

пия и возведения птицефабрики в Алматинской области, расширения сотрудничества в космической сфере.

В ходе встречи двух президентов обсуждался вопрос об объединении усилий против распространения исламофобии, ассоциирования ислама с терроризмом и джихадом, тесное сотрудничество в борьбе против терроризма и экстремизма, других видов преступлений. В этом контексте казахстанская сторона предложила использовать платформу Съезда лидеров мировых и традиционных религий

в качестве мероприятия, направленного на сохранение единства мусульманских государств, демонстрацию толерантности и миролюбия религии.

Перед отъездом президент Египта в интервью СМИ отметил 4 главных направления сотрудничества с Казахстаном - торговля, сельское хозяйство, туризм и сфера образования. И добавил: «Это не означает, что мы не намерены развивать сотрудничество с Казахстаном в других отраслях. У наших стран много общего. Особенно, я уверен, что сотрудничество наших

стран в борьбе с терроризмом станет мировым примером духовной гармоничности в исламском мире»¹⁷.

Таким образом, первый официальный визит нового египетского президента ас-Сиси в Астану придал позитивный импульс дальнейшему сотрудничеству Республики Казахстан с Арабской Республикой Египет, и сегодня мы можем говорить о новом этапе развития отношений между обоими государствами.

¹ См.: Токаев К.К. Дипломатия Республики Казахстан. Астана, Елорда. 2001.

² Египет поддерживает Казахстан - <http://www.apn.kz/news/print6856.html>

³ http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30140550

⁴ Арын Берик. От Бейбарса до наших дней - https://i-news.kz/news/2012/03/07/6327732-ot_beibarsa_do_nashih_dnei.html

⁵ Архив Президента РК. Ф. 75-н, оп. 1, д. 3438, л. 5.

⁶ [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D1%83%D1%80_\(%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D1%83%D1%80_(%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82)

⁷ Египетский университет исламской культуры «Нур-Мубарак» изменил название на Казахско-египетский исламский университет «Нур» - <http://www.inform.kz/chn/article/2512842>

⁸ Архив Президента РК., д. 517, л. 4-7.

⁹ Там же, д. 2715, л. 110.

¹⁰ О чем договорились Казахстан и Египет - http://tengrinews.kz/kazakhstan_news/o-chem-dogovorilis-kazakhstan-i-egipet-289779/

¹¹ Там же.

¹² Там же.

¹³ Там же.

¹⁴ Казахстан и Египет обсудили сотрудничество в сфере здравоохранения - <http://newtimes.kz/obshestvo/item/16874-kazakhstan-i-egipet-obsudili-sotrudnichestvo-v-sfere-zdravookhraneniya>

¹⁵ О чем договорились Казахстан и Египет...

¹⁶ Назарбаев: Казахстан и Египет начали переговоры по мирному атому - <http://ria.ru/world/20160226/1380838468.html#ixzz421FTQ3aQ>

¹⁷ Нурсултан Назарбаев: Казахстан и Египет объединятся в борьбе с исламофобией - <http://informburo.kz/novosti/nursultan-nazarbaev-kazakhstan-i-egipet-obedinyatsya-v-borbe-s-islamofobiey.html>

Трибуна соискателя

«НОВЫЕ КИТАЙЦЫ» В НОВОМ КИТАЕ

ПЕРЕМЕНИ В МОРАЛИ И НРАВСТВЕННОСТИ В ПОДНЕБЕСНОЙ В XXI ВЕКЕ

С.Ю. ГОРБАЧЁВА

Аспирантка

Университет международного бизнеса и экономики (Пекин)

Ключевые слова: Китай, нравственные ценности, модернизация, общество, культура

Китай уже 30 с лишним лет находится на пути «реформ и открытости». И хотя этот путь официально называется «путём успеха и процветания китайской нации», тем не менее, гражданам страны приходится расплачиваться за грандиозные экономические преобразования новыми вызовами в виде упадка нравов общества, перед которым открылись невиданные доселе возможности.

