ и механизм передачи традиционных практик следующим поколениям.

EN

The mechanisms of interaction between the aesthetics of Chinese ethnic minority cultures and mass aesthetic consciousness in the digital age

Hongrong Xiang

Abstract. The aim of the study is to identify the mechanisms of interaction between the aesthetics of the culture of ethnic minorities in China and mass aesthetic consciousness in the context of the digital transformation of cultural space. This article examines the dynamics of cultural transmission on the digital platforms Douyin, Xiaohongshu, and Bilibili, where traditional cultural forms are undergoing radical adaptation through aestheticization, fragmentation, hybridization, and gamification. The role of various actors in the process of cultural production is analyzed, including bearers of ethnic traditions, cultural intermediaries, prosumers, and the platforms' algorithmic systems as active agents of cultural evolution. The scientific novelty is determined by the conceptual rethinking of the basic categories of cultural analysis in the context of digital reality, where authenticity is transformed from the concept of an unchanging essence into the ability of a cultural core to persist in changing forms, the cultural boundary is transformed from a dividing line into a zone of intense exchange, and subjectivity is distributed between human and non-human agents. The study revealed that the mechanism of interaction functions as a multi-level system of mutual transformation, where China's digital infrastructure has created unprecedented conditions for the dissemination of ethnic aesthetics, reaching over a billion users, and the commercialization of ethnic identity has transformed from a threat to cultural integrity into a condition for the economic survival of ethnic communities and a mechanism for the transmission of traditional practices to future generations.

Введение

Стремительная цифровизация культурного пространства Китая поставила перед исследователями фундаментальную проблему переосмысления механизмов культурной трансляции в условиях радикально изменившейся медиасреды. Традиционные модели взаимодействия этнической эстетики и массового сознания, сформированные в эпоху линейных медиа и относительно стабильных каналов культурной коммуникации, оказываются недостаточными для описания процессов, происходящих в пространстве цифровых платформ. Этническая культура меньшинств Китая, веками существовавшая в относительной изоляции от доминирующей ханьской культурной традиции, внезапно обрела массовую видимость благодаря платформам короткого видео, социальным сетям и игровой индустрии. Однако эта видимость сопровождается глубокой трансформацией самих форм культурной репрезентации, ставя под вопрос устойчивость базовых категорий культурологического анализа.

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими взаимосвязанными факторами. Во-первых, масштаб цифровой трансформации в Китае не имеет исторических аналогов: охват интернетом более миллиарда пользователей при доле цифровой экономики, превышающей треть валового внутреннего продукта (ВВП), создал качественно новую среду для культурного воспроизводства. Во-вторых, этнические меньшинства, составляющие значительную часть населения приграничных регионов, оказались вовлечены в процессы коммерциализации и туристификации, что радикально изменило условия существования их культурных практик. В-третьих, современное массовое эстетическое сознание формируется не столько традиционными институтами культурной трансляции, сколько алгоритмами цифровых платформ, создающими непредсказуемые траектории распространения культурных образцов. Наконец, теоретический аппарат культурологии нуждается в существенной ревизии для адекватного описания феноменов, возникающих на пересечении этнической традиции, массовой культуры и цифровых технологий.

Материалом исследования выступают цифровые репрезентации этнической культуры на ведущих китайских платформах, включая короткие видео на Douyin, визуальный контент на Xiaohongshu, аналитические материалы на Bilibili, а также игровые проекты, прежде всего King of Glory, интегрирующие элементы традиционной культуры в интерактивные форматы. Анализу подвергаются практики коммерциализации этнической эстетики в туристических зонах, производство адаптированной национальной одежды и предметов материальной культуры, а также институциональные проекты оцифровки культурного наследия. Особое внимание уделяется формам пользовательской активности, включая создание производных контентов, участие в тематических челленджах и ремиксирование традиционных культурных элементов.

