



От консюмеризма к экологичному потреблению: истоки и тенденции трансформационных процессов в современной китайской культуре

А. В. Челнокова-Щейка

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
annie.che.89@mail.ru*

Аннотация. Стремительное экономическое развитие КНР неразрывно связано с ростом потребления и существованием различных форм консюмеризма. Несмотря на то что чрезмерное потребление по-прежнему сильно распространено, можно увидеть предпосылки к изменению ситуации. В статье рассматриваются новые тенденции в трансформации потребительских ценностей в контексте взаимодействия традиционной, официальной и молодежной культуры.

Ключевые слова: консюмеризм, потребительские ценности, трансформация, бережливость, молодежная культура, экологическая цивилизация

Для цитирования: Челнокова-Щейка А. В. От консюмеризма к экологичному потреблению: истоки и тенденции трансформационных процессов в современной китайской культуре // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 11 (879). С. 166–172.

Original article

From Consumerism to Eco-Consumption: the Origins and Trends of Transformational Processes in Contemporary Chinese Culture

Anna V. Chelnokova-Siejka

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
annie.che.89@mail.ru*

Abstract. The rapid economic development in China is inextricably linked with the growth of consumption and the existence of various forms of consumerism. Despite the fact that excessive consumption is still mainstream in society, one can see the prerequisites for changes in the situation. The article considers new trends in the transformation of consumer values in the context of the interaction of traditional, official and youth culture.

Keywords: consumerism, consumer values, transformation, frugality, youth culture, ecological civilization

For citation: Chelnokova-Siejka, A. V. (2023). From consumerism to eco-consumption: the origins and trends of transformational processes in contemporary Chinese culture. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 11(879), 166–172.

ВВЕДЕНИЕ

Слово «потребление», без сомнения, может войти в список ключевых ассоциаций с эпохой 90-х и 00-х в КНР, однако лишь немногие специалисты рассматривают этот феномен не с точки зрения экономики, а с позиций радикальной перемены ценностей, которую испытала молодежь после политики реформ и открытости. Среди западных специалистов вопрос трансформации потребительских ценностей в Китае затрагивается в коллективной междисциплинарной монографии «Deep China. The Moral Life of the Person», тема консюмеризма, субкультуры лохосистов и других субгрупп, демонстрирующих различные модели потребления в молодежной среде, была затронута автором в рамках диссертационного исследования и монографии по развитию молодежной культуры после политики реформ и открытости [安娜, 2022], там же были выявлены особенности трансформации китайских ценностей в контексте взаимодействия официальной, молодежной и мейнстрим-культуры.

Устойчивое потребление (sustainable consumption, 可持续消费), под которым подразумевается «потребление, удовлетворяющее нуждам настоящего и не ставящее под угрозу способность будущих поколений обеспечивать свои собственные потребности» [Sustainable consumption, 2013, с.10] стало одним из важнейших направлений развития современных потребительских ценностей в мире. Оно привнесло в общество культуру экопотребления, которая направлена на уменьшение производства и нагрузки на окружающую среду, снижение потребления и осознанный выбор товаров в категории эко. С точки зрения индивида, ключевыми аспектами осознанного потребления являются сегрегация мусора, снижение потребления одноразовых вещей и циркулярное потребление старых, использование экологических видов транспорта, переход на экологичные материалы и продукты, рациональные покупки и др. В китайских источниках такое потребление чаще всего фигурирует как «зеленое» (绿色消费).

Современные исследования осознанного потребления в XXI веке в Китае чаще всего рассматриваются в контексте современной политической идеологии КНР и концепта экологической цивилизации, а изменения в потреблении разновозрастных групп анализируются с точки зрения экономики и маркетинга, однако для более глубокого понимания ситуации необходимо комплексное рассмотрение и того, как новые ценности транслируются «сверху» и как они возникают и проецируются на разных уровнях культур. В статье будут

рассмотрены новые тенденции в трансформации потребительских ценностей в контексте взаимодействия традиционной, официальной и молодежной культуры. Для проведения данного исследования был использован метод исторического исследования, позволивший обратиться к традициям бережливости в китайской философской мысли, метод социокультурного анализа и обобщения информации, контент-анализ информационного пространства, на основе которых были выявлены основные тенденции в трансформации потребительских ценностей.

БЕРЕЖЛИВОСТЬ В КИТАЙСКИХ ТРАДИЦИЯХ

Учитывая высокую степень наследственности ценностей в китайской культуре, прежде чем обратиться к трансформационным процессам, происходящим в настоящий момент, необходимо обозначить традиционные взгляды на потребление в китайской культуре, что позволит проследить тесную взаимосвязь традиционных ценностей и современных.

