

УДК 008**Репрезентация традиционной культуры Китая в социальных медиа****Амгаланова Мария Викторовна**

Доктор культурологии, доцент,
профессор кафедры культурологии и искусствоведения,
Восточно-Сибирский государственный институт культуры,
670031, Российская Федерация, Улан-Удэ, Терешковой, 1;
e-mail: amgalanova@rambler.ru

Аннотация

В статье рассматривается, что современное мировое сообщество переживает кардинальные цивилизационные трансформации, что свидетельствует об историческом процессе перехода к новому этапу развития человечества – информационному. Формирование информационного общества и информационной культуры стало следствием все большего процесса глобализации, а развитие информационных технологий и цифровых медиа стремительно преобразует наш мир, пронизывая абсолютно все сферы жизнедеятельности общества. В этих условиях цифровые медиа становятся наиболее эффективным инструментом репрезентации ценностных основ культурно-исторического наследия. В этом плане интересен и востребован китайский опыт вовлечения молодежи в процесс презентации традиционной культуры в социальных медиа.

Для цитирования в научных исследованиях

Амгаланова М.В. Репрезентация традиционной культуры Китая в социальных медиа // Культура и цивилизация. 2025. Том 15. № 2А. С. 165-173.

Ключевые слова

Информационная культура, информационные технологии, социальные медиа, культурное наследие Китая, традиционная культура Китая, ванхуны, молодежь.

Введение

Научный интерес представляет планомерная работа Китая по поиску оптимальных путей сохранения и ревитализации традиционной культуры, которая в современных условиях осмысливается и как источник этических и ценностных ориентиров воспитания, и как источник экономической активности. Молодые люди снимают (делают короткие видео) своих хобби, в основном связанных с китайскими традиционными ремеслами, и выкладывают в сети. Контент, изначально создаваемый для развлечения и набирающий миллионы просмотров и откликов, превратился в концепцию по популяризации и трансляции традиционной китайской культуры. Такой развлекательно-познавательный контент, представленный на различных интернет-площадках (видеохостинги Douyin, Bilibili, социальные сети XiaoHongShu), позволяет решать многовекторные задачи сохранения культурного наследия и формирования ценностного отношения к нему молодого поколения.

Основная часть

Особенности развития Интернета, разработка и внедрение государствами способов информационной безопасности в соответствии с собственной политикой, определяет формирование специфических черт пользования глобальной сетью в разных странах, в том числе и в Китае. В первую очередь отметим особенности сервисов. Абсолютным лидером и ведущей платформой по предоставлению видеоконтента является поисковик Baidu (более 79 % рынка), имеющий множество дополнительных серверов, таких как видеохостинг, социальная сеть, веб-журналы, блоги, электронные карты и другие. Также Baidu занимается инновационными разработками, наиболее перспективными среди которых считаются такие, как электронный консультант с синтезатором речи и базой данных в различных отраслях (DuerOS), самоуправляемые автомобили (Apollo), а также облачные вычисления (Baidu Cloud) [Ли Р., 2021]. Сервис WeChat, выполняющий функции мессенджера, социальной сети, мобильного банка, онлайн-переводчика, используется не только в Китае, но и более, чем в 18 странах мира. Так, в приложении можно транслировать свою повседневную жизнь на собственном канале (аналог Instagram, запрещенный в РФ) или совершение денежных переводов с помощью системы QR-кодов (аналог PayPal). Также в WeChat существуют десятки тысяч различных мини-приложений, через которые можно осуществить множество различных действий, например, заказ такси и бронирование авиабилетов. Другими примерами популярных социальных сетей являются сервисы QQ, Weibo, RenRen, пользователи которых могут делиться фото- и видеоконтентом, писать текстовые сообщения, вести дневники. Здесь имеются фан-страницы, где компании могут предоставлять свои товары и услуги. Таким образом, в отличие от западных аналогов (Facebook, Twitter, Instagram, запрещенные в Российской Федерации) китайские социальные сети более мобильны и выполняют множество различных функций.

Во-вторых, специфика китайского сегмента глобальной сети в том, что «главным сторонником и двигателем китайского Интернета является государство, и только оно определяет, какие опасности и возможности может таить в себе тотальная информатизация страны с населением, численность которого превышает 1 млрд. человек. Властям крайне выгодно появление относительно дешевого средства массовой информации, достаточно мощного с точки зрения возможности воздействия на зарубежную аудиторию и в то же время вполне управляемого, чтобы ограничить обратное воздействие» [Ибрагимова, 2013, с. 181].

