

DOI: 10.12731/2576-9782-2023-1-144-156

УДК 39



## ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ЭТНИЧЕСКИХ МЕНЬШИНСТВ В ЭПОХУ НОВЫХ МЕДИА

*Люй Дань, Фу Хунтао, Ву Хао*

**Описание проекта.** *Статья является результатом исследовательского проекта в области искусства провинции Хэйлуцзян «Исследование распространения нематериальной культуры приграничной к России провинции Хэйлуцзян, в рамках инициативы «Один пояс, один путь» (№ 20180028).*

*С быстрым развитием экономики сохранение национального и местного культурного наследия приобретает характерные черты. Эпоха современных медиа (блоги и социальные сети) предоставляет возможности для распространения нематериального культурного наследия этнических меньшинств.*

*В статье исследуется стратегия распространения нематериального культурного наследия этнических меньшинств в наше время с точки зрения субъектов коммуникации, платформы коммуникации и содержания коммуникации, с целью передачи опыта по сохранению, актуализации и популяризации нематериального культурного наследия районам проживания этнических меньшинств.*

**Актуальность.** *В современное время – в эпоху глобализации всех сторон жизни стран и народов, очень важно сохранять свои национальные корни, не потерять свои культуру и идентичность. Поэтому нематериальное культурное наследие является мощным свидетельством развития истории Китая.*

**Задача** – *проанализировать стратегии распространения нематериального культурного наследия этнических меньшинств в эпоху современным медиа.*

**Научная новизна** данной работы заключается в распространении нематериального культурного наследия в эпоху современных медиа и передачи их будущему поколению.

Китай и Россия имеют многовековую историю, обладают великолепным нематериальным культурным наследием. У каждой из стран своя уникальная национальная культура. Культурные связи России и Китая на сегодняшний день вышли на новый уровень, активно развиваются, охватывая практически все сферы: науку, туризм, образование, искусство и т.д. У русских и китайцев усиливается интерес ко всем сферам жизни народов друг друга. Увлечения русских современников (особенно молодежи) культурными традициями китайцев связаны с процессом глобализации культуры и интересом к национальной идентичности.

**Ключевые слова:** эпоха новых медиа; нематериальное культурное наследие национальных меньшинств; стратегия распространения

**Для цитирования.** Люй Дань, Фу Хунтао, Ву Хао. Исследование коммуникационной стратегии нематериального культурного наследия этнических меньшинств в эпоху новых медиа // *Russian Studies in Culture and Society*. 2023. Т. 7, № 1. С. 144-156. DOI: 10.12731/2576-9782-2023-1-144-156

## STUDY OF THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE OF ETHNIC MINORITIES IN THE ERA OF NEW MEDIA

*Ly Dan, Fu Hongtao, Wu Hao*

**Project description.** This article is the result of the research project in the field of art of Heilongjiang Province "Research on the spread of non-material culture of Heilongjiang Province, bordering Russia, within the framework of the One Belt, One Road Initiative" (No. 20180028).

With the rapid development of the economy, the preservation of national and local cultural heritage acquires new features. The era of new

*media provides new opportunities for the dissemination of the intangible cultural heritage of ethnic minorities.*

*This article explores the strategy for disseminating the intangible cultural heritage of ethnic minorities in the era of new media from the point of view of the subjects of communication, the platform of communication and the content of communication, in order to transfer experience in the preservation, updating and promotion of the intangible cultural heritage to ethnic minority areas.*

**Relevance.** *Nowadays in the era of globalization of all aspects of the life of countries and peoples, it is very important to preserve their national roots, not to lose their culture and identity. Therefore, intangible cultural heritage is a powerful evidence of the development of Chinese history.*

**The task** *is to analyze the strategies for disseminating the intangible cultural heritage of ethnic minorities in the era of modern media.*

**The scientific novelty** *of this work lies in the dissemination of intangible cultural heritage in the era of modern media and their transfer to the future generation.*

