

**Интеграция традиционных китайских праздников в современную массовую культуру**

**Научный руководитель – Добросклонская Татьяна Георгиевна Татьяна Георгиевна**

**Цзян Ци**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Москва, Россия

*E-mail: jiangqi751@gmail.com*

Конференция «Ломоносов

2025» Секция «Культурология»

**Культурный обмен между Китаем и Россией в современном мире**

**Научный руководитель – Добросклонская Татьяна Георгиевна**

**Цзян Ци**

*Студент (аспирант)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере (факультет) , 3 курс, Москва, Россия

*E-mail: jiangqi751@gmail.com*

**Интеграция традиционных китайских праздников в современную массовую культуру**

Аннотация

Традиционные китайские праздники, будучи важной частью национальной культуры, в условиях глобализации активно интегрируются в современную массовую культуру. Этот процесс проявляется через коммерциализацию, цифровые технологии и медиа, что способствует как популяризации китайских традиций, так и их трансформации. В работе рассматриваются основные механизмы этой интеграции и ее влияние на восприятие праздников в современном обществе.

Ключевые слова: *китайские праздники, массовая культура, глобализация, цифровизация, коммерциализация.*

Annotation

Traditional Chinese festivals, as an essential part of national culture, are actively integrating into modern mass culture in the context of globalization. This process is manifested through commercialization, digital technologies, and media, contributing both to the popularization of Chinese traditions and their transformation. The paper examines the key mechanisms of this integration and its impact on the perception of festivals in contemporary society.

Keywords: *Chinese festivals, mass culture, globalization, digitalization, commercialization.*

Традиционные китайские праздники играют важную роль в культурной идентичности Китая, отражая исторические, религиозные и социальные аспекты жизни общества. Однако в условиях глобализации и цифровизации культура приобретает новые формы, что приводит к изменению традиционных практик и их интеграции в массовую культуру. Данный процесс затрагивает не только Китай, но и другие страны, в которых китайские праздники становятся частью культурного ландшафта.

Цель данного исследования — проанализировать механизмы интеграции китайских традиционных праздников в современную массовую культуру, рассмотреть их коммерциализацию, влияние цифровых технологий и глобальных культурных трендов.

1. Трансформация традиционных праздников в массовую культуру

Современная массовая культура во многом определяется коммерциализацией и медийным распространением традиций. Китайские праздники становятся частью мировой культурной индустрии за счет следующих процессов:

Глобализация празднования: Китайский Новый год (Чуныцзе) отмечается не только в Китае, но и в крупных мегаполисах мира — от Лондона до Нью-Йорка. В этих городах организуются фестивали, парады, ярмарки и другие мероприятия.

Коммерциализация: Бренды используют символику китайских праздников для продвижения продукции. Например, ежегодные коллекции товаров, приуроченные к празднованию Чуныцзе, становятся популярными в международных магазинах.

Популяризация через кинематограф и медиа: Китайские традиционные праздники становятся частью массовой культуры благодаря кино, анимации и видеоиграм.

## 2. Цифровизация и влияние социальных сетей

Современные технологии существенно изменили восприятие и практику традиционных праздников:

Онлайн-празднования: С развитием интернета появились виртуальные фестивали, онлайн-концерты, цифровые красные конверты (хунбао), которые заменяют традиционные способы дарения денег.

Социальные сети: Платформы, такие как WeChat, TikTok и Instagram, стали инструментами для распространения праздничных традиций. Пользователи создают контент, связанный с традиционными китайскими праздниками, адаптируя его под современные реалии.

Геймификация: Многие крупные компании создают интерактивные игры, связанные с традиционными праздниками, что способствует вовлечению молодежи.

## 3. Влияние массовой культуры на традиции

Массовая культура не только заимствует традиционные элементы, но и трансформирует их:

Изменение смысловой нагрузки: Например, Чуныцзе из семейного праздника постепенно превращается в событие с акцентом на потребление и развлечения.

Западное влияние: В Китае наблюдается синтез китайских и западных традиций. Например, в крупных городах можно увидеть сочетание рождественской атрибутики с элементами китайского Нового года.

Коммерческое доминирование: Традиционные ценности и символика часто теряют свое первоначальное значение в угоду маркетинговым стратегиям.

### Заключение

Интеграция китайских традиционных праздников в массовую культуру — сложный и многогранный процесс, который включает глобализацию, коммерциализацию и цифровизацию. С одной стороны, это способствует популяризации китайской культуры за пределами страны, с другой — приводит к трансформации и утрате некоторых традиционных элементов. Важно осознавать, что баланс между сохранением культурного наследия и адаптацией к новым реалиям является ключевым фактором в этом процессе.

Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на изучение восприятия китайских праздников в разных странах и анализ культурных изменений, происходящих в результате их интеграции в массовую культуру.

### Список литературы

1. Арташкина Тамара Андреевна, Цзя Хуэйминь Традиционная культура в современной национальной культуре Китая // Общество: философия, история, культура. 2016. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnaya-kultura-v->

sovremennoy-natsionalnoy-kulture-kitaya.

2. Верченко Алла Леонидовна О сохранении традиционных праздников в Китае в начале XXI века // Общество и государство в Китае. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-sohranenii-traditsionnyh-prazdnikov-v-kitae-v-nachale-xxi-veka>

3. Yang, K. (2016). Современная трансформация китайских традиционных праздников и культурная идентичность. Пекинский университет. 2016.

4. Гузикова М. О., Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации: учеб. пособие. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. — ISBN 978-5-7996-1517-8.

5. Бергер П. Культурная динамика глобализации // Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире / под ред. П. Бергера, С. Хантингтона; пер. с англ. В.В. Сапова. — М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 6–24.

6. Ло Вэньвэй. Введение в китайскую традиционную культуру. — Пекин: Изд-во Цинхуа, 2019. — 195 с. — ISBN 978-7-302-50442-9.