

УДК 008

Современное китайское искусство в контексте межкультурного взаимодействия

Су Юйфан

Преподаватель,

Юго-Западный университет политологии и права,
401120, Китайская Народная Республика, Чунцин Ши, Юбэй Цюй, просп. Баошенг;
e-mail: su1980@bk.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта «Внедрение талантов». Финансирования проекта – Юго Западный университет политологии и права, Китай, 2016 г, номер утверждения – 2016XZRCXM007».

Аннотация

Древний Китай, будучи центром восточного искусства, оказал сильное влияние на культуру, экономику и политическое развитие многих стран мира. Сюй Бэйхун и Лю Хайсу были одними из первых китайских художников XX века, кто объединил традиционную китайскую живопись и европейское искусство. Названные признанные мастера китайской живописи посвятили себя китайской и западной культуре и оказали большое влияние на европейский художественный стиль. В настоящее время китайское искусство как важная часть традиционной культуры имеет большое значение для зарубежной аудитории. Однако культурное взаимодействие китайской и западной цивилизаций никогда не было однозначным, в данной области и по сей день существует ряд нерешенных вопросов. Зарубежной аудитории, где источники информации о современном китайском искусстве крайне немногочисленны, сложно понять все тонкости китайской культуры. Преодоление существующих в данной области проблем ведет к установлению интернационального диалога, в котором возможно взаимопонимание и обмен высокими достижениями философии и искусства.

Для цитирования в научных исследованиях

Су Юйфан. Современное китайское искусство в контексте межкультурного взаимодействия // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 2А. С. 58-65.

Ключевые слова

Китайское искусство, диалог, зарубежные коммуникации, стратегия, взаимодействие.

Введение

Развитие искусства тесно связано с социальным развитием человека. Влияние искусства на людей трудно переоценить: оно может развивать эстетические способности человека, улучшать его познавательные способности, являться источником духовного наслаждения, а также способствовать социальному взаимодействию. Таким образом, художественное общение как средство формирования духовной культуры отвечает нуждам развития самого искусства и имеет огромное значение. В октябре 2014 года генеральный секретарь Си Цзиньпин в своей речи на симпозиуме по литературному и художественному творчеству отметил: «Каллиграфия, китайская живопись и т.д. – все это культурные сокровища Китая, и они важны для понимания иностранцами Китая. Литературные работники должны рассказывать историю Китая. Распространять голос Китая, разъяснять китайский дух, показывать китайский стиль и позволять иностранцам углублять свое понимание Китая, оценивая работы китайских писателей и художников» [Си Цзиньпин, 2015].

Таким образом, выход китайской культуры на международную арену является в настоящее время важной задачей государства. Изучение проблем, существующих в сфере взаимодействия культур Китая и Запада, поиск способов их решения, разработка стратегий укрепления культурных связей между Китаем и Западом имеют важное теоретическое значение.

Каналы межкультурной коммуникации между Китаем и европейскими государствами

Китайское искусство включает в себя живопись, каллиграфию, скульптуру, архитектуру, ремесла и т.д. Оно объединяет ценности китайской культуры и демонстрирует эстетические привычки китайского народа, социальные обычаи, а также эмоциональные и духовные сферы. История развития китайского искусства насчитывает много десятилетий. Согласно древнему документу «Биография Му Тяньци», Чжоу Муванг, король пятого поколения династии Западная Чжоу, в 989 году до нашей эры подарил «Матери Западной королевы» подарки с различными поделками, шелковыми тканями и сокровищами. В последующих произведениях тех лет говорится о том, что китайские и иностранные послы обменивались визитами, китайские послы везли китайские картины и изделия ручной работы. В то время эти коммуникации были в основном политизированы, однако существовали также личные и групповые коммерческие коммуникации. В разное время китайское искусство оказывало различное влияние на зарубежную аудиторию и в той или иной степени способствовало повышению престижа Китая в мире.

После 40 лет реформ и открытости, быстрого экономического роста Китая его влияние на мир возросло, и государство приобрело большее значение на международной арене. С реализацией инициативы «Пояс и дорога» интерес зарубежной аудитории к традиционному китайскому искусству повысился. Распространение китайского искусства во всем мире усиливает международное влияние китайской культуры. В настоящее время созданы различные формы общения разных классов и достигнуты определенные коммуникационные эффекты. Как правило, каналы взаимодействия китайской культуры с другими мировыми культурами можно разделить на следующие виды: уровень правительственных учреждений, культурные организации на всех уровнях и личное общение. Рассмотрим каждый из них более подробно.

