

УДК 65.015.1

## ГОРОДСКАЯ СУБКУЛЬТУРА КАК ПРОДУКТ СОВРЕМЕННОГО КИТАЙСКОГО ОБЩЕСТВА

СУН ЦЗИСИНЬ<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Исследуются проблемы городской субкультуры как продукта современного общества, развитие которой осуществляется в контексте основной культуры в процессе принятия или отчуждения ее норм, правил, ценностей. При этом городская субкультура приобретает свои доминанты и уникальные характеристики. К их числу относят маргинальность, относительную независимость, динамичную моду, краткосрочность существования одних и относительную устойчивость, длительность других форм и пространств, прерывистость развития и т. д.

**Ключевые слова:** субкультура; городская субкультура; культурное пространство города.

## URBAN SUBCULTURE AS A MODERN CHINESE SOCIETY PRODUCT

SONG JIXIN<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Belarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The scientific article is devoted to the study of the problem of urban subculture as a product of modern society. The development of urban subculture is carried out in the context of the main culture, in the process of acceptance or alienation of its norms, rules, values. At the same time, the urban subculture acquires its dominants and unique characteristics. These include marginality, relative independence, dynamic fashion, short-term existence of some and relative stability and duration of other forms and spaces, discontinuity of development, etc.

**Keywords:** subculture; urban subculture; cultural space of the city.

### Введение

С развитием глобализации и процессов трансформации современных обществ актуальным остается вопрос о городской субкультуре в контексте ее влияния на традиционную и доминирующую культуру. Сегодня большинство исследователей отдают предпочтение изучению динамики общества и социальных отношений в социальной среде [1, с. 167]. Ученые признают, что городская субкультура создается в определенной обстановке. Однако наибольший интерес вызывает рассмотрение социальности городских субкультур, видоизменяющихся под влиянием окружающей среды и времени. Любая субкультура становится частью общей культуры или отвергается полностью и изживает себя [2]. Важным в изучении городских субкультур остается вопрос о соотношении социальной практики, материального опыта и транслируемых культурных традиций при образовании субкультур, которые развиваются более динамичными темпами и в некотором смысле представляют маргинальный спектр культурных изменений.

#### Образец цитирования:

Сун Цзисинь. Городская субкультура как продукт современного китайского общества. *Человек в социокультурном измерении*. 2022;2:15–20.

#### For citation:

Song Jixin. Urban subculture as a modern Chinese society product. *Human in the Socio-Cultural Dimension*. 2022;2:15–20. Russian.

#### Автор:

*Сун Цзисинь* – аспирант кафедры культурологии факультета социокультурных коммуникаций. Научный руководитель – кандидат культурологии, доцент А. А. Касперук.

#### Author:

*Song Jixin*, postgraduate student of the department of cultural studies, faculty of social and cultural communications. [www.15938272@qq.com](mailto:www.15938272@qq.com)



Например, в Китае традиционные городские субкультурные мероприятия (косплей, паркур, хип-хоп, рэп, уличные танцы, киберспортивные игры и прямые трансляции) изначально воспринимаются большинством людей как нечто странное, неестественное. Но с приходом эпохи интернета ситуация постепенно улучшается, а городские субкультурные группы становятся нормальным явлением. Любители паркура перемещаются по высотным зданиям, а скейтбордисты – по улицам и площадям. При этом представители данных субкультур вполне логично используют естественное пространство как сущность, созданную городской субкультурой. В более общем смысле доминирующий в определенной среде класс укрепляет свою власть через производственное пространство. Являясь сложным социальным организмом, город демонстрирует неоднозначные характеристики культуры и субкультуры, претерпевает изменения и ротацию. В социальной среде города возникают иллюзии виртуальности и реальности. Первая иллюзия чрезмерно подчеркивает роль дискурса и письма в когнитивном пространстве и трактует социальное пространство как чисто духовный феномен, состоящий из языка и символов. Иллюзия реальности – это своего рода материальный фетишизм. Она рассматривает все как материальное и реальное и считает, что социальное пространство – это неизменное ведро, контейнер и фон из материального [3, с. 12–15]. По мнению А. Лефевра, социальная среда включает материальное и духовное пространство, превосходя при этом существование обоих.