Всему миру известен «Великий китайский фаервол», в котором блокируется нежелательный контент посредством достаточно сложной и многоуровневой системы фильтрации контента. В лозунге «интернет – это орудие работы, а не средство времяпрепровождения» максимально отражено отношение государства к всемирной сети. В таком же контексте цифровые медиа становятся инструментом «мягкой силы» по внедрению ценностных ориентаций молодежи, заключающихся не только «в формировании позитивного образа правительства и развитии идеологически правильного представителя социума» [Черкасская, 2019, с. 68].

В-третьих, несмотря на жесткую цензуру и контроль со стороны государства, китайский интернет находится в постоянном развитии, в том числе благодаря поддержке социальных медиа, отдельных категорий пользователей, например, ученых, журналистов, представителей бизнеса, а также специфике блогинга – так называемых ванхунов (网红). Ванхуны – это не привычные нам «звезды» – представители кино, спорта, шоу-бизнеса, «лидеры мнений» и т.п., а простые люди, к которым обыватели испытывают большее чувство доверия [Дулганова, 2021]. Сегодня ванхун-индустрия – это новый бизнес-тренд, представляющий собой важный сектор китайского онлайн-бизнеса за счет влияния на многомиллионную армию подписчиков, которым «не нужны советы от звезд шоу-бизнеса, они ищут людей, которым можно доверять, людей своего же уровня» [Баранцева, 2019, с. 207].

Еще одной отличительной и значимой, на наш взгляд, чертой является то, что для большинства китайских пользователей Интернет становится площадкой не только поиска новостей, общения, но и приобщения к культурному наследию. Цифровые медиа активно применяются в политике сохранения и популяризации традиционной культуры и традиционных видов искусства. С помощью развлекательно-познавательного контента на различных интернет-площадках традиционная культура многонационального Китая распространяется по всей территории страны, а также за ее пределами.

Современная социокультурная ситуация, характеризующаяся не просто внедрением, а агрессивным навязыванием деструктивных тенденций в массовое сознание (72 гендера (возможно, что уже больше), сатанинская церковь, экологические террористы, уничтожение женского спорта и т.п.), вызывает отторжение большей части населения планеты в силу невозможности осмысления и, следовательно, принятия. Как «новая система ценностей», так и «старые» проблемы (капитализация и рыночная идеология, вестернизация, психология потребительства и т.п.) ведут к потере духовной уникальности национальных культур. Китайские исследователи неоднократно заостряли на этом внимание: «центральное место в современной культурной глобализации занимают ценности Соединенных Штатов и западной культуры, что больше похоже на культурную колонизацию или культурную американизацию. Это означает, что культурная глобализация, имея большие возможности для культурного совершенствования развивающихся стран, одновременно содержит угрозу их культурной безопасности» [Ху Яньли, 2016]. Именно поэтому сегодня мировое сообщество, лидеры стран выступают за сохранение традиционных ценностных ориентиров, собственной национальной культурной традиции, национальной идентичности.

Так, еще в 2012 году В.В. Путин в послании Федеральному Собранию отмечал: «Мы должны всецело поддержать институты, которые являются носителями традиционных ценностей, исторически доказали свою способность передавать их из поколения в поколение» [Путин, 2012]. В таком же ключе в 2018 году Си Цзиньпин на заседании XIII Всекитайского собрания народных представителей, обратив особенное внимание на богатство и уникальность

китайской культуры, подчеркнул, что «для построения сильной страны необходимо внедрять новшества и развивать лучшие черты традиционной культуры, что поможет сделать Китай более влиятельным и сплоченным» [Си Цзиньпин, 2020].

В эпоху повсеместной информатизации и цифровизации популяризация и репрезентация традиционной культуры представляется непростым процессом. Во-первых, роль традиционных СМИ (газеты, телевидение, журналы и радио) в культурной передаче смыслов и кодов традиционного искусства уже недостаточна, несмотря на включение интерактивной коммуникации, сохраняющуюся популярность крупномасштабных телепрограмм, разнообразных грандиозных телешоу, использующих элементы традиционной культуры, сериалов, основанных на литературном каноне. Следовательно, необходимо формирование более конструктивной системы, расширяющей современные коммуникационные платформы и цифровые медиа, которые в свою очередь, «могут гарантировать наиболее эффективный способ распространения традиционных искусств в современную информационную эпоху. Эти новые формы общения могут не только лучше отражать историю, традиционную культуру и искусство, но также могут стать источником лучшего переосмысления и построения нового типа Китая с китайскими культурными особенностями» [Ли Сячжоу, 2021]. В цифровых медиа широко представлены традиционные виды искусств, такие как китайская живопись, боевые искусства, музыкальное и хореографическое искусство, китайская опера, искусство кулинарии и многое другое.