1. Уровень правительственных учреждений. В течение последних 20 лет государство энергично продвигает идею выхода китайского искусства на международную арену. На

правительственном уровне создана платформа для взаимодействия культуры и искусства Китая с зарубежными культурами, открыты традиционные каналы для внешней коммуникации, обеспечена экономическая поддержка. В частности, приняты следующие меры:

А. Создано специализированное агентство. Являясь представительным официальным учреждением, Институт Конфуция пропагандирует китайский язык в мире, проводит различные формы культурной и художественной деятельности, представляет традиционную китайскую культуру иностранцам и предоставляет возможность зарубежной аудитории участвовать в традиционном китайском искусстве.

Б. Распространение китайского искусства осуществляется в том числе путем дипломатической деятельности. Партийные и государственные лидеры посещают зарубежные страны, знакомят иностранных коллег с образцами китайского искусства.

В. Проводятся масштабные мероприятия, целью которых является распространения китайского искусства. Например, китайская каллиграфия и живопись, представленные на церемонии открытия Олимпийских игр 2008 года в Пекине; Шанхайская всемирная выставка; церемония закрытия зимних Олимпийских игр в Пхенчхане в 2018 году «Пекинские восемь минут».

Г. Осуществляется международная культурная деятельность. Китайская неделя культуры и различные культурные и художественные мероприятия, проводимые по всему миру, играют важную роль в распространении китайского искусства за рубежом. После Весеннего праздника 2010 года Министерство культуры совместно с соответствующими национальными министерствами и комиссиями, местными культурными организациями и иностранными учреждениями начало совместную деятельность по культурному обмену.

2. Культурные учреждения на всех уровнях. Роль институтов корпоративной культуры на всех уровнях в распространении китайского искусства за рубежом становится все более заметной. В основном это проявляется в осуществлении следующих мероприятий:

А. Учреждение различных средств массовой информации за рубежом, которые являются основным каналом межкультурной коммуникации. 31 декабря 2016 года было запущено китайское международное телевидение (China Global TV Network, CGTN), включающее шесть телеканалов, три зарубежных подстанции и одно агентство видеонОВОСТЕЙ. Это единственное телевидение в мире, которое использует рабочий язык ООН. В настоящее время пользователи систем видеонаблюдения охватывают более 210 стран и регионов и становятся основным каналом распространения китайской культуры и искусства [Чэнь Чжэнькай, Лэй Гунмин, Хэ Мэйхуа, 2016].

Б. Проведение академических семинаров для продвижения китайского искусства. Академические эксперты, ученые, сотрудники университетов и научно-исследовательских институтов участвуют в зарубежных академических семинарах с целью знакомства зарубежных ученых с китайским искусством.

3. Проведение международного тура или шоу «Визуальный Китай», способствующего эффективному продвижению традиционной китайской живописи, каллиграфии и других видов изобразительного искусства на международной художественной арене посредством выставок и продаж.

3. Личная деятельность художника. Зарубежные коммуникационные мероприятия, проводимые во имя художника, существуют давно. В 1920-х и 1930-х годах Сюй Бэйхун проводил множество выставок китайской живописи и каллиграфии в Токио, Франции, Париже, Германии и других странах, рассказывая о достижениях китайского искусства. В последние

годы внимание ученых, занимающихся вопросами межкультурного взаимодействия, в основном фокусировалось на следующих аспектах:

А. Участие в зарубежных выступлениях, стремление получить спонсорскую поддержку отечественного и зарубежного художественного фонда. В американском музее Гуггенхайма у фонда семьи Хэ Хонги есть «Китайский проект современного искусства». В 2013 году Ван Цзяньвэй был объявлен первым уполномоченным художником, который поддержит продвижение китайских художников по всему миру.

Б. Участие во внутренних тендерах. В последние годы китайские художники активно участвовали в аукционах международных аукционных домов, и многие выдающиеся работы художников были собраны зарубежными коллекционерами.

В. Посещение зарубежных галерей и художественных галерей. В 2006 году старая американская галерея «Коэн Галерея» провела персональную выставку для художника Джи Юньфея в Нью-Йорке, а недавно организовала несколько персональных выставок для художников [Цзя Юй, 2013].