Современный мир находится в состоянии пространственной реконструкции. Ее важной особенностью является сложная конфигурация, переплетение глобального, регионального и городского пространства. Города в этой запутанности становятся важным носителем пространственной реконструкции [4, с. 42]. Отображение субкультуры в городской среде дает возможность горожанину и обществу в целом пересмотреть, понять ее и осознать городскую субкультурную идентичность. Именно динамизм городской среды, многогранность различных событий в обществе формируют новые смыслы и предоставляют иные возможности [5]. Городское пространство является жизненно важной частью демонстрации субкультуры. Развитие городской субкультуры тесно связано с актуальностью городской жизни, как и развитие культуры – с городской средой. Это двуединые взаимодополняющие и взаимосвязанные процессы. Иными словами, городская среда – это физическое пространство, а городская субкультура – продукт общественного производства культуры.

### Теоретические основы исследования

Значительная часть современных воззрений о городе исходит из идей Г. Зиммеля, представленных в работе «Большой город и духовная жизнь». По мнению автора, город эпохи Нового времени, с одной стороны, предоставляет современные возможности в экономическом разделении труда, создает условия и перспективы для полноценной реализации личной свободы горожанина и его независимости, с другой стороны, в сравнении с небольшими городками и иными местами проживания людей препятствует развитию свободы и индивидуальности. Очевидно, что размер городского пространства, характер связей и коммуникаций, периодичность встреч имеют значение для развития субкультуры. Данный парадокс, выявленный Г. Зиммелем, приводит большие города к разного рода действиям и стремлению быть заметным, уникальным, вычурным, эпатажным. В таком противоречии реализуются возможности города для объединения и диалога этих разнонаправленных тенденций – от свободы к хаосу или к свободе от хаоса. Стоит отметить, что данные взгляды Г. Зиммеля до сих пор остаются объектом критики, как и позиция К. Маркса и Ф. Энгельса на понимание процессов прогресса в культуре как шага к свободе [6, с. 456]. С точки зрения классиков марксизма, свободный человек становится главным направлением и целью культурного развития. Это положение (развивать свободную личность, предоставляя ей определенный выбор одежды, музыки, танцев и языка городской архитектуры) является актуальным и для городской субкультуры. Исторический опыт человечества свидетельствует о том, что противоречие между производственными силами и производственными отношениями способствовало прогрессу истории и неизбежно заставляло людей вести единую самостоятельную деятельность [7, с. 165].

Так, если прошлое поколение было рациональным отражением противоречий и проявлений капитализма, то движение хиппи 1960-х гг. усилило и дополнило развитие названной системы. Речь идет не только о восстании против капиталистических ценностей, но и о проявлении сущности капитализма. Вместе с тем нельзя отрицать, что городская субкультура предоставляет людям выбор, опыт, а затем решает, возвращаться или отклоняться от свободы доминирующего общества [8, с. 10–12]. Эта субкультура в определенной степени регулирует культуру, компенсирует некоторые ее недостатки и в то же время помогает изменить сложившиеся социальные отношения. По мнению К. Клакхон, именно культура относится к уникальному образу жизни определенной группы людей и включает в себя как явные, так и неявные стили поведения [9, с. 18–20]. Например, подростки из рабочего класса, которые не могут реализовать свой потенциал в школе, в свободное время присоединяются к разбойным компаниям, чтобы