Молодежь Китая активно осваивает цифровые и социальные медиа, в большей степени Douyin (抖音), Bilibili (哔哩哔哩), Xiaohongshu (小红书), как каналы для трансляции и распространения традиционных искусств. Собственный контент, связанный с популяризацией традиционной культуры и традиционного искусства, который кроме того дает возможность монетизации. Douyin – одно из самых популярных приложений – представляет собой гибридную модель, соединяющую элементы соцсети, видеохостинга и музыкального сервиса. Изначальной идеей было создание музыкальной платформы обмена видеороликами, собственными клипами, накладывания музыки на видео. С увеличением аудитории контент расширялся, сегодня он представлен максимально от приготовления блюд домохозяйками до видео о традиционной культуре и искусстве (театр, танцы, изготовление вееров и т.д.). Во всем мире более известен TikTok, по сути, являющийся тем же приложением Douyin, но они расположены на разных серверах: Douyin – в Китае, TikTok – в других странах. Платформой Bilibili (аналог YouTube – нарушает законодательство Российской Федерации) пользуется практически каждый второй житель Китая, а 45 % размещенного на ней контента – это образовательные ролики. Социальная сеть Xiaohongshu находится на пике своей популярности преимущественно среди молодых людей, благодаря быстрому реагированию на вызовы времени. В целом сегодня есть основания говорить, что на этих платформах преобладает созидательный контент, даже если он носит развлекательный характер, что является воплощением лозунга о сущности китайского интернета. Массовой аудитории уже недостаточно только красивой картинки: «одной из самых важных функций, которые выполняют эти платформы является создание новых трендов, самореализация пользователей и развитие творческих способностей» [Маркова, 2022, с. 196].

Во-вторых, духовные традиционные ценности представляют собой основу национального китайского характера, позволяют преодолевать многочисленные трудности политического, социально-экономического характера, обуславливают выбор адекватной реакции на

мировоззренческие, гендерные, военные угрозы и иные вызовы современности. В этом смысле направления государственной культурной политики Китая устремлены на сохранение многотысячелетней традиционной культуры и искусства, вовлекая в этот процесс молодежь. Несмотря на в целом положительный результат, исследователями отмечается ряд существенных проблем: отсутствие глубокого понимания традиционной китайской культуры, обусловленной понижением уровня образования и знания канонической литературы; влияние зарубежных культурных традиций (японская анимация, корейские дорамы, повсеместное присутствие американской культуры); природа и сущность традиционных дао, инь-ян, тайцзи, циюнь являются достаточно абстрактными и имеют объективные сложности в правдивой и осмысленной цифровой коннотации [Ли Сячжоу, 2021]. Это привело к появлению нового поколения китайской молодежи, которая хотя и является основной группой цифровой коммуникации, но недостаточно хорошо знакома с духовными аспектами культурного наследия Китая.

Несмотря на ряд объективных трудностей, в Китае растет число молодых людей, которые снимают видео процесса своих хобби, размещают их в социальных сетях, получая десятки тысяч просмотров за каждую загрузку. В опубликованном «Отчете о данных прямых трансляций выступлений на Douyin» за 2023 год приведены следующие данные: общее количество трансляций в сфере культуры на Douyin достигло 71,43 миллиона, что на 47% больше по сравнению с прошлым годом; в среднем каждую трансляцию смотрели 4263 человека, что эквивалентно примерно 190 тысячам трансляций среднего масштаба ежедневно; создателей контента, связанного с традиционной культурой на платформе более 2 тысяч, а звездных ванхунов около 400 [Отчет, 2024]. С одной стороны, это способ зарабатывать на жизнь, с другой – главной целью своей деятельности блогеры считают пропаганду китайской культуры, ознакомления с ней мирового сообщества, продвижения национального стиля. Становясь примером для других, они вовлекают в этот процесс все больше молодежи, что в итоге способствует распространению знаний, формированию глубокого понимания и осмысления духовных ценностных оснований китайской культуры.