Проблемы межкультурного взаимодействия Китая и европейских стран

В XXI веке задача выхода китайской культуры на мировую арену стала важной частью стратегии культурного развития Китая. Несмотря на это, внешние связи современной китайской культуры все еще недостаточно налажены и не успевают за быстро растущей китайской экономикой. Юй Дань, известный китайский культуролог, считает: «Разные страны по-разному воспринимают китайскую культуру из-за своего географического положения и культурного происхождения. Однако, в целом, знание китайской культуры за рубежом, как правило, низкое» [Лю Ян, 2015]. Неоспорим тот факт, что международное признание китайского искусства все еще несравнимо с признанием искусства европейского и американского.

Одной из основных проблем, существующих в области интеграции китайской культуры в мировое пространство, является недостаточная когнитивная мотивация, что приводит к неспособности сократить когнитивный разрыв посредством взаимодействия. Во-первых, китайские СМИ находятся в относительно слабом положении с точки зрения международной коммуникационной мощи. Во-вторых, ложные сообщения иностранных СМИ также препятствуют налаживанию межкультурного диалога. Наконец, по-прежнему существует представление о Китае как об отсталом и бедном государстве. Вследствие навязанных стереотипов и дезинформации зарубежная аудитория имеет искаженное представление о китайской культуре, что, соответственно, снижает ее престиж на мировой арене.

Другой проблемой является так называемое поверхностное знание. Культура в общем смысле состоит из нескольких слоев: материальная, институциональная, поведенческая и духовная культура. Китайский ученый Пан Пу отметил, что «процесс общения между культурами раскрывает людей: материальная культура наиболее активна и легко общается, потому что она находится на поверхности культурной системы; институциональная культура и поведенческая культура находятся в центре культурной системы, которая является наиболее авторитетным фактором. Она обладает большой стабильностью и с ней трудно общаться. Поскольку духовная культура глубоко спрятана в ядре культурной системы, она определяет направление культурного развития, поэтому она является наиболее консервативной и трудной для общения и изменения» [Пан Пу, 1998]. Японские ученые Юань Ляюань также предположили, что «новые вещи, отличные вещи и удобные вещи всегда будут

распространяться через национальные границы». [Юань Ляюань, Го Ляню, 1992] Первое, на что указал Юань Ляюань, это то, что внешнее распространение науки и техники происходит относительно легко по сравнению с распространением поведенческой и духовной культуры и легко воспринимается иностранной аудиторией. Распространение поверхностной культуры не ограничивается областью материальных технологий, но может также иметь более глубокий эффект, который, в свою очередь, влияет на духовный мир и образ жизни получателя. Это происходит потому, что материальные технологии воплощают духовную концепцию, эстетическую концепцию и ценностное стремление субъекта творения, а продукция материальной технологии культуры косвенно передает содержащееся в ней духовное наполнение и культурную коннотацию. В настоящее время внешнее взаимодействие китайского искусства с другими культурами в основном представляет собой поверхностный уровень культуры материальных технологий, в то время как взаимодействие поведенческой культуры достигло более выраженных результатов. Однако глубокую духовную культуру Китая понимают далеко не все. Поэтому распространение китайского искусства за границей должно быть постепенным, этот процесс представляет собой общение изнутри и снаружи.

Не менее серьезной проблемой являются когнитивные различия. Из-за различий между китайской и западной культурами формируются различия между китайским и западным мышлением и оценкой привычек. Американский ученый в области коммуникации Эдвард Холл отметил: «Мы никогда не можем утверждать, что информация, которую мы передаем другим, полностью ясна. Люди в современном мире имеют серьезные неверные интерпретации в своих взаимодействиях» [Эдвард Холл, 1995]. Когда зарубежная аудитория пытается понять разнородное китайское искусство, она может сделать это только через собственный опыт. Когда же зарубежная аудитория не может найти соответствующую интерпретацию из своих собственных когнитивных систем, она оценивает китайское искусство с помощью сравнения с культурами, которые считает схожими. К примеру, аудитория западных стран неправильно понимает произведения китайской каллиграфии. В предисловии к коллекции «Коллекции китайской каллиграфии»: «На Западе китайская каллиграфия – последнее искусство, которое будет признано и собрано» [Бай Цяньшэнь, 2012]. Это связано с тем, что, с одной стороны, в западноевропейских странах нет искусства, соответствующего китайской каллиграфии. В дополнение к отсутствию глубокого понимания особенностей китайской каллиграфии, таких как пиктограммы и мазки, западные люди не могут по-настоящему распознать взаимосвязь и порядок написания китайских иероглифов.