развить чувство самоуважения. В этих группах доминирующие в обществе ценности заменяются своими (свежий склад ума, презрение к власти, стремление к мотивации вместо умеренности, соблюдение собственных правил, признание новых идеалов и т. д.). Система ценностей каждой молодежной группы, по сути, является отражением, копией родительской системы ценностей [7, с. 120]. В общем виде амбивалентный менталитет новых поколений показывает оппозицию моделей самоидентификации с разными стратегиями поведения. Субкультура играет незаменимую роль в формировании и развитии личности. Психологами установлено, что в силу специфики психоэмоционального развития человека (особенно у молодежи в переходном возрасте, в критическом моменте создания собственного мировоззрения и мироощущения) с большей вероятностью происходит обращение к существующим субкультурам [10, с. 8–12]. Данными обстоятельствами объясняется доминирующее в субкультуре число молодых людей, а также присущие им динамизм и максимализм, оказывающие значительное влияние на общество. Тема воздействия городской субкультуры на поведение молодежи привлекает внимание исследователей и позволяет им изучать социальные нормы, навыки, ценности и отношения в сравнительно свободной и непринужденной атмосфере. Любой человек желает адаптироваться к образу жизни, доминирующему в обществе. Этот процесс представляет собой диалектическое возвращение к общей культуре и подвергается отрицанию, а затем принятию и утверждению. Существуют данные о том, что многие молодые люди возвращаются в общество, например они становятся членами социальной элиты после участия в движении хиппи [11, с. 22–28].

Городская субкультура всегда основывается на определенных ценностях и реализует сплоченность своей группы (в том числе молодежи) через эту особую смысловую систему. Многие аспекты городской субкультуры являются воплощением групповой жизни молодежи, признаком групповой идентичности, а также отражают групповые ценности. В соответствии с теорией относительной депривации и теорией конфликта первоначально формирование городских субкультурных групп не имеет определенного масштаба. Только после того как отдельные лица или группы в обществе почувствуют маргинализированность, они находят выход, чтобы осознать свою значимость и провести реконструкцию ценностей в обществе. В процессе идентификации эти люди порой не могут найти свое место, теряют себя, пытаются обнаружить какое-то признание, которое могло бы реализовать их самооценку. Сторонники данных теорий считают, что те, кто находится в низах или на периферии общества, с большей вероятностью признают и практикуют городские субкультурные ценности [12, с. 48–55].

### **Универсальность и разнообразие городских субкультур**

Формирование городских субкультур в разное время обусловлено историческими причинами и социальными факторами. В работе Д. Хебдиджа «Субкультура: значение стиля», вышедшей во второй половине XX в., британская городская молодежная субкультура рассматривается через призму протеста, борьбы, сопротивления. Д. Хебдидж обосновал модель анализа молодежной субкультуры, в которой при наличии общих пространства и траектории выделяются самостоятельные стилистические различия субкультур. При этом подчеркивается роль социокультурных, этнических, экономических и других условий и факторов, в которых формировалась субкультура. Для молодежных движений, возникших после Второй мировой войны, стиль (песни, тексты, музыка, одежда, прически и т. д.) и его художественно-эстетическое выражение стали ответом на социально-политические и культурные проблемы и формой их решения. Возвращаясь к идеям Г. Зиммеля, автор настоящей статьи констатирует, что большой город не в полной мере стал местом диалога. Более того, по определению Д. Хебдиджа, молодежные субкультуры искали сцену (место) и разрешали конфликты именно в городском пространстве. В субкультурных группах смыслы конструируются через предметы, знаки или формы доминирующей культуры и наполняются собственными содержанием и пониманием. В самой природе такой деятельности заложена бивалентность, потому что наполнение смыслом может быть как с новым, так и с противоречивым значением.

К. Фишер в его теории субкультуры определил взаимосвязь между городским опытом и формированием субкультуры. Американский социолог считал, что город способствует развитию различных субкультур, сотрудничеству людей со схожими интересами в целях формирования местных деловых связей, а также вступлению в этнические, религиозные и профессиональные группы. Вместе с тем городская жизнь предоставляет молодежи больше возможностей для развития аномалий, создания преступных субкультур.

Основными актуальными направлениями исследования молодежных и городских субкультурных групп по-прежнему остаются мода, стиль, музыка, но, как правило, они анализируются через призму их пространственной среды, сцены.