В августе 2022 года Чэнь Ичи, аспирант Школы ремесел Китайской академии изящных искусств, начала размещать свои работы по плетению из бамбука в социальных сетях. По ее словам, плетение из бамбука помогает избавиться от стресса и тревоги после переезда в большой город. Плетение из бамбука – нематериальное традиционное ремесло округа Циншэнь (провинция Сычуань), восходящее к периоду Борющихся царств (403–221 гг. до н.э.). Чэнь Ичи во время летних каникул обучалась у Чжан Демин, представительницы нематериального культурного наследия циншэньского бамбукового ткацкого ремесла и китайской художницы по плетению из бамбука. Ее история вызвала большой отклик у аудитории и многие пользователи сети захотели последовать ее примеру. Поскольку работы Чэнь Ичи по плетению из бамбука стали известны большому количеству людей, некоторые международные бренды проявили инициативу и пригласили ее стать преподавателем и передавать традиции древнего ремесла (<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1765193392742853785&wfr=spider&for=pc&searchword>).

Чжан Минью, будучи стажером в 2020 году Западного депо Ланьчжоу китайской железнодорожной компании «Lanzhou Bureau Group Co., Ltd», случайно увидев в Интернете видео с плетением из хлопка, решил освоить трудное традиционное ремесло и начал публиковать свои работы. Наибольшую популярность и интерес пользователей ему принесла «Изготовленная из хлопка улиточная лапша» («缠花版螺蛳粉»). На платформе появился

ресторан «Еда нематериального культурного наследия». Пользователей больше всего поразили не столько реалистичность и кристальность изображения лапши, свисающей с края миски, сколько новые возможности техники плетения из шелка, которое традиционно применялось в переплетении цветов для изготовления украшений, заколок для волос. Это пример инноваций в традиционном ремесле (<https://mp.weixin.qq.com/s/mt9zADTkeO88Er9yntjaTg>).

Ли Цзинъи раскрашивал бумажные веера на улице и продавал их в небольшой лавке города Дали (провинция Юньнань). Отклик зрителей и покупателей вдохновил его на продолжение работы, теперь он делает шелковые веера, заколки для волос в традиционном китайском стиле. На рынках антиквариата он приобретает нефрит, агат и другой материал для изготовления заколок, шпилек. Главную цель своей деятельности он видит не в зарабатывании денег, а в продвижении своих работ на мировых платформах, чтобы пользователи интернета понимали, что эти произведения являются традиционными китайскими. Поводом стала встреча с фанатами известного южнокорейского бьюти-блогера Пони, которая показывала и рассказывала о своей шпильке как о корейском традиционном искусстве. Эта история вызвала бурную негативную реакцию со стороны китайских пользователей. При создании своих работ Ли Цзинъи использует научную литературу, также он планирует получить профессиональное образование.

Традиционные китайские украшения для волос и косметички изготавливает Муронг И (провинция Синьцзян). За основу изделий она берет украшения императрицы Фуча Ланхуа (1712-1748), чья жизнь экранизирована в популярных сериалах «Покорение дворца Яньси» (2018) и «Внутренний дворец: легенда о Жуи» (2018). Оба сериала отличаются красотой, детализацией и безукоризненностью воплощения костюмов и украшений, отражающих дух XVIII столетия Китая и эпохи последней династии Цин. Влоги Муронг показывают целостный процесс создания аксессуаров от покраски шелка, изготовления цветов и их закрепления на заколках и шпильках. Рукодельница отмечает, что совершенствовала навыки в ремесленных мастерских (<https://space.bilibili.com/12962839>).

Стремительно набирающим обороты среди молодежи становится гочао (国潮), что можно перевести как «национальный тренд», основанный на китайской эстетике и противопоставленный западной стилистике. Одним из направлений гочао является традиционная китайская одежда ханьфу (汉服), а влоги, которые репрезентируют ее на платформе Douyin, приобрели глобальный характер. О популярности изделий дизайнеров ханьфу свидетельствует увеличение числа продаж через Tencent, QQ, Taobao. Ли Сян также как и многие другие молодые люди, зарабатывающие в интернете, полагает, что ее изделия ханьфу – это не только модный молодежный тренд, но и возможность повышать знания китайцев о культурном наследии Китая.