Стратегия взаимодействия китайской и западной культур

По мере роста экономической мощи Китая повышается интерес к китайской культуре и потребность ее понимания западной аудиторией. Однако в области понимания и принятия китайской культуры за рубежом в настоящее время существует ряд нерешенных проблем. Для их успешного решения необходимо принять следующие меры:

- 1) Распространение предметного угла. Художественные коммуникаторы являются важным фактором, влияющим на результат художественного общения. Произведения искусства высокого уровня играют основополагающую роль для зарубежного общения. Поэтому понимание качества искусства является ключом к решению проблемы. Прежде всего, художники должны повышать свой уровень культуры: постоянно внедрять новые идеи, расширять свой кругозор и учитывать национальные культурные особенности.

Необходимо в полной мере использовать преимущества высшего образования и формировать группу современных талантливых художников с международным видением. Во-вторых, следует расширять каналы финансирования и создать художественный рынок. С перемещением на Восток мирового культурного центра и усилением интеграции азиатского арт-рынка положение китайского арт-рынка в мире будет еще более укреплено [Си Му, 2014]. В то же время рынок искусства в Китае недостаточно развит, чтобы соответствовать международным стандартам, что ограничивает инвестиции рынка в искусство. Создание арт-рынка, с одной стороны, позволит направлять частный капитал на поддержку китайского искусства под руководством правительства и содействовать развитию некоторых традиционных искусств, с другой стороны, будет способствовать продвижению зарубежных инвесторов, которые станут закладывать основу для распространения китайского искусства за рубежом.

- 2) Дифференцировать зарубежную аудиторию. С точки зрения коммуникации распространение художественной информации – это не односторонняя передача, а двусторонний процесс общения и обратной связи: аудитория является не только экспертом и оценщиком художественного творчества, но и положительной обратной связью с результатом художественной коммуникации. Эффект общения в конечном итоге будет отражен в биографии. В процессе внешнего взаимодействия китайского искусства с европейской культурой из-за различий в культурных традициях, моральных представлениях и образе жизни разные зарубежные аудитории будут иметь разные эстетические предпочтения при выборе и принятии китайского искусства. Поэтому аудитория также является важным переменным фактором, влияющим на результат подобного взаимодействия. С точки зрения культурного круга зарубежную аудиторию можно разделить на конфуцианский культурный круг и неконфуцианский культурный круг. В конфуцианских культурных кругах, таких как Корея, Северная Корея и Япония, конфуцианство, китайские иероглифы и буддизм являются общими культурными основами этих стран и регионов. Страны и регионы, такие как Европа, Америка, Латинская Америка, Африка и другие неконфуцианские культурные круги, имеют большие культурные различия с Китаем, и в их культурных традициях мало общего. Таким образом, необходимо дифференцировать аудиторию из разных стран и регионов для поиска верного подхода к пониманию китайского искусства, что поможет избежать недопонимание, вызванное культурными различиями.
- 3) Медиадиверсификация внешней коммуникации китайского искусства. Сегодня существуют разнообразные средства распространения информации. Внешняя коммуникация в области произведений искусства должна соответствовать современным тенденциям, должным образом интегрироваться в современные средства массовой информации и расширять сферу коммуникации. Необходимо расширять каналы общения, а также использовать новые медиа. По сравнению с традиционными газетами, телевидением, радио и журналами, «новые медиа» подразумевают использование сетевых технологий, цифровых технологий и мобильных технологий. В настоящее время внешняя коммуникация китайского искусства в основном основана на традиционных методах, использование новых медиа ограничено. В качестве решения данной проблемы можно создать внешний коммуникационный веб-сайт, чтобы сформировать «виртуальный музей» и публиковать динамическую информацию об искусстве (художественных выставках, научных исследованиях, творческой деятельности и так далее) на разных языках.

Заключение

Таким образом, выход китайской культуры на мировую арену является важнейшим условием повышения престижа государства и представляет собой важнейшую задачу, стоящую в настоящее время перед китайским правительством. Налаживание культурных связей с другими странами требует создания диверсифицированных каналов общения, а также глубокого понимания потребностей зарубежной аудитории. Для этого необходимо использовать все виды коммуникационных ресурсов, рационально интегрировать и вводить новшества. Изучение проблем, существующих в сфере взаимодействия культур Китая и Запада, поиск способов их решения, разработка стратегий укрепления культурных связей между Китаем и Западом имеют важное теоретическое значение.