Одним из ключевых концептов китайской культуры, регулирующим этот аспект, является понятие «тянь жэнь хэ и» (天人合一) — гармонии между небом и человеком, которая, в отличие от антропоцентрических воззрений, не ставит человека выше всего, а воспринимает его как часть целого. Поскольку китайская культура является земледельческой, единство неба и человека требовало, чтобы поведение человека соответствовало «времени небес». Проявление и характеристика органической связи организмов со средой во времени формировало экологический сезонный ритм. В древнем Китае «время» (время суток, время земледелия) использовалось для выражения этого закона, который требовал, чтобы человеческая деятельность была организована рационально в соответствии с циклом четырех времен года.

Бережливые взгляды на потребление сформировались в китайской философии под действием нескольких факторов, среди которых основным было ограниченное количество пищевых ресурсов, что вынуждало простых людей быть экономными, а философов пропагандировать это как ценность в числе зажиточных чиновников, расточавших ресурсы. В «Беседах и суждениях» бережливость не раз упоминалась как ценность, к которой нужно стремиться. Например, в Главе 1 говорится: «сокращай расходы и люби людей» [Беседы и Суждения «Лунь Юй», 2011, с. 38], в Главе 7: «Расточительность – к строптивости тропа, бережливость, коль чрезмерна, то скупа. Если выбирать бы приходилось, лучше скупость, чем строптивость» [Беседы

и Суждения «Лунь Юй», 2011, с. 171]. Мэн-цзы отмечает: «Совершенно мудрый правитель должен быть внимательным, бережливым и соблюдать ритуал по отношению к подчиненным»¹. В некоторых произведениях даосской философии бережливость также выступает как ключевая ценность. Например, в «Дао Дэ Цзине» говорится, что бережливость – это одно из сокровищ и что, благодаря бережливости, можно быть щедрым, и наоборот; что «быть щедрым, забыв бережливость, ... – это верная погибель»², и критикуется расточительство: «[Н]ет большего преступления, чем потакать вожделению. Нет больше беды, чем не знать, что имеешь довольно. Нет большего порока, чем страсть к обладанию. Посему удовлетворенность знанием того, что имеешь в достатке, – вот неизбывное довольство»³. Таким образом, очевидно, что исторически бережливость занимала высокую позицию в иерархии традиционных китайских ценностей.

Проблема чрезмерного потребления и гедонизма в Китае не является новым явлением и исторически существовала в среде чиновников. Например, в главе «Высшее счастье» у Чжуан-цзы написано: «В Поднебесной ценят богатство, знатность, долголетие и добрую славу, любят покой, изысканные яства, роскошные одежды, красивые цветы и ласкающие слух звуки. Ненавидят же бедность и унижение, преждевременную смерть и дурную славу и страдают, когда нет ни покоя, ни изысканных яств, ни роскошных одежд, ни красивых цветов, ни ласкающих слух звуков. Если люди лишены всего этого, они впадают в уныние и печаль. Но нет ничего глупее, чем угождать лишь прихотям плоти!»⁴ Таким образом, можно говорить о том, что бережливые взгляды на потребление были представлены в основных древнекитайских философских течениях, а расточительство и стремление к роскошеству исторически было одной из «болезней» китайского общества.

ОТ ПОТРЕБИТЕЛЬСТВА К ЭКОПОТРЕБЛЕНИЮ

Переход к рыночной экономике после длительного периода бережливости привел Китай к необходимости смены потребительского поведения. Одним из инструментов стимуляции этих процессов стало введение символов благополучия:

в конце 70-х – это были часы, велосипед, радиоприемник и швейная машина, в 80-х – стиральная машина, холодильник и телевизор, в 90-х – кондиционер, видеомагнитофон и компьютер, с 2000-х – ими стали квартира, машина и акции. Помимо этого, появились и возможности для активного потребления: брендовые магазины, развлекательные заведения, салоны красоты, путешествия. К началу XXI века многие представители нового поколения уже не следовали традиционной сберегательной модели, а активно начали потреблять, брать кредиты, жить за счет родителей (啃老族), тратить всю зарплату до копейки каждый месяц (月光族) или раз в год (年清族), охотиться за большими брендами, не имея на то достаточно средств (辣奢族).