Методологическую основу исследования составляет комплекс взаимодополняющих подходов, позволяющих анализировать трансформацию этнической эстетики в цифровой среде. Семиотический анализ визуальных и символических элементов этнической культуры опирается на концепцию культурных текстов Юрия Лотмана, рассматривающую цифровые репрезентации как многослойные знаковые системы. Контент-анализ материалов платформ Douyin, Bilibili и Xiaohongshu сочетает количественные и качественные методы для выявления паттернов культурной адаптации. Дискурс-анализ пользовательских комментариев и реакций позволяет реконструировать способы восприятия этнического контента массовой аудиторией. Сравнительный культурологический метод используется для сопоставления традиционных и цифровых форм репрезентации, выявляя механизмы трансформации культурных кодов. Метод кейс-стади обеспечивает углубленный анализ конкретных примеров успешной и неуспешной культурной адаптации, демонстрируя вариативность стратегий цифровой трансляции. Концептуальная рамка исследования формируется на пересечении культурологии, исследований массовой культуры, этнографии, теории медиа и платформенных исследований, что позволяет анализировать роль различных акторов в процессе культурного производства, включая носителей этнических традиций, культурных посредников, просьюмеров и алгоритмические системы как активных агентов культурной эволюции.

Теоретическая база исследования формируется на пересечении нескольких дисциплинарных традиций. Концептуальный аппарат культурологии обеспечивает понимание механизмов культурной трансляции и трансформации эстетических систем, опираясь на работы по этноэстетике в системе этнокультуры (Логинава, 2021) и визуальной культуре как пространству формирования этнокультурной идентичности (Афанасьевская, 2024). Исследования массовой культуры позволяют анализировать формирование коллективных вкусовых предпочтений в условиях медиатизированного общества, где этнический образ функционирует в пространстве современной медиакультуры (Корючкина, 2018). Этнографические исследования предоставляют контекст для понимания специфики культурных практик этнических меньшинств Китая и механизмов влияния на модификацию их культуры (Соловьева, 2013). Теория медиа и платформенные исследования необходимы для анализа роли цифровых технологий в процессах культурного производства, включая опыт размещения контента на платформе Douyin (Проскурнова, Чжу Вань, Волкова, 2023), тенденции медиатизации культуры в цифровом пространстве (Симонова, Тетерский, 2022) и роль пользовательского контента в цифровой среде (Захарова, 2021). Наряду с этими работами теоретической базой выступают исследования сохранения и трансляции культурного наследия в цифровую эпоху (Краснова, 2022) и анализ вызовов китайской традиционной культуры в условиях цифровизации (Юань Мэнмэн, 2020).

Практическая значимость исследования определяется несколькими направлениями потенциального применения полученных результатов. Выявленные механизмы адаптации традиционных эстетических форм

этнических меньшинств к цифровой среде могут использоваться при разработке стратегий цифровой репрезентации культурного наследия других этнических групп как в Китае, так и за его пределами. Понимание роли различных акторов и платформ позволяет формировать более эффективные подходы к сохранению традиционных культур в условиях неизбежной цифровой трансформации. Анализ успешных кейсов интеграции этнической эстетики в массовое потребление предоставляет основу для развития культурных индустрий, способных обеспечить экономическую устойчивость этнических сообществ.

Обсуждение и результаты

Исследование взаимодействия традиционной культуры этнических меньшинств с массовым эстетическим сознанием требует концептуального переосмысления базовых понятий в контексте цифровой трансформации. Эстетика культуры этнических меньшинств представляет собой целостную систему визуальных, звуковых и материальных форм, включающую орнаментальные традиции, костюмные комплексы, музыкальные практики и фольклорное наследие. Н. В. Афанасьевская справедливо отмечает, что «визуальная культура становится ключевым пространством формирования и репрезентации этнокультурной идентичности в современном обществе» (2024, с. 210-211). Массовое эстетическое сознание, как отмечает Н. А. Соловьева (2013, с. 29-31), формируется как динамичная структура коллективных вкусовых предпочтений, непрерывно трансформирующаяся под воздействием медиапотребления. В отличие от элитарных эстетических систем, массовое сознание демонстрирует высокую пластичность и способность к упрощению сложных культурных кодов до визуальных маркеров.