«Главное различие в духовных основах цивилизаций Запада и Востока таково: западный человек охвачен жадой материальных благ, а человек восточный полностью поглощён проблемой межлических связей; первый получает удовлетворение в процессе завоевания, второй испытывает счастье от любви и эмоциональной близости, возникающей между людьми», - так в 1995 г. писал китайский литератор Ван Сяобо (*Wang Xiaobo*) в своём эссе «Чем отличается счастье Востока от счастья Запада», размышляя над пониманием счастья в восточной и западной культурах¹.

Что же мы видим сейчас? Существенно ли отличаются по своим морально-этическим установкам граждане западных и восточных стран сегодня? И почему нынешнее руководство Китая проявляет все больший интерес к морально-нравственному воспитанию своих граждан?

КАКОВ ОН - СОВРЕМЕННЫЙ КИТАЕЦ?

Исходя из моих личных наблюдений и непосредственного общения с китайской молодёжью, хочу отметить, что, несмотря на всё ещё подчёркнутое внимание к межлическим связям (т.н. концепция «гуаньси*»), ситуация в корне изменилась. Перефразируя слова Ван Сяобо, можно сказать, что современный китаец охвачен жадой материальных благ и получает удовлетворение в процессе завоевания этих благ, подкреплённого и опирающегося на прочные межлические связи.

Конфуцианская культура, веками проповедующая идею скромности и послушания, на практике, в кругах современной образованной молодёжи, отражения не находит. Выросшие в новых экономических условиях, молодые люди уже не стесняются демонстрировать свою состоятельность и всячески стремятся подчеркнуть свою статусность.

По моим наблюдениям, обычно это выражается в следующем: обладание дорогими иномарками, шопингом в европейских столицах, дорогим отдыхом и потреблением товаров класса «люкс». Несмотря на попытки китайского руководства всячески поощрять потребление изделий отечественной промышленности, многие из которых, к слову сказать, отличаются хорошим качеством, тем не менее, в глазах современной молодёжи они всё равно менее желанны и престижны, чем зарубежные товары известных брендов.

В качестве примера можно привести известную на китайском рынке марку сотового телефона «Сяоми» (*Xiaomi*), которая успела зарекомендовать себя в качестве отличного продукта сотовой связи. Несмотря на хорошую репутацию компании, самым популярным телефоном по-прежнему остаётся «Айфон» (iPhone), который один из пользователей сети Интернет сравнивает с не-

мецким автомобилем «Ауди», тогда как китайский телефон приравнивает к японской «Сузуки Альто».

Другой яркой иллюстрацией, демонстрирующей отклонение от традиционной системы ценностей китайцев, служит известная на всю страну фраза: «Лучше плакать, сидя в BMW, чем смеяться, сидя на велосипеде». Она прозвучала из уст китайской девушки на одном из популярных телешоу по подбору пар. Мы видим, что в результате бурного экономического развития в обществе стал возникать определённый «перекос ценностей»: на первый план вышли эгоизм и желание любой ценой добиться успеха.

Теперь, чтобы выжить в новых экономических условиях, вчерашние студенты в поисках работы руководствуются, прежде всего, размером заработка, что заставляет их в непростых конкурентных условиях заниматься саморазвитием^{**}, направлять максимум усилий на поддержание своей конкурентоспособности. Так, мой знакомый, работающий в китайском банке менеджером, при вполне достойной заработной плате, говорил: «Мне бы получить ещё ученую степень PhD: в Китае, имеющие её, пользуются особым почётом и уважением».

Всё возрастающий интерес китайской молодёжи к западной культуре, главной составляющей которой является принцип индивидуализма, а не коллективизма (как это принято в восточной традиции), также служит катализатором «тектонических сдвигов» в моральном образе современного человека. Кроме этого, молодёжь зачастую попадает под влияние таких отрицательных веяний, как меркантилизм и гедонизм².

НАВСТВЕННОСТЬ - ПРЕДМЕТ ОСОБОЙ ЗАБОТЫ ВЛАСТИ

Дело воспитания высокой нравственности и твердых моральных основ как у рядовых китайцев, так и руководителей разного уровня - важная составная часть государственной политики в Китае. По мнению КПК, единение и сплочённость китайской нации должны выражаться в патриотизме, любви к своему народу, а также любви к труду и науке³.

