

ПЕРЕДАЧА И РАСПРОСТРАНЕНИЕ: КОММУНИКАЦИЯ КИТАЙСКИХ КУЛЬТУРНЫХ СИМВОЛОВ В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ГАО ЧАОМЭН

аспирант

Забайкальский государственный университет

г. Чита, Россия

Китайские культурные символы являются значимым символом китайской цивилизации и культуры. Социальные сети изменили область распространения этих символов, а такие платформы, как WeChat, Weibo и Douyin, предоставили новые возможности для распространения. Эффективное использование социальных сетей для интерпретации и распространения китайских культурных символов современным способом поможет укрепить общие китайские культурные символы и национальный имидж, а также сыграет свою роль в руководстве ценностью построения сильного чувства национального сообщества. Чтобы построить путь распространения китайских культурных символов в эпоху социальных сетей, необходимо прояснить политическое направление распространения, подчеркнуть доминирующее положение основных СМИ и сыграть важную роль социальной рекламы.

Ключевые слова: китайская культура, китайские культурные символы, социальные медиа, культурная коммуникация, культурная идентичность, сознание китайского национального сообщества.

Символы и образы являются важными инструментами общения в человеческом обществе. Они несут информацию и консенсус. Культурные символы являются средством социального взаимодействия, способствующим общению и сотрудничеству между отдельными людьми и социальными группами. Китайские культурные символы являются воплощением духовного мира китайской нации [3], культурного богатства, разделяемого всеми этническими группами, и они показывают образ и стремление к ценностям китайской нации. Они являются символами чувства общности китайской нации и основой для наследия и инноваций китайской культуры.

1. Многомерная передача: коммуникация китайских культурных символов в эпоху социальных сетей.

Культурное производство и коммуникация опираются на символы, которые играют связующую роль в общественной жизни, в то время как способ, масштаб и эффект культурной коммуникации ограничены социальными условиями и постоянно меняются с социальными изменениями и технологической эволюцией [4]. В эпоху социальных сетей такие платформы, как WeChat, Weibo и Douyin, стали важными носителями культурной коммуникации, придавая новый импульс

распространению китайских культурных символов и демонстрируя характеристики многомерной передачи. Социальные сети не только создали новую область культурной коммуникации, но и способствовали широкому применению символов в качестве основного элемента культурной коммуникации, что оказывает глубокое влияние на психологию и поведение социальных индивидов и формирует их социальность и субъективность. Как неизбежный результат развития медиатехнологий, социальные сети изменили способ социального взаимодействия и культурной коммуникации и построили новую картину распространения китайских культурных символов. Расширение возможностей науки и технологий позволило социальным сетям широко проникнуть во все сферы общества, придав новый импульс общению, обмену и интеграции людей всех этнических групп. Они не только стали важным носителем распространения китайских культурных символов, но и сыграли ключевую роль в формировании сильного чувства общности для китайской нации и содействии национальному единству и прогрессу.

2. Культурная идентичность: ценность коммуникации китайских культурных символов в эпоху социальных сетей.

В эпоху социальных сетей нам необходи-

мо использовать социальные сети для распространения и демонстрации китайских культурных символов, которые являются сплоченными, вдохновляющими и привлекательными, чтобы они могли стать эмоциональным убежищем и духовным тотемом людей всех этнических групп, тем самым достигая культурной идентичности [1]. Как духовный продукт, сформированный членами сообщества в социальной жизни, культурные символы отражают социальные атрибуты людей и являются важным носителем для продвижения культурной осведомленности и культурного наследия среди членов общества. Китайские культурные символы олицетворяют культурную идентичность людей всех этнических групп. В социальной коммуникации и культурном взаимодействии дети всех этнических групп осаждали культурные гены китайской нации, продолжали общую духовную родословную и постоянно наследовали и распространяли ее в общении, обменах и интеграции. Столкнувшись с новой ситуацией в эпоху социальных сетей, социальные сети используют передовые технологии для расширения возможностей распространения китайских культурных символов, позволяя людям всех этнических групп объединяться в сообщество, эффективно передавать ценностную окраску китайских культурных символов и содействовать признанию и распространению ценностей китайской культуры.