Цифровая среда радикально изменила условия репрезентации культурного наследия. Современная медиасреда характеризуется интерактивностью, размывающей границу между производителем и потребителем контента, виральностью, создающей непредсказуемые траектории распространения культурных образов, клиповостью, задающей фрагментарный формат восприятия, и платформенностью, формирующей многоуровневую экосистему трансляции культурных смыслов (Симонова, Тетерский, 2022, с. 59-68). Структурно-функциональный анализ позволяет рассматривать этот механизм как целостную систему с определенными элементами и связями, тогда как визуальный и семиотический анализ обеспечивает деконструкцию процессов кодирования культурных значений.

Масштаб цифровой трансформации в Китае создал беспрецедентные условия для распространения этнической эстетики. Согласно исследованию Юань Мэнмэн (2020), к 2020 году число интернет-пользователей достигло 1,1 миллиарда человек, что составило 75% населения страны, при этом 99% пользователей выходили в интернет через мобильные устройства. Покрытие сетями 4G охватило 98% территории страны, а цифровая экономика составила 34,8% ВВП (Юань Мэнмэн, 2020, с. 151-154). Технологические гиганты Alibaba, Tencent, Baidu и Huawei сформировали цифровую инфраструктуру, обеспечившую массовый доступ к культурному контенту. Мобильные игры превратились в значимый канал взаимодействия молодого поколения с традиционной культурой (Юань Мэнмэн, 2020, с. 154-155).

Платформа Douyin стала мощным каналом трансляции визуальных и перформативных практик этнических сообществ. Короткие видеоролики с традиционными танцами, фрагментами горлового пения или мастер-классами по созданию национальных украшений получают миллионы просмотров, формируя устойчивый интерес к этнической эстетике (Проскурнова, Чжу Вань, Волкова, 2023, с. 233-250). Платформа Xiaohongshu развила экосистему визуально насыщенного контента, где этническая культура представлена через призму потребительского опыта и эстетизированных путешествий.

Bilibili привлекает молодую аудиторию развернутыми видео-эссе, аналитическими обзорами и креативными интерпретациями наследия, где пользователи создают анимацию с традиционными орнаментами, разрабатывают игровые проекты с этническими мотивами и записывают каверы на народные мелодии. Институциональный уровень представлен официальными проектами оцифровки культурного наследия, включающими трехмерные модели артефактов и виртуальные музейные туры, которые обеспечивают академическую основу для популярных форм трансляции (Краснова, 2022, с. 134-139).

Механизм взаимодействия эстетики культуры этнических меньшинств с массовым эстетическим сознанием функционирует как многоуровневая система с различными акторами. Производители контента образуют первичное звено трансляции, где носители культуры, представители этнических сообществ, обеспечивают аутентичность репрезентации. Например, блогер из народности мяо Дяньси Сяогэ демонстрирует на платформе Douyin традиционные техники вышивки серебряными нитями, собирая миллионы просмотров и комментариев городской аудитории, заинтересованной в аутентичном мастерстве. Когда представители народности мяо публикуют видео о традиционной вышивке или исполняют песни в национальных костюмах, они выступают как живые носители культурной памяти (Логинова, 2021, с. 169-174). Культурные посредники, включающие блогеров-путешественников, кураторов и этнографов, интерпретируют сложные культурные коды для массовой аудитории, переводя специфические практики на язык современных эстетических категорий. Коммерческие агенты используют этническую эстетику как ресурс для создания уникального торгового предложения, включая традиционные орнаменты в модные коллекции и туристические маршруты.

Массовая аудитория перестала быть пассивным потребителем в цифровой среде. Пользователи активно взаимодействуют через лайки, репосты и комментарии, превращаясь в просьюмеров, которые создают собственные версии контента, участвуют в челленджах с этнической тематикой, ремиксируют традиционные

мелодии и создают мемы на основе этнических образов (Захарова, 2021, с. 29-33). Алгоритмы платформ определяют видимость контента, усиливают тренды и создают селективное давление на формы репрезентации, стимулируя адаптацию традиционных практик к требованиям цифровой видимости (Назаров, 2020).