*China and Russia have centuries-old history and excellent intangible cultural heritage. Each country has its own unique national culture. Cultural ties between Russia and China today have reached a new level, are actively developing, covering almost all areas: science, tourism, education, art, etc. Russians and Chinese have a growing interest in all spheres of life of each other's peoples. The fascination of Russian contemporaries (especially young people) with the cultural traditions of the Chinese is associated with the process of globalization of culture and the consequences of national identity.*

**Keywords:** *era of new media, intangible cultural heritage of national minorities, dissemination strategy*

**For citation.** *Lv Dan, Fu Hongtao, Wu Hao. Study of the Communication Strategy of the Intangible Cultural Heritage of Ethnic Minorities in the Era of New Media. Russian Studies in Culture and Society, 2023, vol. 7, no. 1, pp. 144-156. DOI: 10.12731/2576-9782-2023-1-144-156*

Этнические меньшинства в Китае обладают богатым нематериальным культурным наследием (далее НКН); и как на национальном, так и на региональном уровне власти придают большое значение его сохранению. В наше время следует использовать более современные, более быстрые средства коммуникации с широким охватом, чтобы больше людей обращали внимание на проведение мероприятий по исследованию и призванию объектов НКН, а так же передачу хранителями своих навыков и умений будущему поколению с целью обеспечения жизнеспособности объектов НКН [2, с. 25].

В данной статье обсуждается коммуникационная стратегия НКН этнических меньшинств в трех аспектах: субъекты коммуникации (или распространения), платформа коммуникации и содержание коммуникации.

1. Субъекты распространения нематериального культурного наследия меньшинств в современную эпоху.

Субъекты распространения НКН национальных меньшинств имеют тенденцию к диверсификации. К субъектам распространения НКН относятся не только средства массовой информации, а также организации по сохранению НКН и хранители такой культуры [6].

#### СМИ

(1) Нематериальное культурное наследие этнических меньшинств является важной частью китайской культуры и одним из видов содержания медиокоммуникаций. Поскольку средства массовой информации Китая вступили в стадию комплексного развития, районы проживания меньшинств тоже стремятся следовать заданной тенденции. В 2019 году в Нинлан-Ийском автономном уезде города Лицзян провинции Юньнань был создан центр интеграции средств массовой информации. Интегрированным медиацентрам в районах проживания меньшинств следует активно сотрудничать с организациями по сохранению НКН, чтобы накопить больше материалов для наследования нематериальной культуры, с целью воспитания любви и уважения к истории и культуре родины [3, с. 78, 147].

(2) Организации по сохранению нематериального культурного наследия

Наследование и распространение НКН являются двумя важными аспектами сохранения нематериального культурного наследия. Организации по сохранению НКН в районах проживания меньшинств, наряду со своей работой по передаче НКН, также хорошо справляются с его распространением [13]. Все больше и больше людей интересуются и посещают выставки и тематические мероприятия с использованием медиа платформ, таких как веб-сайты и публичные аккаунты социальной сети WeChat.

Так как социальная сеть WeChat очень популярна в Китае наше поколение активно в своих аккаунтах публикует фотографии с выставок, фестивалей, ярмарок, и многие хотят их посетить.

Распространяя НКН, организации способствуют развитию восприятия традиций и обычаев национальных меньшинств, а также увеличению числа их почитателей.

Организациям по сохранению НКН необходимо укреплять сотрудничество с местными средствами массовой информации, публиковать различные статьи и выпускать телепрограммы, посвященные НКН этнических меньшинств, с целью усиления коммуникативного эффекта нематериального культурного наследия этнических меньшинств. Например, Центр защиты нематериальной культуры Нинлан-Ийского автономного уезда городского округа Лицзян провинции Юньнань в сотрудничестве с местной телекомпанией снял и выпустил художественные фильмы о традиционных праздниках, костюмах, ремеслах и обычаях народа И [12; 14].