Большинство китайских специалистов, анализируя феномен консьюмеризма и чрезмерного потребления, отмечают влияние западных ценностей как «виновника» этой «болезни», однако это явление в Поднебесной имеет особую локальную специфику, сформировавшуюся под влиянием культурных стимуляторов, это говорит о том, что современные проблемы скорее вызваны столкновением западной и китайской модели потребления [Анна, 2022]. В настоящий момент можно отметить, что в китайском обществе сосуществуют люди с абсолютно разными потребительскими ценностями: это и те, кто придерживаются традиционной бережливой модели потребления, обусловленной в первую очередь низким материальным уровнем и прежним влиянием маоистской эпохи, и консьюмеристы, и последователи новой потребительской культуры. Последняя появилась под влиянием различных факторов. С одной стороны, это ответ на нездоровые потребительские ценности в обществе, сформировавшийся под влиянием зарубежной субкультуры. С другой стороны, Китай, следуя за новыми мировыми тенденциями, активно продвигает концепт экологической цивилизации и устойчивого развития, опираясь на ценности традиционной культуры. В конце концов, серьезную роль играет влияние экологических факторов на жизнь людей – климатические изменения, загрязнение окружающей среды, пандемия. Данные отчета по устойчивому потреблению в Китае за 2020 год показывают, что для 53,8% респондентов основной мотивацией выбора экологически и социально безопасных продуктов является «забота об окружающем мире и улучшение как окружающей среды, так и общества индивидуальными действиями». 46,2% выразили, что более устойчивое потребление позволит «следующему поколению иметь устойчивую среду обитания»⁵. По данным опроса Statista, 56% респондентов указали, что

¹ Мэн-цзы / пер. Л. И. Думана. URL: https://www.vostlit.info/ Texts/Dokumenty/China/I/Drvnikit_fil/frameset5.htm

² Дао-дэ цзин / пер. В. В. Малявина. URL: https://livimedievalclub.files.wordpress.com/2015/12/lao_czy_dao_de_czin_perevod_malyavina_v.pdf

³ URL: https://livimedievalclub.files.wordpress.com/2015/12/lao_czy_dao_de_czin_perevod_malyavina_v.pdf

⁴ Чжуан-цзы / пер. В. Малявина. URL: https://royallib.com/read/chguantszi/chguan-tszi_perevod_vv_malyavina.html#328024

⁵ URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/1ZPeO-MtOjXbfOdWvEwhpQ>

после COVID-19 они более настроены на покупку экологически чистых продуктов¹.

НОВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЦЕННОСТИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Первым ответом на потребительскую эпоху в молодежной среде стало появление в Китае лохосистов, или LOHAS, расшифровывается с английского как Lifestyles of Health and Sustainability, т. е. здоровый образ жизни и устойчивого развития. На китайском языке лохосисты обозначаются как 乐活族 (досл. 'группа людей, которая радостно живет'). Это люди, заботящиеся об окружающей среде и ищущие гармонию с природой. Представители этой субкультуры в противовес господствующим материальным ценностям ставят на первое место духовное состояние, продвигают идею здорового экопотребления и минимализма.

Субкультура LOHAS зародилась в США в 60-х гг. и в течение последних лет стала получать все более широкое распространение. Лохосизм попал в континентальный Китай через Тайвань и Японию в начале 00-х. В одной из первых статей в медиа-ресурсах на данную тему отмечается, что в 2005 г. японские дизайнеры активно воплощали этот концепт в своих коллекциях, что способствовало формированию взглядов у многих представителей молодого поколения². Китайский лохосизм также связан новым стилем в дизайне интерьеров, которые отличаются простотой и натурализмом. Представители этой субкультуры стараются придерживаться простого, экономного и здорового образа жизни, уделяют особое внимание своему духовному развитию, всячески избегают жизненного давления. С точки зрения потребления, они уделяют особое внимание вопросам окружающей среды: экономии энергии, сегрегации мусора, употреблению экопродуктов.

Лохосисты придают значение гармонии с окружающим миром и отношениям с другими людьми, что идеально вписывается в традиционные холистические представления китайцев. Ценности лохосизма во многом схожи с даосскими представлениями Чжуан-цзы. Представители этой субкультуры особенно обращают внимание на свою духовную составляющую, заполнение духовной пустоты и получения духовного удовлетворения. Материальные блага, по мнению лохосистов, приносят лишь кратковременный эффект, в то время, и для большего удовлетворения будут требоваться

все большие материальные блага. Традиционные представления китайцев «тянь жэнь хэ и» (о единстве природы и человека) или единства Неба и человека – близки к идеям о гармонии человека и окружающей среды у лохосистов. Отличия лишь состоят в том, что китайские даосы под этим концептом подразумевали природу и человека, конфуцианцы – нравственные качества, и умения быть частью семьи или общества, а лохосисты говорят о гармонии с окружающей средой, исходя из экологической ситуации, ставшей серьезным вопросом современности.

