

тора от политических реалий БССР позволяет ему взглянуть на события и персонажей белорусской истории с альтернативной точки зрения и тем самым увидеть некоторые процессы, часто скрытые от глаз отечественных исследователей. В конце своей книги, автор делает вывод, что по состоянию на 1989 г. результатом социальных преобразований должно стать изменение клиентелизма новой категорией – категорией гражданина. Этот прогноз М. Урбана можно считать сбывшимся.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Богдан, С. Мнение. Машеров, который строил Беларусь в тени Москвы [Электронный ресурс] // TUT.BY: Белорусский портал URL: <https://news.tut.by/politics/441840.html> (дата обращения: 30.01.2021).
2. Урбан М. Беларуская савецкая эліта (1966-1986): алгебра ўлады / пер. з англ. мовы. Вільня: ЕГУ, 2010. 196 с.
3. Goruynov, M. Belarus: Often Overlooked, It Will Reward Historians and Social Scientists [Electronic source] // Wilson Center. 2019. Mode of access: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/belarus-often-overlooked-it-will-reward-historians-and-social-scientists>. Date of access: 30.01.2021.
4. Vakar, N. Belorussia. The Making of a Nation . Harvard University Press, 1956. – 297 p.

КИТАЙСКИЙ НОВЫЙ ГОД КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ЭЛЕМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ» В РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ КНР

Ши Дандань

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, dandanshi@yandex.by*

В статье впервые в белорусской историографии рассматриваются усилия государственных учреждений КНР по организации празднования китайского Нового Года («Веселого Праздника Весны») в мире. Определены акторы и платформа этой деятельности, прослежена динамика интернационализации Праздника, охарактеризованы основные стратегии его проведения и их реализация, а также значимость как направления в реализации концепции «мягкой силы» во внешней политике Китая на современном этапе.

Ключевые слова: история повседневности; КНР; внешняя политика; культурная дипломатия; «мягкая сила»; Китайский Новый год «Веселый Праздник Весны»; экспорт китайской культуры; площадка распространения культуры.

CHINESE NEW YEAR AS AN EFFECTIVE ELEMENT OF "SOFT POWER" IN THE IMPLEMENTATION OF THE PRC'S FOREIGN POLICY

Shi Dandan

Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

For the first time in Belarusian historiography, the article examines the efforts of state institutions of the PRC to organize the celebration of the Chinese New Year ("Happy Spring Festival") in the world. The actors and the platform of this activity are determined, the dynamics of the internationalization of the Holiday is traced, the main strategies of its holding and their implementation are characterized, as well as the significance as directions in the implementation of the concept of "soft power" in China's foreign policy at the present stage.

Key words: history of everyday life; PRC; foreign policy of the PRC; cultural diplomacy; "Soft power"; Chinese New Year; Happy Spring Festival; export of Chinese culture; site for the dissemination of culture.

Праздник Весны (так называется Новый год по китайскому календарю) – это самый главный, особо торжественный и продолжительный государственный праздник в Китае, а также один из старейших народных праздников, он отмечается уже более 400 лет [1]. Крупномасштабное мероприятие в честь «Веселого Праздника Весны», спонсируемое Министерством культуры и туризма КНР, стало флагманским проектом программы межкультурных обменов с самым большим числом участников и самым сильным влиянием на зарубежную аудиторию. По оценке Лю Яньдуна, вице-премьера Госсовета КНР, китайский Новый год – это «международная платформа для содействия обмену различными культурами» [2].

По данным Бюро международного обмена и сотрудничества Министерства культуры и туризма КНР, в начале 2010 г. Министерство культуры, Министерство иностранных дел, Министерство образования, Канцелярия по делам проживающих за границей китайских граждан при Госсовете КНР, культурные учреждения различных провинций Китая, отделы культуры при посольствах КНР объединили усилия по организации этого крупномасштабного мероприятия за рубежом с целью распространения китайской традиционной культуры и построения «гармоничного мира» [3].