### (3) Хранители НКН

В прошлом распространение хранителями НКН в районах проживания этнических меньшинств в основном основывалось на межличностном общении и передачах личного опыта посредством выставок, демонстраций и участия в мероприятиях. Однако масштабы распространения были слишком малы. В эпоху новых медиа некоторые молодые хранители НКН стремятся делиться им с помощью коротких видеороликов, прямых трансляций и других современных средств сети Интернет [5, С. 19, 165]. Платформы коротких видео и прямых трансляций, где можно не только увидеть,

но и послушать объекты НКН – например, как звучит музыкальный инструмент гуцинь или «великое пение» народности дун, отличаются низким порогом культурного вхождения, простотой в эксплуатации и быстротой распространения, что позволяет хранителям НКН продвигать его в Интернете и при этом масштабы распространения не ограничены. На платформах коротких видео, таких как Douyin (китайский прототип TikTok) и Kuaishou, даже одно видео, опубликованное пользователем с большим количеством подписчиков, может собрать десятки тысяч просмотров за один день. Хранители НКН используют новые медиа для привлечения внимания к культурным ценностям этнических меньшинств [15].

Организациям по сохранению нематериального культурного наследия в районах проживания этнических меньшинств необходимо регулярно проводить обучающие тренинги для хранителей НКН. Содержание такого обучения в основном должно касаться изучения навыков работы с нематериальным культурным наследием и политики государства в его отношении.

## 2. Платформы коммуникации в эпоху новых медиа

В условиях непрерывного развития общества традиционных СМИ становится недостаточно для продвижения НКН. Постоянное развитие новых медиа предоставляет больше возможностей для популяризации НКН.

### (1) Блоги Weibo

Контент Weibo в основном состоит из текста, изображений и видео, а быстрая скорость передачи данных и поиск в режиме реального времени сделала его очень популярным среди молодежи. Автором выявлено, что многие организации по сохранению нематериального культурного наследия пользуются данной социальной сетью для привлечения внимания к НКН, однако количество таких аккаунтов в районах проживания этнических меньшинств очень мало, что, скорее всего, связано с более поздним началом такой деятельности и с ограниченным количеством специалистов в данной сфере.

SinaWeibo – крупнейшая в мире китайская социальная медиаплатформа, насчитывающая более 500 миллионов активных поль-

зователей в месяц и более 200 миллионов активных пользователей в день, из которых 80% – люди в возрасте от 16 до 30 лет [10, с. 74]. Организации по сохранению нематериального культурного наследия в районах проживания этнических меньшинств могут использовать платформу Weibo для продвижения нематериальных культурных ценностей большому количеству молодежи. Блог Weibo Ассоциации исследования культуры народа Мосо на озере Лугу в городе Лицзян является примером успешной реализации проекта по распространению НКН: они обновляют материалы, связанные с культурой Мосо, публикуют информацию о домах Мосо, образе жизни, еде и ремеслах с помощью текстов, изображений и коротких видеороликов.

### (2) Публичные аккаунты WeChat

Организации по сохранению нематериального культурного наследия в районах проживания этнических меньшинств могут делиться с другими пользователями высококачественным контентом НКН, используя публичные аккаунты WeChat, загружая статьи, изображения, видео, аудио и другие мультимедийные формы. Функции приложения “поделиться” и “переслать” позволяют распространить информацию дальше по социальной сети. Например, публичный аккаунт WeChat Центра нематериального культурного наследия в районе Гучэн города Лицзян состоит из 13 разделов, в том числе отображение достижений в области НКН, хранители НКН, истории народа Наси и “песчаная” музыка Наси, а также исторические материалы, и соответствующие законы, правила, и т. д., которые постоянно обновляются [16, с. 180, 185]. Наполнение блога чрезвычайно богато, авторам удалось запечатлеть практически все нематериальные ценности народа. Опыт этого центра следует рассмотреть другим организациям по сохранению нематериального культурного наследия в районах проживания этнических меньшинств.