Анализ цифровых форм культурной репрезентации опирается на концепцию культурной трансмиссии, которая, согласно А. Д. Ивановой, «подразумевает процесс передачи ценностей своего этноса новым поколениям, сохраняя таким образом свои культурные особенности и свой этнос в целом» (2018, с. 35-36). При этом «культурную трансмиссию можно разделить на три вида по способу передачи этнических ценностей: 1) вертикальную – от родителей к детям, из поколения в поколения; 2) горизонтальную – индивид в процессе всей жизни приобретает знания, умения и ценности своего народа вместе со сверстниками; 3) непрямую – обучение человека в специализированных учреждениях, где он сможет изучить ценности своего этноса» (Иванова, 2018, с. 35-36). Важно отметить, что «этническая идентичность – помимо понимания своей принадлежности этнической общности, представляет собой оценку этой принадлежности и понимание того, какое значение несет членство в этой общности, разделение этнических чувств» (Иванова, 2018, с. 35-36).

Методологическая основа анализа цифровой репрезентации этнических культур требует междисциплинарного подхода. Как отмечает Е. Г. Зайцева, «ментальность, понимаемая как синтез сознательных и бессознательных элементов, может быть адекватно понята и изучена только при комплексном подходе, сочетающем научные методы анализа сознательной составляющей ментальности и вненаучные методы и познавательные практики понимания бессознательных элементов» (2013, с. 174-177). Этот «междисциплинарный подход, специфика которого состоит в сочетании концептуально различных познавательных практик, является наиболее адекватным феномену ментальности, понимаемому в контексте взаимодействия сознательного и бессознательного» (Зайцева, 2013, с. 174-177). Для понимания механизмов цифровой трансформации этнической эстетики необходимо применение герменевтических практик, которые предлагают «гуманитарный метод познания, в котором наряду с рациональным присутствует образное, эмоциональное проникновение в сущность вещей, осуществляемое при помощи эмпатии» (Зайцева, 2013, с. 174-177).

Адаптация этнической эстетики осуществляется через комплекс стратегий. Эстетизация и романтизация представляют этнический быт как идеализированное пространство гармонии, противопоставленное урбанистической повседневности. В туристических зонах создаются этнографические деревни, где выступления народных коллективов в костюмах, практически идентичных традиционным праздничным нарядам, происходят по праздникам и выходным (Соловьева, 2013, с. 32-33). Видеоролики демонстрируют живописные горные пейзажи, традиционные деревни и праздничные церемонии, конструируя образ культурного рая, апеллирующий к ностальгическим настроениям городской аудитории (Корючкина, 2018, с. 57-60).

Фрагментация и извлечение символов представляют радикальную форму адаптации. Традиционный костюм национальных меньшинств приобретает формы современной одежды с этническими элементами, причем производители добавляют различные элементы, которых в культуре конкретного народа может не содержаться, а продавцы зачастую путают принадлежность вещей к тем или иным народам (Соловьева, 2013, с. 33-35). Целостные культурные комплексы распадаются на отдельные визуальные элементы, которые циркулируют вне первоначального контекста и наполняются новыми значениями. Например, геометрический орнамент народности мяо появляется на чехлах для смартфонов марки Xiaomi в коллекции «Этническое наследие», силуэт традиционного головного убора дун становится логотипом туристического бренда «Гуйчжоу Этно Тревел», фрагмент народной песни превращается в рингтон для мобильных приложений.

Коммерциализация стала механизмом влияния на культурную репрезентацию. Производство национальной одежды и предметов материальной культуры пользуется популярностью у туристов и ханьцев, этническая принадлежность превратилась в способ заработка для пожилых людей, занимающихся традиционными видами деятельности вроде вышивки, вязания и шитья (Соловьева, 2013, с. 34-35). Торговля изделиями ручной работы вызывает интерес у покупателей необычным внешним видом, а национальная культура ориентируется на развитие этнографического туризма. Трансформация затронула даже духовные практики: народы ли и мяо, традиционно относившиеся к фотографиям негативно согласно верованиям о покидании души телом, в этнографических деревнях допускают съемку без ограничений, поскольку этническая принадлежность стала способом заработка (Соловьева, 2013, с. 34-35).