Большие города создали в своей инфраструктуре заброшенные городские места, районы, здания, промышленные сооружения, склады и т. д. Неопределенность этих объектов воспринимается горожанами как отсутствие ограничений, расширение свободы и возможностей личной идентификации. Очевидным фактом стало появление в пространстве города площадок и сцен с иными социокультурными условиями. Риторический вопрос о том, что происходит в пограничных местах, на стыках культур, задают не только представители городских властей, но и социальная и научная общественность.

С конца 1990-х гг. и по настоящее время почти все субкультурные объединения находятся под влиянием интернета и социальных сетей. Это изменение было обусловлено тремя основными факторами: диверсификацией городов, массовыми развлечениями и популярностью интернета [1, с. 77]. Цифровизация способствовала переосмыслению городской субкультуры. Стала заметна ее связь с модой и брендом. По сути, она стала их продуктом, зримым выражением. Развитие платформ социальных сетей позволило представителям разных групп получить бесконечные формы идентичности и уникальности. Физическое пространство городов стремительно уступает возможностям социальных конструкций, основанных на общественных взаимодействиях. Эта тенденция особенно заметна на примере набирающей популярность (особенно у молодежи) платформы *TikTok*, играющей важную роль в формировании субкультур. Цифровая эпоха пронизывает динамикой и драйвом, поддерживает изменчивость субкультур и идентичности. Скорость изменения городской среды сокращает время на осмысленность, сохранение своей самобытности, собственных эстетических ценностей. Пользователь *TikTok* может выступать на любых сценах и площадках, играть разные роли и перевоплощаться в образы и персонажей иных субкультур одновременно. В этой связи трудно не согласиться с подходом Э. Гоффмана, который указывал на легкость и доступность исполнения ролей в социальных сетях.

Интернет открывает новые каналы распространения субкультур, а неоднородность и диверсификация городов создают собственные уникальные возможности для их функционирования. Массовость сферы досуга и развлечений активно изменяет характеристики современных городских субкультур. Данные обстоятельства во многом объясняют скорость и динамику преобразований городской среды, современных обществ в целом. Так, прежде всего под влиянием создания и развития рыночной экономики, функционирования процессов мирового и глобального рынков все большее распространение в городах Китая получают другие культуры. Первые субъекты, принимающие иностранную культуру, – активные молодежные группы города [13, с. 53–60]. Иностранная культура влияет на мышление молодых людей, побуждая их бессознательно менять свои жизненные привычки и поведение [14, с. 48–55]. В этих условиях именно интернет стал катализатором и мощным толчком распространения субкультур. В последние годы с ростом значимости сети популяризация субкультур больше не ограничивается временем и местом, а скорость их распространения увеличилась, что в большей степени способствует формированию городских субкультур. В определенной степени интенсивное развитие и популяризация интернета разрушили монопольное владение средств массовой информации культурной деятельностью. Люди теперь могут напрямую участвовать в культурных мероприятиях и выражать свое мнение в сети [15, с. 50–53]. Таким образом, до появления интернета городские субкультурные группы часто должны были существовать на основе географических или социальных принципов разделения, а после его появления такие группы уже смогли дифференцироваться в виртуальной форме и существовать в интернете относительно независимо [16, с. 6–9]. В современном обществе феномен городской субкультуры присутствует не только в реальном пространстве, но и в виртуальном, что придает ей большее разнообразие [17, с. 125].