В 1998 г. по инициативе председателя КНР Цзян Цзэминя в структуре ЦК КПК была создана «руководящая группа по строительству духовной культуры»⁴. Её основные задачи - формирование новых ценностных установок, ядро которых - социализм и воспитание патриотического духа у граждан.

Одно из важных направлений в решении этой задачи - идейное воспитание, что нашло отражение в «Программе укрепления норм гражданской морали (гунминь дао дэ)»⁵, которая была принята накануне XVI съезда КПК, проходившего в ноябре 2002 г. Программа включает 40 пунктов, боль-

* Китайцы придают большое значение общественным отношениям и межлическим связям. Считается, что чем больше у тебя знакомых, тем быстрее и проще решать дела (прим. авт.).

** Имеется в виду посещение всевозможных тренингов и курсов повышения квалификации, получение дополнительного профессионального образования (прим. авт.).

шинство из которых перекликается с конфуцианскими ценностями. Так, утверждается, что семья - это первоначальное место, где ребёнок получает основы и уроки нравственности. Как отмечает российский исследователь А.В.Аллаберт, в китайском обществе «...с древности укоренилось мнение, что обладание морально-нравственными добродетелями определяет и историческое развитие, и все стороны жизни общества, делая мораль всепроникающей»⁶.

Озабоченность китайских политиков вопросом ценностных установок современной молодёжи не случайна. Несмотря на активную работу по духовно-нравственному воспитанию, в китайской прессе всё чаще можно встретить тревожные публикации, в которых утверждается, что общество морально деградирует, становится все более равнодушным к чужим бедам.

В этом отношении примечательна статья «*How can I be proud of my China if we are a nation of 1.4bn cold hearts*», опубликованная в английской «Гардиан», автор которой - Чжан Лицзя, китайская журналистка и общественный деятель, в прошлом фабричный работник⁷.

В ней описываются случаи проявления равнодушия китайских граждан по отношению к своим соотечественникам, когда те оказываются в трудной ситуации. Чжан Лицзя считает, что одна из причин - получившая распространение модель поведения, которую можно охарактеризовать как «не совать нос в чужой вопрос». Взаимодействие людей ограничивается только сферой своих «гуаньси» (отношений), они проявляют «добрый настрой» только к тем, кто входит в круг их «доверенных лиц»; другие же, особенно незнакомцы, вызывают подозрение и неприятие.

Чжан Лицзя отмечает, что помогать незнакомым людям в Китае стало попросту опасно. Ведь зачастую под видом пострадавшего или нуждающегося в помощи человека может оказаться мошенник, который на глазах собравшихся прохожих обвинит вас в неблагоприятном поступке, которого вы не совершали*.

Кстати, несмотря на положительное, в целом, отношение местного населения к иностранцам в Пекине, бывали моменты, когда и ко мне никто не подходил и не проявлял участия. Так было даже в китайской больнице, хотя у меня были все признаки недомогания и плохого самочувствия.

Сегодня молодые китайцы мало чем отличаются от поколения, родившегося в 1970-е гг. Я нашла следующие строки одного из представителей того поколения: «Мы быстро приняли коммерческую культуру, сформировавшуюся в конце 1980-х как доминирующую в обществе. По её критериям уровень реализации ценности человека зависит от того, чем он владеет, от его богатства. Мы считаем, что это понятный, простой и удобный критерий. В рыночной культуре отношения между людьми должны регулироваться на основе ин-

тересов. Обстоятельства мы оцениваем по шкале эффективности, а не нравственности и духовности. Добро то, что способствует повышению эффективности»⁸.

Право слово, откровеннее не скажешь...

В ПОГОНЕ ЗА МАТЕРИАЛЬНЫМИ БЛАГАМИ

Роскошь, богатство и деньги становятся новыми ориентирами, постепенно вытесняя традиционную склонность к бережливости. Это выражается в растущем желании состоятельных китайцев покупать дорогие квартиры, машины, модную одежду.