Библиография

1. Бай Цяньшэнь. Китайская каллиграфия на Западе // Китайское чтение газеты. 30.09.2012.
2. Лю Ян. Как лучше рассказать «китайскую историю» // Народная газета. 09.07.2015.
3. Пан Пу. Лан Юцзи. Шанхай: Шанхайский народный издательский дом, 1998. 6 с.
4. Си Му. В чем разница между китайским искусством и выходом из дома? // Изучение пограничных проблем рынка китайского искусства. 2014. С. 150-151.
5. Си Цзиньпин. Выступление на симпозиуме по литературе и искусству // Народная газета. 15.10.2015.
6. Холл Э. Тихий язык. Шанхай: Шанхайское народное издательство, 1995.
7. Цзя Юй. «Диктовка китайских иероглифов» вызвала культурное мышление // Guangming. 19(7).10.2013
8. Чэнь Чжэнькай, Лэй Гунмин, Хэ Мэйхуа. Си Цзиньпин о культурной уверенности // Народная газета. 13(12).07.2016.
9. Юань Ляоюань, Го Лянью. Японская культура и формирование японского характера. Пекин: Издательство Пекина, 1992. 8 с.

Contemporary Chinese art in the context of intercultural interaction

Yufang Su

Lecturer,
South-West University of Political Science and Law,
401120, Baosheng av., Yubei Qu, Chongqing Shi, People's Republic of China;
e-mail: su1980@bk.ru

Abstract

Ancient China, being the center of Oriental art, had a strong influence on the culture, economy and political development of many countries. Xu Beihong and Liu Haisu were among the first Chinese artists of the XX century to combine traditional Chinese painting and European art. These famous masters of Chinese painting devoted themselves to Chinese and Western culture and had a great influence on the European artistic style. Currently, Chinese art as an important part of traditional culture is of great importance for foreign audiences. However, the cultural interaction of Chinese and Western civilizations has never been unambiguous, and there are still a number of unresolved issues in this area. It is hard for foreign audience to understand the artistic world of China due to the lack of sources of information about contemporary Chinese art. As China's economic power grows, there is a growing interest in Chinese culture and the need to understand it in Western

audiences. However, there are currently a number of unresolved problems in the area of understanding and acceptance of Chinese culture abroad. For their successful solution, it is necessary to take the following measures. To establish an international dialogue in which mutual understanding and exchange of high achievements of thought, philosophy and art are possible it is necessary to overcome these problems.

For citation

Su Yufang (2019) *Sovremennoe kitaiskoe iskusstvo v kontekste mezhkul'turnogo vzaimodeistviya* [Contemporary Chinese art in the context of intercultural interaction]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 9 (2A), pp. 58-65.

Keywords

Chinese art, foreign communications, strategy, interaction.

References

1. Bai Tsyang'shen' (2012) *Kitaiskaya kalligrafiya na Zapade* [Chinese calligraphy in the West]. *Kitaiskoe chtenie gazety* [Chinese reading of newspaper], 30th September.
2. Chen' Chzhen'kai, Lei Gunmin, Khe Meikhua (2016) Si Tszin'pin o kul'turnoi uve-rennosti [XI Jinping on cultural awareness]. *Narodnaya gazeta*, 13th July.
3. Khol' E. (1995) *Tikhii yazyk* [Silent language]. Shanghai: Shangkhaiskoe narodnoe izdatel'stvo Publ.
4. Lyu Yan (2015) Kak luchshe rasskazat' "kitaiskuyu istoriyu" [How tell "Chinese history" better]. *Narodnaya gazeta*, 9th July.
5. Pan Pu (1998) *Lan Yutszi*. Shanghai: Shangkhaiskii narodnyi izdatel'skii dom Publ.
6. Si Mu (2014) V chem raznitsa mezhdou kitaiskim iskusstvom i vykhodom iz doma? [What is the difference between Chinese art and leaving home?]. *Izuchenie pogranychnykh problem rynka kitaiskogo iskusstva* [Study of border problems of the Chinese art market], pp. 150-151.
7. Si Tszin'pin (2015) Vystuplenie na simpoziume po literature i iskusstvu [Speech at the Symposium on literature and art]. *Narodnaya gazeta*, 15th October.
8. Tszya Yui (2013) "Diktovka kitaiskikh ieroglifov" vyzvala kul'turnoe myshlenie ["Dictation of Chinese characters" has led to a cultural mindset]. *Guangming*, 19th October.
9. Yuan' Lyaoyuan', Go Lyan'yu (1992) *Yaponskaya kul'tura i formirovanie yaponskogo kharaktera* [Japanese culture and formation of Japanese character]. Pekin: Izdatel'stvo Pekina Publ.