В дизайне одежды ханьфу Ли Сян использует традиционные мотивы и узоры, особенной популярностью у покупателей пользуются костюмы, украшенные традиционными художественными символами – драконом и журавлем. Работы Ли Сян неоднократно были представлены на мероприятиях и конкурсах разного уровня. Так, в Национальном музее Китая в Пекине в 2021 году проходила выставка одежды, концептуальной основой которой стала одежда династии Тан (618-907).

Глубоко осмыслить принципы духовной культуры и эстетики Китая пытается Цай Цянь, создавая реплики шедевров китайского искусства неолитической бронзовой культуры Саньсиндуй (провинция Сычуань): золотую маску и золотой посох. Культура Саньсиндуй с момента открытия в 1931 году привлекает внимание как исследователей, так и обывателей

уникальностью и загадочностью найденных артефактов из бронзы, золота, нефрита, спецификой религиозных ритуалов. «Важным событием стало открытие в 1986 г. на территории городища Саньсиндуй двух жертвенных ям, в которых найдено около 1 720 артефактов, включая бронзовые маски, головы и статуи». Богатство находок в Саньсиндуй дает возможность для этнологических интерпретаций» [Комиссаров и др., 2012, с. 84]. Видеоролики Цай Цяня, в которых он воссоздает копии саньсиндуйских реликвий, в совокупности набрали более 20 миллионов просмотров. Не только пользователи, но и государственные институты, такие как Саньсиндуйский музей и информационный канал CCTV по достоинству отметили сложность работы, аутентичность техники и высокий уровень навыков мастера (<https://www.bilibili.com/video/BV16X4y1g7wT/>).

Приведенные истории совсем еще молодых людей являются свидетельством того, как личные интересы становятся ярким примером того, что «интернет – это орудие работы, а не средство времяпрепровождения». Кроме того, эти истории Чэнь Ичи, Чжан Минъюй, Цай Цяня и других показывают нам новые возможности сохранения традиционных искусств и ремесел с помощью цифровых медиа.

Заключение

Ни для кого не является секретом, что сегодня навыки владения традиционными ремеслами утрачиваются. Исторически сложилось, что эти умения передавались, как правило, в семье от поколения к поколению, в современном мире глобальные изменения социокультурной жизни и социокультурных практик, модернизация технологических процессов и т.п. ведут к их исчезновению. Сегодня навыками старинного производства владеют небольшое количество узких профессионалов конкретной отрасли. Высок риск того, что в недалеком будущем традиционные ремесла сохранятся лишь в музейных экспозициях. Тем актуальнее и важнее нам представляется опыт китайской молодежи, которые с помощью цифровых медиа предпринимают попытки сохранения и популяризации традиционной культуры.

Библиография

1. Баранцева А.Г., Чжэндун Ш., Немировская Е.П. Ванхун-экономика как медиафеномен социальных сетей Китая // *Global and regional research*. 2019. № 1. С. 206-209.
2. Дулганова Е.О. «Индустрия ванхун» в китайском видеохостинге Douyin (抖音) // *Культура и искусство глазами молодых ученых. Улан-Удэ : Изд.-полигр. комплекс ВСГИК*, 2021. С. 66-69.
3. Ибрагимова Г.Р. Стратегия КНР в киберпространстве: вопросы управления интернетом и обеспечения информационной безопасности // *Индекс безопасности*. 2013. Т. 19. № 1 (104). С. 169-184. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18207794>. (дата обращения: 27.10.2024)
4. Комиссаров С.А., Гирченко Е.А. Саньсиндуй: земля бронзовых исполинов // *Вестник НГУ. Сер. История, филология*. 2012. Т. 11. Вып. 7: Археология и этнография. С. 82-90.
5. Ли Р. Baidu. Как китайский поисковик с помощью искусственного интеллекта обыграл Google. М. : БОМБОРА, 2021. 320 с.
6. Ли Сяжоу. Развитие культурных индустрий в современном Китае // *Финансовые рынки и банки*. 2021. № 5. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46263214> (дата обращения: 11.11.2024)
7. Маркова В.Н. Эра интеллектуального интеллекта и тик ток: как изменяются способы коммуникации // *Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики*. В 5-ти т. Том 3. Белгород : Изд-во: Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2022, С. 196-199.
8. Послание В.В. Путина Федеральному Собранию 12 декабря 2012 года. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/17118> (дата обращения: 25.11.2024)
9. Черкасская М.К. Ванхуны и их влияние на китайскую молодежь // *Наука России: Цели и задачи*. Часть 4. Екатеринбург: НИЦ «Л-Журнал», 2019. С. 67-72.