В последние несколько лет заметным стало влияние минималистического образа жизни (极简主义生活), он получил распространение в первую очередь среди приезжей образованной молодежи, живущей в больших городах и испытывающей давление от растущих цен и необходимости снимать жилье. Это течение попало в Китай из Японии и стало распространяться в социальных сетях. Для китайской молодежи следование этой философии значит простоту, снижение потребления и меньшее количество предметов в жизни. Этот недорогой образ жизни в условиях постоянной миграции, мобильности и финансового давления позволяет им копить и чувствовать себя счастливее и спокойнее. Китайские исследования на основании опросов, проведенных в ноябре 2021 – феврале 2022 показали, что в отличие от европейских минималистов китайские не критикуют потребление других, однако надеются, что их образ жизни также не будет порицаться. Кроме того, китайские респонденты считают, что потребление играет важную роль в стимуляции экономического развития. С их точки зрения, модель потребления – это индивидуальный выбор [邵文君, 陈友华, 2023].

В постпандемийную эпоху новым трендом стало появление, так называемой «циркулярной моды» (循环时尚) и «циркулярной молодежи» (循环青年), которые покупают подержанные товары желаемого качества и бренда. Данные опроса с сайта китайской молодежи «Чжунго циннянь ван» (中国青年网) говорят о том, что 72,04 % имеют ненужные вещи и 80,84 % готовы их обменять [“循环青年”: 用有限成本获得快乐的积极人生, 2023]. Этот феномен показывает готовность нового поколения гибко решать проблемы в условиях социального давления и неопределенности, а также показывает, что концепция устойчивого развития уже практикуется среди молодежи, демонстрирует спад чрезмерного потребления среди молодежи и антиконсьюмеристские настроения. Однако, если говорить о студентах, то такой подход к бережливости вызван скорее ограниченностью материальных ресурсов и рациональным удовлетворением

¹ URL: <https://fashionchinaagency.com/sustainable-fashion-in-china-what-are-the-challenges-and-opportunities-for-brands/>

² 敞进. 中国的乐活族在哪里 // 三联生活周刊. 2006年11月3日. URL: <http://www.lifeweek.com.cn/2006/1103/16770.shtml>

своих потребностей в рамках возможностей, кроме того, представители «циркулярной» молодежи не считают себя борцами за охрану окружающей среды. Тем не менее данные отчета социальной платформы Xiaohongshu говорят о том, что молодые китайцы стали более активны во вторичном потреблении – посты под хэштегом «утилизация неиспользованных вещей» выросли на 814% в 2022 году¹.

Постепенный переход к культуре экологичного потребления также означает дальнейшее развитие новых рынков: дизайн одежды из вторсырья, дизайн изделий из натуральных материалов, эко-продукты без добавок и др. Огромную роль в распространении новых потребительских ценностей и экологической культуры играют лидеры общественного мнения (KOL), дизайнеры и селебрити, которые следуя за новыми трендами транслируют новую экоккультуру. В отчете по современным тенденциям в моде компании Дасюэ консалтинг говорится, что около 83% опрошенных выбирают при покупке одежды экологически чистые ткани². Тем не менее, даже учитывая новые тренды среди молодежи, движущей силой трансформационных процессов является концептуальная основа официальной культуры, законодательная база, позволяющая очерчивать рамки ценностных норм и различные механизмы пропаганды, фактически реализующие смену потребительского поведения у следующего поколения.

ПУТЬ К ЭКОЛОГИЧНОМУ ПОТРЕБЛЕНИЮ «СВЕРХУ»

Концепт экологической цивилизации появился на XVII съезде КПК в 2007 г., позднее в 2012 году во время XVIII съезда ЦК КПК он вошел в генеральный план развития КНР, после чего по инициативе Си Цзиньпина были приняты конкретные меры по реализации экологической цивилизации. С точки зрения смены потребительского поведения, первые шаги по борьбе с расточительством были реализованы среди чиновников: членами Политбюро ЦК КПК в декабре 2012 года были выпущены «Правила из восьми пунктов». Построение экологической цивилизации рассматривается как часть проекта по реализации великой мечты о возрождении китайской нации. Во время XIX съезда КПК