3. Обмен ценностями: стратегии коммуникации для китайских культурных символов в эпоху социальных сетей

Китайские культурные символы являются воплощением духовной родины китайской нации, несут в себе глубокую культурную идентичность и эмоциональную принадлежность. Они включают в себя как осязаемые объекты, такие как река Янцзы и Хуанхэ, так и абстрактные концепции, такие как Инь-Ян багуа. В контексте новой эпохи распространение китайских культурных символов тре-

бует стратегии и мастерства, принимая социальные сети как важный «тренд» для распространения и выстраивая путь распространения, отвечающий потребностям времени [2]. Социальные платформы, такие как WeChat, Weibo и Douyin, предоставляют широкое пространство для распространения китайских культурных символов. Мы должны использовать эти платформы с открытым умом, в полной мере использовать их, внедрять инновационные методы распространения, формировать образ китайской нации и выковывать сильное чувство общности для китайской нации.

Заключение. Китайская культура несет в себе уникальные качества китайской нации. Наследование ее является не только продолжением национального духа, но и эффективным способом продемонстрировать национальный образ и передать культурные ценности. На пересечении современного строительства и исторического наследия особенно важно подчеркнуть общие китайские культурные символы. Это связано не только с будущим строительства современной цивилизации китайской нации, но и отражает символическую производительность страны, коммуникационную силу и культурное творчество. Культурное наследие новой эпохи требует современной интерпретации и инновационной коммуникации. Особенно в эпоху социальных сетей творческое использование таких платформ, как WeChat, Weibo и Douyin, может расширить путь коммуникации китайских культурных символов, усилить обмен ценностями, способствовать инновационному развитию превосходной традиционной культуры и помочь построить социалистическую культуру с китайской спецификой. Благодаря расширению прав и возможностей социальных сетей люди всех этнических групп могут совместно строить общий духовный дом, формировать сильное чувство общности для китайской нации и способствовать наследию и процветанию китайской культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кэри Дж. У. Коммуникация как культура [М]. Пер. с англ. Дин Вэй. – Пекин: издательство Huaxia, 2005. – С. 28.
2. Отдел работы единого фронта Центрального комитета КПК, Государственная комиссия по делам национальностей. Учебное пособие для Центральной конференции по работе с национальностями [М]. – Пекин: издательство Minzu, 2022. – С. 98.

3. Си Цзиньпин Высоко нести великое знамя социализма с китайской спецификой и сообща строить современную социалистическую страну всесторонним образом: доклад на XX Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая [М]. – Пекин: Народное издательство, 2022. – С. 45.
4. Шрамм У., Портер У. Введение в коммуникацию [М]. Пер. с англ. Хэ Даокуань. – Пекин: China Renmin University Press, 2010. – С. 46.

TRANSMISSION AND DISSEMINATION: THE COMMUNICATION OF CHINESE CULTURAL SYMBOLS IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA

GAO CHAOMEN
postgraduate student
Transbaikal State University
Chita, Russia

Chinese cultural symbols are a significant symbol of Chinese civilisation and culture. Social media has changed the scope of dissemination of these symbols, and platforms such as WeChat, Weibo and Douyin have provided new opportunities for dissemination. Effectively using social media to interpret and disseminate Chinese cultural symbols in a modern way will help strengthen the common Chinese cultural symbols and national image, and play a role in guiding the value of building a strong sense of national community. In order to construct the way of disseminating Chinese cultural symbols in the era of social media, it is necessary to clarify the political direction of dissemination, emphasise the pre-dominant position of mainstream media and play an important role of social advertising.

Keywords: Chinese culture, Chinese cultural symbols, social media, cultural communication, cultural identity, Chinese national community consciousness.