Важными целями в планировании и строительстве городов по-прежнему остаются продвижение уникальности городской культуры и субкультуры, сохранение самобытности и культурных особенностей социального пространства. Вместе с тем неоднородность и разнообразие города усиливают большую вероятность принятия иностранных вещей и продуктов ее жителями. Городская субкультура может в определенной степени смягчить эти противоречия [3, с. 18–21]. Города, как области социальной жизни людей, являются важной территорией для становления, развития и распространения субкультур. С экономической и социальной точек зрения в городах необходима успешная реализация разнообразных и взаимоподдерживающих функций для удовлетворения потребностей людей. В этом смысле городская субкультура может быть высокоэффективным, бережливым стартапом, который фокусируется на ключевых и значимых направлениях развития культур, заботится о повседневной жизни горожан, их реальных и знаковых жизненных траекториях. В конечном итоге, сохраняя и поддерживая диалог между социальными группами и обществом, человеческие ценности, традиции и культурная жизнь являются источником создания субкультурного пространства в городе [18, с. 137]. Удовлетворение первичных потребностей горожан расширяет возможности как городского, так и жизненного пространства, способствует индивидуализации личности. Городская субкультура является продуктом природных, географических и социальных характеристик города и формирует собственную систему смыслов, ценностей

и творчества его жителей. Сегодня человеческая инициатива и творчество горожан являются ведущими факторами возникновения городской субкультуры и проявления процессов урбанизации [19, с. 23–46].

Урбанизация стала актуальной тенденцией современного экономического и социального развития городов. Она переходит от начальной стадии, когда к городским центрам проявлялся больший интерес, к стадии, на которой внимание сосредоточивается на пригороде, с упором на децентрализацию. В такой ситуации, несмотря на то что региональная морфология и статус проживания сельского и городского района меняются, происходит большой разрыв между моделью управления и требованиями городского развития, в том числе между культурным сознанием, образом жизни и ценностной ориентацией местных жителей. В процессе модернизации городов нарушается замкнутость пространственной структуры и реализуется разнообразие городских передвижений [20, с. 53–60]. Территория и пространство города становятся фрагментированными и в то же время приобретают возможность неограниченного и всестороннего расширения. Именно фрагментированность городского жизненного пространства способствует большему вниманию властей и общества к актуальным проблемам развития городской субкультуры.

### Заключение

Существование городской субкультуры в определенной степени отражает противоречия социальных классов и культурную самоидентификацию некоторых маргинальных или одиноких людей, не вошедших или временно не вошедших в основную социальную систему и не признанных основной культурой. С точки зрения классической истории в 1930-х гг. субкультура и ее проявления стали объектами исследования и получили большое влияние в областях социологии, политологии и культурологии.

Городская субкультурная группа – это в первую очередь группа людей. Обычно они занимают второстепенное социальное положение и обладают многими очевидными характеристиками, которые отличают их от других групп общества. К городской субкультуре может относиться группа людей с особыми поведением или образом жизни. Такая субкультура придает жителям самобытность и культурную идентичность [21, с. 92].

Роль городской субкультуры в обществе имеет две плоскости – положительную и отрицательную. Проявление индивидуализма в конкретной субкультурной форме и существование контекста ситуации определяют динамику влияния рассматриваемой субкультуры в городском пространстве.

Городская субкультура является продуктом общества, может в определенной степени разрешать противоречия между группами городских субкультур, отдельными людьми и обществом, а также содействовать социальному прогрессу, социокультурному развитию и благополучию горожан.