Жуань Цзин, профессор Центрального университета национальностей, считает, что правительство страны выбрало «Праздник Весны» в качестве платформы для продвижения китайской культуры во всем мире по следующим причинам: 1) Уникальное очарование традиционной китайской культуры, представленное Праздником Весны; 2) Стремительное

развитие экономики Китая заложило материальную основу для проведения масштабных культурных мероприятий; 3) Растущая численность китайской диаспоры; 4) Углубление культурных обменов во всем мире [4].

Первое масштабное проведение «Веселого праздника Весны» состоялось в том же 2010 г., о динамике интернационализации китайского Нового года можно судить по данным Министерства культуры и туризма КНР, систематизированным автором (см. таблицу). Праздник превратился в масштабное мероприятие с целью глобального продвижения китайской культуры [5].

Таблица

Динамика интернационализации Китайского Нового года (2010-2019 гг.)

Год	Количество охваченных стран и регионов	Количество мероприятий
2010	42	65
2011	63	65
2012	82	323
2013	99	385
2014	112	Более 570
2015	119	Более 900
2016	140	Более 2100
2017	140	Более 2000
2018	130	Более 2000
2019	133	Более 1500

Таблица составлена автором на основе «Культурного ежегодника» Министерства культуры и туризма [5].

6 февраля 2015 г. первое масштабное культурное мероприятие «Веселого Праздника Весны» прошло в Минске; всего в Беларуси было проведено 6 мероприятий, посвященных празднованию китайского Нового года. По словам Цуй Цимина, бывшего посла Китая в Беларуси, мероприятие «Веселого Праздника Весны» стало для белорусов, особенно молодежи, важной платформой для знакомства с традиционной китайской культурой [6].

В 2014 г. Министерство культуры предложило три стратегии развития масштабных мероприятий в рамках «Веселого Праздника Весны»: «брендизация», «адаптация к местным условиям» и «маркетингизация» [2].

Яркий и стабильный логотип бренда имеет большое значение для узнаваемости «Веселого Праздника Весны». После долгих обсуждений и отбора вариантное изображение, основанное на иероглифе «Весна» в костяных надписях Оракула, установлено в качестве основного графического изображения данного мероприятия. Сформировано 11 суббрендов, ориентированных на людей из разных регионов, классов и культурных традиций, проживающих за рубежом. Эти суббренды охватывают исполнительское и изобразительное искусство, креативный дизайн, китайскую

кухню и другие области [7].

Любую культуру можно по-настоящему понять, только участвуя в образе жизни целевой аудитории. Быстрое развитие экономики КНР и рост влияния китайской диаспоры принесли существенные преимущества китайской культуре в адаптации к местным условиям. Более 300 зарубежных партнеров, включая правительства, культурные учреждения, предприятия и частных лиц, участвуют в мероприятиях по случаю празднования китайского Нового года по всему миру [8]. Среди них один из самых известных культурных центров США – Центр исполнительских искусств Линкольна, организовавший в 2015 г. первую художественную выставку «Happy Chinese New Year - Fantastic art china» с экспозицией картин шести всемирно известных китайских современных художников: Сюй Бин, Хуан Цзяньчэн, Чен Вэньлин, Люй Шэнчжун, Сюй Цзян и Чжань Ван [9].

В марте 2014 г. вице-премьер Госсовета КНР Лю Яньдун отметила необходимость мобилизации широких слоев населения для участия в юбилейной выставке «Веселый Праздник Весны», проводимой Национальным музеем Китая, призвав выходить на мировой рынок именно через эту платформу [2]. В декабре 2017 г. председатель Китайского комитета содействия развитию международной торговли (ККСРМТ) Цзян Цзэнвэй встретился с министром культуры Ло Шуган, в результате чего обе стороны подписали совместный Меморандум об углублении сотрудничества в области внешней культурной торговли, в частности, в создании бренда «Веселый Праздник Весны» и продвижении сопутствующих празднику товаров за рубежом [10]. Примером маркетинга праздника может служить Культурная ярмарка, ежегодно проводимая в Таиланде. В феврале 2015 г. её организовали на площадях Всемирного торгового центра в столице этой страны, представив материальное и нематериальное наследие Китая. За 7 дней ярмарка привлекла почти 200 тыс. тайцев, а объем продаж составил почти 7 млн бат [11].