### (3) Платформа коротких видео

В последние годы платформа коротких видео Douyin стала очень популярной. Просмотр коротких видеороликов стал частью повседневной жизни людей. По состоянию на июнь 2021 года в Китае насчитывается около 888 миллионов пользователей сети, а среднее

ежедневное время просмотра пользователями коротких видео составляет 125 минут. Многие центры по сохранению нематериального культурного наследия, социальные организации и отдельные лица использовали платформу коротких видеороликов для популяризации НКН этнических меньшинств и добились хороших результатов. По состоянию на февраль 2022 года количество запросов «нематериальное культурное наследие» на платформе Douyin достигло 4,73 млрд. раз, запрос «нематериальная культура» – 2,07 млрд. раз, запрос «этнические меньшинства» – 3,78 млрд. раз, а такие темы, как «костюмы этнических меньшинств», «танцы этнических меньшинств» и «обычаи национальных меньшинств» всплывали более десятков миллионов раз, что является доказательством того, что НКН национальных меньшинств очень популярно на платформах коротких видео [8; 15].

### 3. Содержание медиакommunikаций в эпоху новых медиа

Нематериальное культурное наследие в районах проживания этнических меньшинств богато и разнообразно. Необходимо не только распространять культуру этнических меньшинств, но и уметь открывать и находить интересные предания и мифы, связанные с НКН. Обогащение содержания делает распространение НКН более ярким в сельских районах.

#### (1) Культура национальных меньшинств

При распространении информации об этнических меньшинствах, СМИ, как правило, оперируют фактами. Они сообщают о фестивалях, мероприятиях, и других событиях в форме новостей. В эпоху новых медиа при распространении информации о меньшинствах следует соблюдать культурное разнообразие, содержание коммуникации не должно быть стереотипным, уникальность и ценность каждого меньшинства должны быть продемонстрированы с помощью сложного, индивидуально и профессионально подобранного качественного контента. Только если будет продемонстрирована уникальность и ценность каждого меньшинства, люди поймут важность его защиты и наследования. Например, зажжение факелов на праздновании Фестиваля факелов в Нинлан-Ийском автономном уезде городского

округа Лицзян провинции Юньнань, и традиционные представления КечжэЭрби (克哲·尔比), не должно быть сухим описанием фактов, необходимо рассказать историю происхождения праздника и объяснить его культурное значение, чтобы данная информация воспринималась не только для развлечения, но и привлекала интерес и воспитывала уважение к наследию этнических меньшинств [9, с. 77].

(2) Истории нематериального культурного наследия этнических меньшинств

Лучший способ повысить интерес к НКН – это сделать его легкодоступным и ярким, например через сторителлинг (англ. storytelling – «рассказывание историй»). Когда средства массовой информации и организации по сохранению НКН распространяют информацию о нематериальном культурном наследии этнических меньшинств, они могут найти больше интересных преданий об этнических меньшинствах и хранителях НКН и превратить их в легко воспринимаемые сюжеты с помощью текста, изображений, видео и т. д. Например, хорошим вариантом является рассказ о нематериальном культурном наследии с помощью короткометражных фильмов. Во-первых, короткометражный фильм – короткий по времени, а содержание может быть глубоким, что соответствует привычкам пользователей сети. Во-вторых, показ историй этнических меньшинств и хранителей НКН через короткометражные фильмы может не только помочь людям узнать об образе жизни этнических меньшинств в Китае, но также лучше понять их нематериальное культурное наследие, а может даже и перенять их навыки и умения [4; 7].