Гибридизация и ремикширование открывают пространство креативного синтеза. Музыканты соединяют этнические инструменты с электронной музыкой, создавая звуковые ландшафты, где традиционное горловое пение народов Внутренней Монголии накладывается на электронные биты, а бамбуковые флейты народности дай интегрируются в композиции в стиле ambient. Этот процесс отражает более широкую тенденцию трансформации музыкального образования в Китае, где мультикультурный подход предполагает не консервацию этнических музыкальных практик в неизменном виде, а их активное взаимодействие с современными формами музыкального производства и потребления (Фэн Хуан, 2023, с. 262-267). Дизайнеры интегрируют традиционные орнаменты в эстетику городской уличной моды, интерьерные стилисты комбинируют элементы этнического декора с минималистичной современной мебелью.

Игровая индустрия демонстрирует особую эффективность адаптации. Костюмы персонажей в игре King of Glory основаны на исторических и культурных элементах, темы дизайна используют элементы пяти стихий, мифов и легенд в разных измерениях, а персонажи базируются на реальных исторических фигурах Китая или героях литературных произведений (Юань Мэнмэн, 2020, с. 155-156).

Рисование занимает особое место в системе визуальной репрезентации этнической культуры, поскольку представляет единственную форму культурного производства, способную синтезировать традиционные орнаментальные системы с современными цифровыми возможностями без потери семантической глубины. Цифровые художники активно переосмысливают геометрические узоры народности мяо и каллиграфические традиции тибетского письма через призму современного визуального языка, создавая произведения, которые функционируют одновременно как этнические артефакты и объекты глобального арт-рынка. Платформы для цифрового творчества становятся пространством межкультурного диалога, где молодые художники из этнических сообществ осваивают западные техники иллюстрации для визуализации собственных мифологических систем (Афанасьевская, 2024, с. 211-212).

Феномен цифрового рисования демонстрирует возможность сохранения культурной специфичности через творческую трансформацию, когда традиционные символические коды обретают новую актуальность в визуальной среде социальных сетей и игровых проектов. Коммерциализация рисунков с этническими мотивами создает устойчивую экономическую модель для молодых художников из отдаленных регионов, превращая культурное наследие в источник дохода без его упрощения до туристического сувенира.

Геймификация и интерактивность представляют технологически продвинутые формы адаптации. Юань Мэнмэн отмечает, что «среди множества инновационных средств коммуникации игровая индустрия как растущая индустрия демонстрирует устойчивую и быструю тенденцию развития: она не только сформировала все более совершенную производственную цепочку и относительно зрелую среду промышленного развития, но и местные оригинальные онлайн-игры достигли скачка от количественных изменений к качественным изменениям» (2020, с. 156-157). Исследователь подчеркивает трансформационный характер этого процесса: «После последних лет разработки и совершенствования игры уже давно вышли за рамки игровой формы и стали основой культурного наследия и инноваций». (Юань Мэнмэн, 2020, с. 156-157). Игровая индустрия создает цифровую среду, где традиционная культура получает новые формы существования и распространения. Разработчики создают игровые миры на основе мифологии и визуальных канонов этнических меньшинств, социальные платформы предлагают фильтры дополненной реальности для примерки традиционных костюмов, а образовательные приложения превращают знакомство с культурой в развлекательную активность через механики соревнования и достижений.

Цифровая трансформация традиционной эстетики этнических меньшинств Китая представляет собой сложный процесс переосмысления культурного наследия через призму современных технологий и массовых коммуникаций. Исследование механизмов этого взаимодействия демонстрирует, как древние художественные практики обретают новую жизнь в цифровой среде, формируя уникальное пространство культурного диалога между традицией и современностью. Вышивка народа мяо иллюстрирует процесс технологической оцифровки культурного наследия, когда традиционные орнаменты становятся объектом трехмерного сканирования и создания цифровых архивов (Би Синьгэ, Уваров, 2025). Эта практика формирует новую экосистему доступа к этническим паттернам через онлайн-каталоги, где дизайнеры получают возможность работать с аутентичными образцами. Технологии машинного обучения позволяют генерировать бесконечные вариации узоров на основе тысяч оцифрованных образцов вышивки, что трансформирует традиционное ремесло в ресурс для современного творчества. Модная индустрия выступает проводником этнической эстетики в массовое сознание, когда бренды вроде Exception de Mixmind интегрируют технику батика мяо в минималистичные силуэты, используя цифровые платформы для storytelling через WeChat и livestreaming на Taobao Live. Коллаборации между международными домами моды и мастерами традиционных ремесел создают новый нарратив устойчивого развития, где этническая эстетика позиционируется как альтернатива массовому производству.