Таким образом, празднование Нового года по китайскому календарю рассматривается Пекином как платформа для продвижения китайской традиционной культуры и средство создания положительного образа Китая в мире. С 2010 г. началась координация усилий Государственного совета (Канцелярия по делам проживающих за границей), Министерства культуры (Бюро международного обмена и сотрудничества), Министерства иностранных дел (посольства КНР), Министерства образования, а также культурных учреждений провинций по организации ширококомасштабного «Веселого Праздника весны»; результатом стала впечатляющая положительная динамика его интернационализации. В 2014 г. были сформулированы три стратегии проведения китайского Нового года, осуществляемые в тесной связи с Комитетом содействия развитию международной торговли при Министерстве экономики КНР, что иллю-

стрирует и подтверждает тесную связь культурной и экономической дипломатии. По оценке автора, эффективность деятельности китайских государственных учреждений в рассматриваемом направлении можно поставить на второе место после институтов Конфуция.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Очаровательная китайская весна гостит в столице [Электронный ресурс] // Минск-Новости. 01.01.2018. URL: <https://yandex.by/turbo/minsknews.b/s/ocharovatel'naya-kitayskaya-vesna-gostit-v-stolitse/> (дата обращения: 20.01.2021).
2. Вице-премьер Госсовета КНР Лю Яньдун принимала участие в юбилейной выставке «Веселый Праздник Весны» [Электронный ресурс] // Портал Хуаньцю. 04.03.2014. URL: <https://china.huanqiu.com/article/9CaKrnlEso> (дата обращения: 20.01.2021 (на кит.яз.)).
3. Веселый праздник весны и веселый мир [Электронный ресурс] // Сети китайской культуры. 11.07.2016. URL: <http://cn.cccweb.org/pubinfo/2020/04/28/200001005050/79335a96808149759431dd0b584be064.html>–(дата обращения: 20.01.2021 (на кит.яз.)).
4. Жуань Цзинь. Анализ влияния и стратегии распространения китайского Нового года за рубежом // Вестник Юго-центрального национального университета. 2014. №6 С. 47–51. (на кит.яз.).
5. Ежегодник по культуре и туризму КНР 2018 Второй том / Министерство культуры и туризма КНР ; сост. Ло Шуган. Пекин: Издательство «Путешествие и туризм в Китае», 2019. 408 с.
6. Мероприятие Веселого Праздника Весны 2018 г. состоялось в Минске [Электронный ресурс] // Сети китайской культуры. 16.12.2015. URL: <http://cn.china-culture.org/portal/pubinfo/2020/04/28/200001003002001/bcefe848002a44578c079fed058f83ea.html> (дата обращения: 20.01.2021 (на кит.яз.)).
7. Янь Сяодань. Роль и методы мероприятий Веселого Праздника Весны в подъема культурной «мягкой силы» Китая: дис. ... маг.искусствоведение: 17.00.01. Пекин, 2015. 80 л. (на кит.яз.).
8. Цзы Су. Веселый Праздник Весны написал новую главу о культурном обмене между Китаем и зарубежными странами // Журнал межкультурного обмена. 2016. №3 С. 42–47. (на кит.яз.).
9. Сотрудничество с «Китайским Новым годом • китайском искусством» – Центр исполнительских искусств Линкольна [Электронный ресурс] // Искусство Китая. 16.12.2015. URL: <http://fantastic.art.china.cn/2015-12/16/content8454749.htm> (дата обращения: 20.01.2021 (на кит.яз.)).
10. Китайский комитет содействия развитию международной торговли и Министерство культуры подписали меморандум о сотрудничестве [Электронный ресурс] // Новости торговли Китая. 19.12.2017. URL: <http://www.chintradenews.com.cn/maocu/201712/19/c8148.html>–(дада обращения: 20.01.2021 (на кит.яз.)).
11. Культурная ярмарка впервые заходит в Таиланд [Электронный ресурс] // Сети китайской культуры. 20.02.2015. URL: <http://cn.cccweb.org/pubinfo/2020/04/28/200001003002/8af60043b8524e28b595e7ec2bca59b3.html> (дата обращения: 20.01.2021 (на кит.яз.)).