(3) Индустрия нематериального культурного наследия меньшинств

Этнические меньшинства обычно живут в отдаленных горных районах со слабо развитой экономикой. Однако с общей победой в национальной борьбе с бедностью районы проживания этнических меньшинств сформировали модель развития, которая сочетает в себе богатое НКН с туризмом, местными ремеслами и деликатесами, что способствует их экономическому развитию. Распространение НКН необходимо для продвижения местного туризма и продукции этнических меньшинств.

### **Вывод**

В последние годы районы проживания этнических меньшинств продолжают осуществлять глубокую медиа интеграцию и развитие. Настоящая статья описывает коммуникационную стратегию НКН с трех аспектов: предмета коммуникации, коммуникационной платформы и содержания коммуникации, с целью изучения распространения нематериального культурного наследия этнических меньшинств, анализа НКН районов проживания этнических меньшинств и рекомендаций по охране НКН.

НКН является носителем человеческой цивилизации и традиционной культуры и обладает важными культурными, художественными и эстетическими ценностями. Изучение НКН помогает защищать и передавать традиционную культуру, укреплять культурное доверие и национальную идентичность, а также способствовать формированию сильной культурной нации в Китае.

В эпоху новых медиа китайцы должны пользоваться мощной силой интеграции средств массовой информации и коммуникации, чтобы рассказывать будущему поколению о национальных традициях и истории нематериального культурного наследия, а также воспитывать любовь и уважение к культуре родины.

### *Список литературы*

1. Аликберова А. Р. Российско-китайские отношения в сфере культуры и образования. - Казань, 2014. - 214 с.
2. Ван Вэньчан. Общие сведения о нематериальном культурном наследии [М]. Пекин: Издательство культуры и искусства, 2006. 464 с.
3. Го Цингуан. Курс по коммуникациям [М]. Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2011. 275 с.
4. Гэ Цзинцзин. Анализ трудностей сохранения наследия нематериального культурного наследия в новую эру [J]. Шэньхуа, 2022. №08 (часть 2). С. 75-82.
5. Джон Фекс. Введение в исследование распространения: процессы и символы [М]. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2008. 174 с.

6. Ли Юэмэй, Ли Минцзянь. Исследование проблем и контрмер по защите нематериального культурного наследия в новую эпоху [N]. Шаньсийская научно-техническая газета, 2022. №03. С. 24-29.
7. ЛюХунся. О стратегии в Цзяоцзуо по сохранению нематериального культурного наследия и развитию туризма [J]. Обзор туризма, 2022. №06 (часть 2). С. 5-13.
8. Сюй Цзин. О защите нематериального культурного наследия Китая в контексте глобализации [J]. Молодость, 2022. №01. С. 15-17.
9. Чжун Фулан. Фольклорная коммуникация [M]. Шанхай: Шанхайское культурное издательство, 2007. 441с.
10. Цзя Лежун. Интернет и китайские онлайн-СМИ. - Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. - 122 с.
11. Цуй Юн. Образы Китая и России в межкультурной коммуникации. - Комсомольск-на-Амуре, 2011. - 127 с.
12. Чэн Цянь, Линг Супэй. Анализ характеристик пространственного распределения и факторов влияния нематериального культурного наследия в Китае [J]. Молодость, 2021. № 10. С. 40-46.
13. ХуанЯньцюань. Развитие защитного туризма и исследование нематериального культурного наследия этнических меньшинств в Гуанси. [J]. Новый шелковый путь, 2017. № 12. С. 22-24.
14. Ян Цайпин. Исследование взаимосвязи между охраной нематериального культурного наследия и культурным взаимодействием на площади [J]. Журнал культуры, 2022. № 01. С. 11-18.
15. Ян Цзинбан. Краткое обсуждение охраны нематериального культурного наследия и наследия традиционной китайской культуры [J]. Индустрия культуры, 2022. № 10. С. 7-13.
16. Л. Бредихина, О. Шишко. Мифология медиа. - Москва: Новое литературное обозрение, 2013. - 459 с.