Маньчжурский костюм демонстрирует иной механизм цифровой адаптации через систему визуальных коммуникаций (Лу Юйся, 2025). Традиционный кафтан-халат с рукавом «матисиу» трансформируется в узнаваемый бренд через четыре ключевые функции: привлечение внимания к этническим элементам в Instagram*-кампаниях, формирование запоминающихся силуэтов как символов бренда, творческую идентификацию через использование традиционных техник кроя и информирование аудитории посредством QR-кодов на этикетках. Виртуальные технологии создают новые форматы взаимодействия с традицией, когда AR-фильтры в социальных сетях позволяют пользователям примерять традиционные костюмы, а трехмерное моделирование конструктивных узлов открывает возможности для анализа и адаптации исторических форм. Праздничная мода становится пространством гибридной культуры, где онлайн-трансляции традиционных празднований формируют массовый интерес к этническим костюмам и стимулируют развитие услуг по организации фотосессий в стилистике этнических меньшинств.

Берестяное искусство ороконов и вышивка эвенков представляют особый случай трансграничного культурного обмена между Китаем и Россией (Чжан Сяоли, 2023). Векторизация традиционных узоров облаков и волн создает базу для графического дизайна, где AI-технологии генерируют новые композиции на основе традиционных принципов повторения и постепенного изменения элементов. Электронная коммерция трансформирует ремесленную практику в экономически устойчивую модель, когда мастера используют livestreaming на Pinduoduo и Taobao для демонстрации процесса создания изделий, применяя storytelling о культурной ценности для позиционирования продукции. Образовательные платформы создают новые каналы трансляции знаний через MOOC-курсы с интерактивными модулями по созданию узоров и виртуальные музейные туры с мультимедийным контентом. Геометрические принципы традиционной композиции находят применение в UX/UI дизайне мобильных приложений, где ритмическое повторение орнаментов

и анимации с постепенным изменением паттернов создают связь между этнической эстетикой и современными интерфейсами.

Сопоставление этих примеров выявляет различные стратегии цифровой адаптации этнической эстетики. Подход через модную индустрию характеризуется высокой степенью творческой трансформации и интеграцией в глобальные тренды устойчивого развития. Стратегия визуальных коммуникаций фокусируется на символическом кодировании традиционных элементов в современный дизайн-язык через технологии виртуальной реальности. Модель электронной коммерции обеспечивает экономическую жизнеспособность традиционных ремесел через прямую связь между мастерами и потребителями. Образовательно-музейная стратегия создает институциональную поддержку для сохранения и распространения знаний о культурном наследии. Все эти подходы объединяет использование цифровых платформ как пространства для переосмысления традиции и формирования нового массового эстетического сознания, где этническая культура воспринимается не как архаичный реликт, а как актуальный ресурс для творческого самовыражения и культурной идентификации в глобализованном мире.

Цифровая трансформация культурного пространства радикально изменила природу ключевых категорий, ранее казавшихся устойчивыми. Традиционное понимание аутентичности как неизменной сущности, передаваемой в неискаженном виде, оказывается неприменимым к реальности цифровой репрезентации (Соловьева, 2013, с. 29-33). Когда представители народности мяо создают контент для Douyin, они неизбежно адаптируют форматы вышивки или песенного исполнения к требованиям платформы. Н. А. Соловьева отмечает, что «механизмы влияния на модификацию культуры национальных меньшинств Китая демонстрируют сложные процессы культурной адаптации» (2013, с. 29-33). Видеоролик длительностью пятнадцать секунд не может вместить полный ритуал, длящийся несколько часов. Возникает вопрос о том, следует ли считать такую репрезентацию неаутентичной или аутентичность приобретает новое измерение как способность культурного ядра сохраняться в трансформированных формах.