Как отмечает американский профессор, специалист по Китаю Карл Герт в своей книге «Куда пойдёт Китай, туда пойдёт мир: как китайские потребители меняют правила игры», зарождение консюмеризма в Китае началось с 1900 г., сопровождалось распространением массовых товаров, их рекламы, и их обсуждением в газетах⁹. Таким образом, можно утверждать, что «рычагами» формирования «новых ценностей» в Китае становятся СМИ, реклама и экономический прогресс.

Раньше, в начале XX в., зажиточный китаец - это человек, в чьём распоряжении находились лампочки накаливания и электрический вентилятор, а при Мао Цзэду в этот набор вошли часы, радио, велосипед и швейная машинка. В 1980-е - 1990-е гг. показателем статуса уже стали телевизор, фотоаппарат, кассетный магнитофон, холодильник, стиральная машина и электрический вентилятор¹⁰.

Со временем аппетиты китайского потребителя только возрастали. Теперь показателями высокого статуса стали не только вещи, но и «невидимые блага»: хорошее образование (правда, стоит отметить, что образование в Китае всегда ценилось высоко, и с годами эта ценность только росла), возможность путешествовать. Словом, перед китайцами открылись возможности и перспективы, которыми они раньше не обладали.

Как оказалось, и у потребления предметов роскоши в Китае есть своя «китайская специфика»¹¹. Во-первых, она выражается в т.н. «феномене объединения» (*zhadui er*). Традиционно предметы роскоши делят на 6 категорий: предметы искусства; средства передвижения (машины, яхты, самолёты); одежда, духи, украшения и различного рода аксессуары (например, часы или сумки); высококомфортабельные путешествия; высококлассные апартаменты и загородные дома; и, наконец, продукты питания. Однако в Китае предметами роскоши, в основном, считаются одежда, украшения, духи и часы.

Квартиры и машины не воспринимаются китайцами как что-то роскошное по простой причине: это то, что каждый должен иметь. В современном обществе довольно сильны представления о том, что для женитьбы необходимо наличие у жениха и квартиры, и машины (фактически, в обязательном порядке). Если у мужчины этого нет, он считается не самым удачным вариантом для создания семьи.

Во-вторых, потребление товаров роскоши про-

* Широко известно «Дело Пэн Ю из Нанкина» (2006 г.). Пэн Ю отвёз упавшую женщину в больницу, а она обвинила его в том, что это он стал причиной её падения, и потребовала денежную компенсацию (прим. авт.).

является в таком явлении, как «жить не по средствам» (*wei fu xian she*), т.е. когда безумно хочется купить какую-то вещь, но денег недостаточно. В таком случае китайцы покупают товары класса люкс в сезон скидок. Мой знакомый любил хвастаться кожаными ботинками одного из французских брендов, доставшимися ему с хорошей скидкой во время путешествия в Париж. И хотя это были не самые красивые ботинки, то, что они приобретены во Франции, делало их «самыми лучшими и модными».

В-третьих, характерна тенденция «омоложения» (*nianqing hua*) потребителей товаров роскоши. Обычно принято считать, что обладающие определённым состоянием - это люди в возрасте от 40 до 60 лет. Именно они способны потреблять «люксовые» товары. Однако если обратиться к структуре потребителей в Китае, оказывается, что основная их доля приходится на возраст до 45 лет, в частности, на группу в возрасте от 18 до 34 лет¹².

«Китайская специфика» потребления предметов роскоши также сводится к явлению «подарков» (*lipin hua*). Предметы роскоши становятся средством вознаграждения чиновников за какие-либо услуги. Таким образом, чиновничий аппарат превращается в своего рода потенциально огромный рынок потребления «брендовой» продукции¹³.

Сегодня Китай занимает 1-е место в мире по потреблению люксовых изделий¹⁴. Напрашивается вывод о том, что для китайцев покупка предметов роскоши выражается не только в желании обладать ими, но и становится показателем определённого статуса человека, индикатором успеха. Это прямым образом отражается на концепции «лица»¹⁵, когда репутация человека перестаёт быть отражением его внутренних качеств, заслуг и достоинств, но формируется из внешней атрибутики.