### Библиографические ссылки

1. 包亚明. 现代性与都市文化理论. 上海: 上海科学院出版社; 2008. 234 页 = Бао Ямин. *Теория современности и городской культуры*. Шанхай: Издательство Шанхайской академии наук; 2008. 234 с.
2. Фуко М. Пространство, знание и власть. В: Скуратов БМ, переводчик. *Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью. Часть 3*. Москва: Праксис; 2006. с. 215–236.
3. 彭克林. 社会空间理论. 北京: 国立师范大学; 2015. 305 页 = Пэн Келин. *Теория социального пространства*. Пекин: Национальный педагогический университет; 2015. 305 с.
4. 李银铃. 城市空间领域的亚文化视觉现象. 上海: 青年研究所; 2019. 201 页 = Ли Иньлин. *Субкультурный визуальный феномен в области городского пространства*. Шанхай: Институт молодежных исследований; 2019. 201 с.
5. 陈晨. 空间和秩序. 华东师范大学学报. 2014;32(1):63–68 = Чен Чен. Пространство и порядок. *Журнал Восточно-Китайского педагогического университета*. 2014;32(1):63–68.
6. 卡尔马克思, 弗里德里希恩格斯. 马克思与恩格斯全集. 北京: 中国中央人民出版社; 2014. 1021 页 = Маркс К, Энгельс Ф. *Полное собрание сочинений*. Пекин: Центральное народное издательство Китая; 2014. 1021 с.
7. 黄瑞玲. 当代西方亚文化文化研究. 北京: 中国社会科学出版社. 2016. 166 页 = Хуан Руйлин. *Исследование современной западной субкультуры*. Пекин: Китайская пресса социальных наук; 2016. 166 с.
8. 黄瑞玲. 亚文化: 概念及其变迁. 上海: 国外理论动态; 2016. 49 页 = Хуан Руйлин. *Субкультура: понятия и их изменения*. Шанхай: Теоретическая динамика в зарубежных странах; 2016. 49 с.
9. 韦森. 文化与秩序. 上海: 上海人民出版社; 2003. 346 页 = Вэй Сен. *Культура и порядок*. Шанхай: Шанхайское народное издательство; 2003. 346 с.
10. 米尔顿 英格. 反主流文化: 困难时期的希望与危险. 台湾: 台湾桂冠; 1995. 374 页 = Милтон Инге. *Контркультура: надежда и опасность в трудные времена*. Тайвань: Книги лауреатов Тайваня; 1995. 374 с.
11. 钱羽. 什么是文化? 武汉市: 长江文艺出版社; 2012. 205 页 = Цянь Ю. *Что такое культура? Ухань: Чанцзянское издательство литературы и искусства*; 2012. 205 с.
12. 鹏飞桐. 网络广播作为社会保护阀门的功能分析. 上海: 中国青年研究; 2018. 78 页 = Пэн Фейтун. *Анализ функции интернет-вещания как клапана социальной защиты*. Шанхай: Китайские молодежные исследования; 2018. 78 с.
13. 陈丹丹. 旅游影响下城市历史街区空间再生产研究. 四川: 四川师范大学出版社; 2016. 60 页 = Чэнь Дандань. *Исследование пространственного воспроизведения городских исторических кварталов под влиянием туризма*. Сычуань: Издательство Сычуаньского педагогического университета; 2016. 60 с.

14. 鹏飞桐. 从社会保护的角度分析广播的影响. 上海: 中国青年研究; 2018. 83 页 = Пэн Фейтун. *Анализ воздействия вещания с точки зрения социальной защиты*. Шанхай: Китайские молодежные исследования; 2018. 83 с.
15. 李郑林. 互联网对舆论形成的四个深刻影响. 广州: 广州大学出版社; 2013. 53 页 = Ли Чжэнлин. *Четыре глубоких влияния интернета на формирование общественного мнения*. Гуанчжоу: Издательство Университета Гуанчжоу; 2013. 53 с.
16. 甘丽, 向宇丽. 文化研究. 上海: 上海社会大学出版社; 2000. 312 页 = Ган Ли, Сян Юли. *Культурология*. Шанхай: Издательство Шанхайского социального университета; 2000. 312 с.
17. 汪民安. 身体, 空间与后现代. 江苏: 江苏人民出版社; 2006. 344 页 = Ван Миньань. *Тело, пространство и постмодерн*. Цзянсу: Народное издательство Цзянсу; 2006. 344 с.
18. 陈谷阳. 文化人类学词典. 台湾: 台湾公共知识馆; 2006. 451 页 = Чен Гуян. *Словарь культурной антропологии*. Тайвань: Тайваньский центр общественных знаний; 2006. 451 с.
19. 李春. 空间与政治. 上海: 上海人民出版社; 2008. 121 页 = Ли Чунь. *Космос и политика*. Шанхай: Шанхайское народное издательство; 2008. 121 с.
20. 郭凌. 旅游影响下城市历史区域的空间再生产研究. 四川: 四川师范大学出版社; 2016. 60 页 = Го Лин. *Исследование пространственного воспроизведения городских исторических регионов под влиянием туризма*. Сычуань: Издательство Сычуаньского педагогического университета; 2016. 60 с.
21. 李晓东. 全球化与文化融合. 湖南: 湖南省人民出版社; 2003. 239 页 = Ли Сяодун. *Глобализация и культурная интеграция*. Хунань: Хунаньское народное издательство; 2003. 239 с.

