

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЛЮ
Тинъюань

**ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ
В ПРОДВИЖЕНИИ КИТАЙСКИХ ТОВАРОВ
НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 *Коммуникации*

Научный руководитель –
Басова Анна Ивановна,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите

« ____ » _____ 2024 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью

Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
GENERAL DESCRIPTION OF WORK.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕННОСТЕЙ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ	9
1.1 Культурные ценности. Критерии и виды	9
1.2 Традиционные ценности как составляющая культуры китайского народа	13
1.3 Каллиграфия и живопись как традиционные ценности Китая.....	24
ГЛАВА 2 ПРОДВИЖЕНИЕ КИТАЙСКИХ ТОВАРОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРАДИЦИОННОЙ КАЛЛИГРАФИИ И ЖИВОПИСИ	32
2.1 Образы традиционной каллиграфии и живописи при создании и продвижении товаров	32
2.2 Брендирование культурных ценностей Китая	39
2.3 Традиционные каллиграфия и живопись Китая в логотипах компаний ...	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	66

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ЦЕННОСТИ, КУЛЬТУРА, ТРАДИЦИИ, КАЛЛИГРАФИЯ, ЖИВОПИСЬ, КИТАЙ, ТОВАРЫ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Объект исследования – продвижение китайских товаров на международном рынке.

Предмет исследования – традиционные ценности Китая в продвижении китайских товаров на международном рынке.

Цель магистерской диссертации – исследовать традиционные ценности Китая в аспекте продвижения на международном рынке.

Задачи исследования:

- 1) определить базовые черты традиционной культуры Китая и их ценностное содержание;
- 2) проанализировать систему универсальных ценностей китайской культуры в эволюционном аспекте;
- 3) исследовать каллиграфию и живопись как составляющие традиционных ценностей Китая;
- 4) определить место каллиграфии и живописи в создании и продвижения китайских товаров на международном рынке.

Полученные результаты и область применения. Данные, которые разработаны в процессе исследования, могут быть использованы на лекционных и семинарских занятиях факультета журналистики. Сведения магистерской диссертации также могут быть применены при подготовке факультативов на кафедрах технологий коммуникации и связей с общественностью, международной журналистики.

Научная новизна работы состоит в том, что в эпоху глобализации китайская культура претерпела значительные изменения. Однако «перемены» происходят не с точки зрения замены старых ценностей новыми, а с точки зрения того, что противоречивые ценности более заметно сосуществуют в современном китайском обществе.

Структура магистерской диссертации.

Работа изложена на 68 страницах и состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

VALUES, CULTURE, TRADITIONS, CALLIGRAPHY, PAINTING,
CHINA, GOODS, INTERNATIONAL MARKET

The object of the study is the promotion of Chinese goods on the international market.

The subject of the study is China's traditional values in promoting Chinese goods on the international market.

The aim of the master's thesis is to explore the traditional values of China in terms of promotion in the international market.

Research objectives:

- 1) identify the basic features of Chinese traditional culture and their value content;
- 2) to analyze the system of universal values of Chinese culture in the evolutionary aspect;
- 3) explore calligraphy and painting as components of China's traditional values;
- 4) determine the place of calligraphy and painting in the creation and promotion of Chinese goods on the international market.

The results obtained and the scope of application. The data developed in the course of the research can be used in lectures and seminars of the Faculty of Journalism. The information of the master's thesis can also be used in the preparation of electives at the departments of communication Technology and Public Relations, international journalism.

The scientific novelty of the work is that in the era of globalization, Chinese culture has undergone significant changes. However, the «changes» are not taking place from the point of view of replacing old values with new ones, but from the point of view of the fact that contradictory values more noticeably coexist in modern Chinese society.

The structure of the master's thesis. Is the work outlined in 68 It consists of an introduction, two chapters, a conclusion and a list of sources used.

ВВЕДЕНИЕ

Бурное экономическое развитие многих стран и регионов, революционные изменения в технологиях, глобализация хозяйственной деятельности и другие факторы привели к резкому увеличению интенсивности контактов между представителями разных культур. Эти процессы сопровождались не менее значительными изменениями в общественном сознании, связанными с признанием ценности местного культурного разнообразия и отказом от европоцентристских подходов в гуманитарных и социальных науках. В рамках межкультурных коммуникаций интерес представляют ценности духовных традиций Китая, которые составляют стержень национального характера носителей его культуры. Эти основы все чаще подвергаются испытаниям, обусловленным необходимостью выбора адекватной реакции на вызовы современности в условиях влияния официальной идеологии, национальной специфики, процессов «вестернизации», модернизации и др. Понимание исторически сложившихся традиций, а также нововведений и инноваций в современном Китае имеет не только культурологический, философский, социально-гуманитарный, но и геополитический подтекст.

Традиционная культура Китая содержит уникальные ценности и ценностные установки, закладывающие аксиологические основания развития китайского общества. Многие из них органично прижились в странах Дальнего Востока и Юго-Восточной Азии, а гибкая китайская традиция творчески вобрала в себя некоторые элементы культур Индии, Кореи, Японии, стран Центральной Азии, а также отдельные достижения Запада и России.

В исследованиях культуры Китая уделяется большое внимание ее особым характеристикам – жизнеспособности и свойству активно усваивать передовые достижения цивилизации.

Понимание традиционных ценностей китайской культуры имеет решающее значение для бизнеса, стремящегося продвигать китайские товары на международном рынке. Эти ценности, такие как гармония, коллективизм и уважение к традициям сегодня широко используются при создании уникальных торговых предложений, так как с ростом культурной глобализации растет спрос на аутентичные и культурно насыщенные продукты. Потребители все чаще ищут продукцию, отражающую наследие и традиции их страны происхождения. Поэтому изучение того, как традиционные китайские ценности могут быть интегрированы в продвижение китайских товаров на международном рынке, не только актуально, но и необходимо для компаний, стремящихся добиться успеха на

мировом рынке. Кроме того, изучение роли традиционных ценностей в продвижении китайских товаров на международном рынке также может дать ценную информацию о межкультурных маркетинговых стратегиях. Это может помочь компаниям понять, как эффективно общаться с потребителями из разных культурных слоев, что приведет к более успешным международным маркетинговым кампаниям.

Актуальность исследования. Сегодня невозможно найти этнические общности, которые не испытали бы на себе воздействие как со стороны культур других народов, так и более широкой общественной среды, существующей в отдельных регионах и в мире в целом. Это выразилось в бурном росте культурных обменов и прямых контактов между государственными институтами, социальными группами, общественными движениями и отдельными индивидами разных стран и культур. Расширение взаимодействия культур и народов делает особенно актуальным вопрос о культурной самобытности и культурных различиях, что весьма существенно для Китая и его традиционных ценностей, их использования в продвижении китайских товаров на международном рынке.

Методы исследования: метод сравнительно-исторического анализа, позволяющий выявить особенности динамики трансформации элементов системы ценностей, компаративный метод, метод сбора и обработки полученных данных.

Структуру работы составляют введение, 2 главы, заключение, список использованных источников. Общий объем работы составляет 68 страниц.