10. Ху Яньли. Концепция китайской культуры в контексте глобализации // Общество: философия, история, культура. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-kitayskoy-kultury-v-kontekste-globalizatsii> (дата обращения 25.11.2024)
11. 习近平. 在第十三届全国人民代表大会第一次会议上的讲话 (Си Цзиньпин. Выступление на первом заседании XIII Всекитайского собрания народных представителей). Пекин, 2020. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1666748016705503130&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 25.11.2024)
12. 抖音演艺直播数据报告：传统文化演出获得线上新观众、新收入 (Отчет о данных трансляций на Douyin: Традиционные культурные выступления привлекли новую онлайн-аудиторию и доход). 2024. URL: <https://news.qq.com/rain/a/20240305A07K9400> . (дата обращения: 11.11.2024)

Representation of Traditional Chinese Culture in Social Media

Mariya V. Amgalanova

Doctor of Cultural Studies, Associate Professor,
Professor of Cultural Studies and Art History Department,
East Siberian State Institute of Culture,
670031, 1 Tereshkova str., Ulan-Ude, Russian Federation;
e-mail: amgalanova@rambler.ru

Abstract

The article examines how the modern global community is undergoing fundamental civilizational transformations, marking a historical transition to a new stage of human development - the information age. The formation of an information society and information culture has resulted from increasing globalization processes, while the development of information technologies and digital media is rapidly transforming our world, permeating all spheres of societal activity. In this context, digital media has become the most effective tool for representing the value foundations of cultural-historical heritage. The Chinese experience of engaging youth in presenting traditional culture through social media proves particularly interesting and relevant in this regard.

For citation

Amgalanova, M.V. (2025). *Reprezentatsiya traditsionnoy kul'tury Kitaya v sotsial'nykh media* [Representation of traditional Chinese culture in social media]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 15 (2A), pp. 165-173.

Keywords

Information culture, information technologies, social media, Chinese cultural heritage, traditional Chinese culture, wanghong (internet influencers), youth.

References

1. Barantseva A.G., Zhendong Sh., Nemirovskaya E.P. Wang hong-economics as a media phenomenon of China's social networks // Global and regional research. 2019. № 1. Pp. 206-209.
2. Dulganova E.O. «Wanhong Industry» in the Chinese video hosting Douyin (抖音) // Culture and art through the eyes of young scientists. Ulan-Ude: Publishing house-polygr. the VSGAKI complex, 2021. Pp. 66-69.
3. Ibragimova G.R. China's strategy in cyberspace: issues of Internet governance and information security // Security Index.

-
2013. V. 19. № 1 (104). Pp. 169-184. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18207794>. (date of access: 27.10.2024).
4. Komissarov S.A., Girchenko E.A. Sanxindui: land of the bronze giants // Bulletin of the NSU. Ser. History, philology. 2012. 11 (7) : Archaeology and Ethnography. Pp. 82-90.
5. Lee R. Baidu. How the Chinese search engine beat Google with the help of artificial intelligence. Moscow: BOMBORA, 2021. 320 p.
6. Li Xiazhou The development of cultural industries in modern China // Financial markets and banks. 2021. № 5. Pp. 127-132. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46263214>. (date of access: 11.11.2024).
7. Markova V.N. The era of intellectual intelligence and tik tok: how communication methods are changing // Science. Culture. Art: actual problems of theory and practice. V. 3. Belgorod: Publishing house: Belgorod State Institute of Arts and Culture, 2022. Pp. 196-199.
8. Vladimir Putin's Message to the Federal Assembly on December 12 2012 URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/17118>. (date of access: 25.11.2024)
9. Cherkasskaya M.K. Wang hu and their influence on Chinese youth // Science in Russia: Goals and objectives. Part 4. Yekaterinburg: SIC «L-Journal», 2019. Pp. 67-72.
10. Hu Yanli. The concept of Chinese culture in the context of globalization // Society: philosophy, history, culture. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-kitayskoy-kultury-v-kontekste-globalizatsii>. (date of access: 25.11.2024)
11. Xi Jinping. Speech at the first meeting of the XIII National People's Congress. Beijing, 2020. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1666748016705503130&wfr=spider&for=pc>. (date of access: 25.11.2024)
12. Douyin Broadcast Data Report: Traditional cultural performances have attracted a new online audience and revenue. 2024. URL: <https://news.qq.com/rain/a/20240305A07K9400>. (date of access: 11.11.2024)