## References

1. Bao Yaming. [Modernity and urban culture theory]. Shanghai: Shanghai Academy of Sciences Press; 2008. 234 p. Chinese.
2. Foucault M. [Space, knowledge and power]. In: Skuratov BM, translator. *Intellectualy i vlast': izbrannyye politicheskie stat'i, vystupleniya i interv'yu. Chast' 3* [Intellectuals and power: selected political articles, speeches and interviews. Part 3]. Moscow: Praxis; 2006. p. 215–236. Russian.
3. Peng Kelin. [Social space theory]. Beijing: National Pedagogical University; 2015. 305 p. Chinese.
4. Li Yinling. [Subcultural visual phenomenon in the field of urban space]. Shanghai: Youth Research Institute; 2019. 201 p. Chinese.
5. Chen Chen. [Space and order]. *Journal of East China Normal University*. 2014;32(1):63–68. Chinese.
6. Marks K, Engels F. [Complete Works]. Beijing: Central People's Publishing House of China; 2014. 1021 p. Chinese.
7. Huang Ruiling. [Contemporary western subculture research]. Beijing: China Social Sciences Press. 2016. 166 p. Chinese.
8. Huang Ruiling. [Subculture: concept and its changes]. Shanghai: The Dynamics of Foreign Theory; 2016. 49 p. Chinese.
9. Wesson. [Culture and order]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House; 2003. 346 p. Chinese.
10. Milton Inge. [Counterculture: hope and danger in difficult times]. Taiwan: Taiwan Laureate Book; 1995. 374 p. Chinese.
11. Qian Yu. [What is culture?]. Wuhan: Changjiang Literature and Art Publishing House; 2012. 205 p. Chinese.
12. Peng Feitong. [Analysis of the function of Internet broadcasting as a social protection valve]. Shanghai: China Youth Studies; 2018. 78 p. Chinese.
13. Chen Dandan. [Research on the spatial reproduction of urban historical blocks under the influence of tourism]. Sichuan: Sichuan Normal University Press; 2016. 60 p. Chinese.
14. Peng Feitong. [Analysis of the impact of broadcasting from the perspective of social protection]. Shanghai: China Youth Studies; 2018. 83 p. Chinese.
15. Li Zhenglin. [Four profound influences of the Internet on the formation of public opinion]. Guangzhou: Guangzhou University Press; 2013. 53 p. Chinese.
16. Gan Li, Xiang Yuli. [Cultural studies]. Shanghai: Shanghai Social University Press; 2000. 312 p. Chinese.
17. Wang Min'an. [Body, space and postmodernity]. Jiangsu: Jiangsu People's Publishing House; 2006. 344 p. Chinese.
18. Chen Guyang. [Dictionary of cultural anthropology]. Taiwan: Taiwan Public Knowledge Center; 2006. 451 p. Chinese.
19. Li Chun. [Space and politics]. Shanghai: Shanghai People's Publishing House; 2008. 121 p. Chinese.
20. Guo Ling. [Research on the spatial reproduction of urban historical regions under the influence of tourism]. Sichuan: Sichuan Normal University Press; 2016. 60 p. Chinese.
21. Li Xiaodong. [Globalisation and cultural integration]. Hunan: Hunan Provincial People's Publishing House; 2003. 239 p. Chinese.

Статья поступила в редколлегию 14.12.2021.  
Received by editorial board 14.12.2021.