### *References*

1. Alikberova A. R. Russian-Chinese relations in the field of culture and education. - Kazan, 2014. - 214 p.
2. Wang Wenzhang. General information about intangible cultural heritage [M]. Beijing: Culture and Art Publishing House, 2006. 464 p.

3. Guo Qingguang. Communication course [M]. Beijing: China Renmin University Press, 2011. 275 p.
4. Ge Jingjing. Analysis of the difficulties of preserving the heritage of intangible cultural heritage in the new era [J]. Shenhua, 2022. No. 08 (Part 2). pp. 75-82.
5. John Fex. An introduction to diffusion research: Processes and Symbols [M]. Beijing: Beijing University Press, 2008. 174 p.
6. Li Yuemei, Li Mingjian. Study of problems and countermeasures for the protection of intangible cultural heritage in the new era [N]. Shanxi Scientific and Technical Newspaper, 2022. No. 03. pp. 24-29.
7. Liu Hongxia. About the strategy in Jiaozuo for the preservation of intangible cultural heritage and the development of tourism [J]. Tourism Review, 2022. No. 06 (part 2). pp. 5-13.
8. Xu Ching. On the protection of China's intangible cultural heritage in the context of globalization [J]. Molodist, 2022. No. 01. pp. 15-17.
9. Zhong Fulan. Folklore communication [M]. Shanghai: Shanghai Cultural Publishing House, 2007. 441 p.
10. Jia Lezhong. Internet and Chinese online media. - Moscow: Publishing House of Moscow. un-ta, 2004. - 122 p.
11. Cui Yong. Images of China and Russia in intercultural communication. - Komsomolsk-on-Amur, 2011. - 127 p.
12. Cheng Qian, Ling Supei. Analysis of spatial distribution characteristics and influence factors of intangible cultural heritage in China [J]. Molodist, 2021. No. 10. pp. 40-46.
13. Huang Yanquan. Developing Protective Tourism and Exploring the Intangible Cultural Heritage of Ethnic Minorities in Guangxi. [J]. New Silk Road, 2017. No. 12, pp. 22-24.
14. Yang Caiping. Study of the relationship between the protection of intangible cultural heritage and cultural interaction in the area [J]. Journal of Culture, 2022. No. 01. pp. 11-18.
15. Yang Jingbang. A Brief Discussion on the Protection of Intangible Cultural Heritage and the Heritage of Traditional Chinese Culture [J]. Industry of Culture, 2022. No. 10, pp. 7-13.
16. L. Bredikhina, O. Shishko. Media mythology. - Moscow: New Literary Review, 2013. - 459 p.

### ДАнные ОБ АВТОРАХ

**Люй Дань**, мастер, преподаватель

*Хэйхэский университет*

*Хэйхэ, провинция Хэйлунцзян, 164300, Китай*

*17342835@qq.com*

**Фу Хунтао**, магистр, доцент, заместитель декана

*Харбинский университет*

*Хуаде, Харбин, провинция Хэйлунцзян, 150025, Китай*

*17245639@qq.com*

**Ву Хао**, мастер, преподаватель

*Хэйхэский университет*

*Хэйхэ, провинция Хэйлунцзян, 164300, Китай*

*16324578@qq.com*

### DATA ABOUT THE AUTHORS

**Ly Dan**, Master, Lecturer

*Heihe University*

*Heihe City, Heilongjiang Province, 164300, China*

*17342835@qq.com*

**Fu Hongtao**, Master, Associate Professor, Associate Dean

*Harbin Huade University*

*Harbin City, Heilongjiang Province, 150025, China*

*17245639@qq.com*

**Wu Hao**, Master, Lecturer

*Heihe University*

*Heihe City, Heilongjiang Province, 164300, China*

*16324578@qq.com*

Поступила 01.12.2022

После рецензирования 18.12.2022

Принята 25.12.2022

Received 01.12.2022

Revised 18.12.2022

Accepted 25.12.2022