Производство национальной одежды для туристов демонстрирует еще более глубокую проблематизацию. Традиционный подход к пониманию культурной аутентичности квалифицировал бы это как фальсификацию, однако в контексте цифровой экономики такие гибридные формы становятся самостоятельными культурными объектами, генерирующими интерес к этническому наследию. Пожилые мастерицы, занимающиеся вышивкой как способом заработка, трансформируют духовную практику в коммерческую деятельность, но одновременно обеспечивают передачу технологических навыков молодому поколению через рыночный механизм. Коммерциализация перестает быть внешней угрозой культуре и становится условием ее выживания в новых экономических реальностях.

Концепция культурной границы подвергается не менее радикальному переосмыслению. Классическая этнография исходила из представления об относительно замкнутых культурных системах с четкими маркерами идентичности (Корючкина, 2018, с. 57-61). Цифровая среда размывает эти границы через множественные механизмы. Игровая индустрия демонстрирует наиболее сложные случаи культурной гибридизации. Традиционные практики адаптируются не только к предпочтениям человеческой аудитории, но и к логике алгоритмического отбора. Современные технологии цифровизации и искусственного интеллекта создают качественно новые возможности для фиксации, систематизации и репрезентации культурного наследия этнических меньшинств, где алгоритмы машинного обучения анализируют паттерны пользовательского взаимодействия с этническим контентом, формируя траектории его распространения независимо от намерений создателей (Царева, Тарасова, 2023, с. 1-8). Возникает ситуация, где нечеловеческий актор влияет на траектории развития культурных форм через технические параметры видимости, при этом искусственный интеллект выступает не просто инструментом архивирования, но активным агентом селекции культурных образцов, определяющим, какие элементы этнической эстетики получают массовое распространение.

Традиционные практики адаптируются не только к предпочтениям человеческой аудитории, но и к логике алгоритмического отбора. Возникает ситуация, где нечеловеческий актор влияет на траектории развития культурных форм через технические параметры видимости. Традиционная культурология не располагала концептуальным аппаратом для анализа такого типа агентности, требуя интеграции подходов из исследований медиа и технологических исследований.

Концептуальное переосмысление базовых категорий культурологического анализа не означает отказа от них, но требует признания их исторической специфичности. Понятия, сформированные в контексте доцифровой культурной реальности, нуждаются в теоретической адаптации для анализа новых форм культурного производства и циркуляции. Аутентичность, культурная граница, субъектность и наследие сохраняют аналитическую ценность, но должны быть переопределены с учетом цифровой трансформации условий культурного существования.

Заключение

Проведенное исследование позволяет прийти к нескольким взаимосвязанным **выводам** относительно механизма взаимодействия эстетики культуры этнических меньшинств Китая и массового эстетического сознания в цифровую эпоху. Восприятие этнической эстетики массовой аудиторией носит многоуровневый характер – от поверхностного эстетического любопытства до глубокого культурного интереса, – что требует

дифференцированных стратегий репрезентации. Цифровые платформы выступают активными агентами трансформации культурных форм через алгоритмические механизмы отбора, рекомендательные системы и форматные ограничения. Анализ сосредоточен на наиболее популярных и доступных примерах, что составляет ограничение исследования и может не отражать полного спектра практик культурной репрезентации.

Концептуальное переосмысление базовых категорий культурологического анализа составляет еще один значимый результат исследования. Традиционное понимание аутентичности как неизменной сущности оказывается неприменимым к реальности цифровой репрезентации, где адаптация становится условием культурного выживания. Аутентичность приобретает новое значение как способность культурного ядра сохраняться в трансформированных формах, что требует пересмотра критериев оценки культурных изменений. Культурная граница перестает функционировать как линия разделения и превращается в зону интенсивного обмена и креативного синтеза, где гибридные формы становятся самостоятельными культурными объектами. Субъектность распределяется между носителями культуры, культурными посредниками, просьюмерами и алгоритмами платформ, создавая сложную сеть агентности, не описываемую классическими моделями культурной коммуникации.