Трансляция всевозможных телевизионных шоу, развлекательных передач по подбору невест и женихов, где основным критерием становится сумма дохода потенциального избранника, негативно сказывается на формировании нравственности общества. Для снижения негативного влияния СМИ на общественное сознание правительство предприняло ряд шагов по усилению контроля за информацией¹⁶, а также решило сократить число радио- и телевизионных передач, нравственно разлагающих молодых людей, внушающих им «неправильные поведенческие модели».

Руководители КНР понимают, что информационное пространство - мощный инструмент, активно воздействующий на население, а потому направили его в положительное, по их мнению, русло. Активно пропагандируется традиционная культура, ограничивается прокат иностранных фильмов, ежегодно снимаются исторические картины, усиливается патриотическое воспитание молодёжи посредством активной социальной рекламы.

* * *

В заключение, исходя из моих наблюдений за жизнью китайской молодёжи и общества в целом, следует отметить, что на долю граждан сегодняшнего Китая действительно выпало испытание «огнём, водой и медными трубами» в лице западных ценностей. Становится очевидно, что сейчас в КНР происходит формирование совершенно нового общества.

Современные дети, повзрослев, уже не будут похожи на своих родителей, бабушек и дедушек, на поколения, которые ещё руководствовались ранее принятыми в китайском обществе нормами морали. Конфуций с его изречениями для них уже не более чем седовласый персонаж из сказки или мифологический герой со страниц школьных учебников. У современной китайской молодёжи свои кумиры и свои нравственные ориентиры.

¹ Китайские метаморфозы: современная китайская художественная проза и эссеистика. М., Восточная литература. 2007. С. 472.

² Циньяньжэнь цзячжигуань бьяньхуада цидянь сыкао (Некоторые размышления об изменениях в системе ценностей молодёжи) - <http://www.sdyl.gov.cn/webs/NewsView.aspx?id=bd1e997b-53be-476c-ac4d-dc5ce68a22ae> (25.01.2016)

³ Гуньминь даода цэньшэ шиши ганяо (Программа укрепления норм гражданской морали) - <http://www.people.com.cn/GB/shizheng/16/20011024/589496.html>

⁴ Аллаберт А.В. Место конфуцианства в модернизации Китая (конец XX - начало XXI века). М., ИДВ РАН. 2008. С. 133. (Allabert A.V. 2008. Mesto konfutsianstva v modernizatsii Kitaya (konets XX - nachalo XXI veka.)) (in Russian)

⁵ Гуньминь даода цэньшэ шиши ганяо... (12.9.2015)

⁶ Цит. по: Аллаберт А.В. Указ. соч. С. 152.

⁷ Lijia Zhang. How can I be proud of my China if we are a nation of 1.4bn cold hearts? // The Guardian - <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/oct/22/china-nation-cold-hearts>

⁸ Цит. по: КНР: духовный мир поколения реформ (Сб. ст. кит. авт.). М., 2006.

⁹ Герт К. Куда пойдёт Китай, туда пойдёт мир: как китайские потребители меняют правила игры. М., Юнайтед Пресс, 2011. С. 23.

¹⁰ Там же.

¹¹ Шэчипинь сяофэй цзаой «чжунго тэсэ». «Мяньцзи» гуаньянь чжи куосаньсин сяоин (Потребление предметов роскоши с «китайской спецификой». Широкое распространение «концепции лица») - http://news.jcrb.com/jxsw/201112/t20111209_769185.html (15.9.2015)

¹² Там же.

¹³ Там же.

¹⁴ The New York Times - http://www.nytimes.com/2016/04/05/fashion/china-luxury-goods-retail.html?_r=0

¹⁵ «Лицо» - репутация человека. Данная концепция восходит к конфуцианской этике (прим. авт.).

¹⁶ На сайте Министерства промышленности и информатизации КНР, в ведомстве которого находится регулирование интернета, теле- и радиовещания, а также производство контента и софта, опубликован документ от 14 февраля 2016 г., где прописаны положения о кибербезопасности (прим. авт.).