Перспективы дальнейших исследований связаны с несколькими направлениями развития предложенной модели. Сравнительный анализ механизмов цифровой репрезентации этнических культур в различных национальных контекстах позволит выявить универсальные закономерности и культурно-специфические особенности процессов адаптации. Критически важным направлением выступает более глубокий анализ роли алгоритмов как нечеловеческих агентов культурной эволюции, требующий тесного взаимодействия с исследователями искусственного интеллекта и data science. Изучение рецепции этнической эстетики различными сегментами массовой аудитории позволит уточнить механизмы формирования эстетических предпочтений в цифровой среде.

Примечание: * – организация признана в России экстремистской и запрещена.

Источники | References

- Афанасьевская Н. В. Визуальная культура как пространство формирования и репрезентации этнокультурной идентичности // Ярославский педагогический вестник. 2024. № 3.
- Би Синьгэ, Уваров В. Д. Актуальные тенденции инновационного развития искусства народа мяо в современном дизайне Китая // Культура и искусство. 2025. № 7.
- Зайцева Е. Г. Междисциплинарный подход к исследованию этнической ментальности // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2013. № 4.
- Захарова М. В. Пользовательский контент как инструмент формирования лояльности к бренду в цифровой среде // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10403>
- Иванова А. Д. Формирование этнической идентичности в российском обществе // Журнал социологических исследований. 2018. Т. 3. № 4.
- Корючкина П. С. Этнический образ в пространстве современной медиакультуры // Культура и цивилизация. 2018. Т. 8. № 4А.
- Краснова Е. Л. Сохранение и трансляция культурного наследия в цифровую эпоху: к построению модели // Музей. Памятник. Наследие. 2022. № 1 (11).
- Логина М. В. Этноэстетика в системе этнокультуры: теоретико-методологический аспект // Финно-угорский мир. 2021. Т. 13. № 2. <https://doi.org/10.15507/2076-2577.013.2021.02.169-179>
- Лу Юйся. Исследование интеграции и инноваций традиционных моделей одежды этнических меньшинств Китая в дизайне визуальных коммуникаций // Педагогический журнал. 2025. Т. 15. № 1А.
- Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. Т. 8. № 2. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-2-108-124>
- Проскурнова Е. Л., Чжу Вань, Волкова И. И. Опыт размещения новостных материалов в формате коротких видео китайскими телеканалами на платформе Douyin // Наука телевидения. 2023. № 4. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2023-19.4-233-269>
- Симонова Т. Н., Тетерский С. В. Современные тенденции медиатизации культуры в цифровом образовательном пространстве // Управление образованием: теория и практика. 2022. № 8 (54). <https://doi.org/10.25726/g9171-7300-9225-f>
- Соловьева Н. А. Механизмы влияния на модификацию культуры национальных меньшинств Китая // Дискуссия. 2013. № 11 (41).
- Фэн Хуан. Влияние культурных обменов на музыкальное образование в Китае: музыкальное образование в средних школах Китая в условиях мультикультурализма // Знание. Понимание. Умение. 2023. № 1.
- Царева А. Э., Тарасова Т. В. Технологии цифровизации и искусственного интеллекта в сохранении культурного наследия // Столыпинский вестник. 2023. № 5.
- Чжан Сяоли. Искусство и эстетика традиционных узоров этнических меньшинств северо-восточного Китая // Культурное наследие России. 2023. № 2 (41).
- Юань Энмэн. Вызовы и возможности китайской традиционной культуры в эпоху цифровизации // Культурологические чтения – 2020: сборник материалов Всероссийской (с Международным участием) научно-практической конференции, Екатеринбург, 10-14 марта 2020 г. Екатеринбург, 2020.

Информация об авторах | Author information**Сян Хунжун¹**¹ Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург**Hongrong Xiang¹**¹ Russian State Pedagogical University named after A. I. Herzen, St. Petersburg¹ 1909749433@qq.com**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 10.11.2025; опубликовано online (published online): 24.02.2026.

Ключевые слова (keywords): эстетика этнических меньшинств Китая; массовое эстетическое сознание; цифровая трансформация культуры; алгоритмическая агентность; цифровые платформы; aesthetics of China's ethnic minorities; mass aesthetic consciousness; digital transformation of culture; algorithmic agency; digital platforms.