Си Цзиньпин «отметил необходимость форсировать реформу системы экологической цивилизации, построить ‘прекрасный Китай’». В этом контексте Си Цзиньпин придает особое значение возврату бережливости: «Необходимо укрепить разъяснительную деятельность и [меры] по просвещению [граждан], а также взрастить привычку экономить и сделать так, чтобы общество считало расточительство постыдным и гордилось бережливостью»³. Особая роль придается построению экологической культуры, основе которой китайцы видят гармоничное развитие природы и человека в противовес антропоцентризму, претворение культуры устойчивого развития, защиту природы и окружающей среды. На недавно прошедшем XX съезде ЦК КПК председатель Си Цзиньпин вновь обозначил важность устойчивого развития во взаимосвязи с благополучием нации и традиционными китайскими ценностями: «Китайская модернизация требует гармоничного сосуществования человека и природы. Человек и природа составляют единое жизненное сообщество. Если люди будут бесконечно брать у природы или даже наносить ей вред, то природа обязательно им за это отомстит. Мы неуклонно следуем концепции устойчивого развития, неизменно уделяем приоритетное внимание экономии ресурсов, охране и естественному восстановлению экологии, бережем природу и экологию как зеницу ока, непоколебимо идем по пути цивилизованного развития, отличающемуся развитием производства, обеспеченной жизнью населения и здоровой экологией, гарантируя устойчивое развитие китайской нации на долгие века»⁴.

В 2016 году Государственный Комитет по развитию и реформам совместно с 10 подразделениями выпустили «Руководящие рекомендации по стимулированию зеленого потребления», в котором подробно обозначили необходимость пропаганды «зеленой» модели потребления, под которой подразумевается самые разные аспекты: экономное использование воды и электроприборов, утилизация и вторичное использование одежды, отказ от меха редких животных, активное использование энергосберегающей и экопродукции, запуск кампаний, направленных против расточительства, которое включает излишнюю упаковку, транжирство в еде и чрезмерное потребление⁵ и др., что обозначило переход к активной фазе продвижения новых ценностных ориентаций на всех уровнях.

¹ The top lifestyle trends in 2023, from local communities to drinking tea. 2022. December 28. URL: <https://www.xiaohongshu.com/en/newsroom/detail/the-top-lifestyle-trends-in-2023-from-local-communities-to-drinking-tea>

² Sustainable consumption in China: Are Chinese consumers ready to ride the green wave? 2021. September, 9. URL: <https://daxueconsulting.com/sustainable-consumption-china/>

³ Си Цзиньпин призвал граждан Китая экономить еду. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/9170585>

⁴ Си Цзиньпин. Доклад на XX Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая 16 октября 2022 года. URL: <https://russian.cgtn.com/event/doc/ruSjIsd23-20221025.pdf>

⁵ URL: http://m.law-lib.com/law/law_view.asp?id=520555&page=3

Особое место новой культуре потребления занимает бережное отношение к продуктам питания. В апреле 2021 года в Китае был принят закон, направленный на борьбу с нерациональным использованием продовольствия. В рамках него в соцсетях была развернута кампания «чистых тарелок» (光盘行动). Он коснулся и деятельности ресторанов, которые стали нести материальную ответственность за излишки заказанной еды. Для реализации задач по снижению расточительства в еде, многие региональные органы власти и организации стали проводить меры по снижению потребления в ресторанах. Например, в Уханьская ассоциация предприятий общественного питания предложила ввести правило N-1, когда заказывается количество блюд равняется количеству человек минус один, а для маленьких компаний из двух-трех человек предлагаются маленькие порции.

В распространении концепта экологической цивилизации заметен особенный упор на молодежь. В 2022 году по инициативе Центрального Комитета Комсомола был открыт официальный вичат-аккаунт «Прекрасный Китай. Молодежные кампании» (美丽中国 青春行动), где публикуются статьи и проводятся онлайн-уроки, пропагандирующие идеи умеренного потребления, низкоуглеродного развития, минимализма и т. д.

В рамках проектов по продвижению «зеленого» потребления в городах активно реализовываются соответствующие условия для сегрегации мусора. На настоящий момент сегрегация мусора реализуется в 297 городах окружного уровня и выше. Одним из лозунгов, под которым проводится продвижение этого образа жизни среди детей и молодежи является «Пусть сегрегация мусора станет новой модой!» (让垃圾分类成为“新时尚”!). Для массового продвижения новой модели потребления на территориях, городские правительства выпускают анимированные ролики на видеоплатформах и в соцсетях, которые в доступной форме объясняют принципы сегрегации мусора¹.

¹ 垃圾分类 | 让垃圾分类成为新时尚. 2023年5月23日 URL: <https://v.qq.com/x/page/n3367yuay7t.html>

Таким образом, можно отметить, что с приходом к власти Си Цзиньпина заметно возвращение к традиционным ценностям бережливости, которые получили более богатое наполнение в контексте современного перехода к экологической цивилизации. Направленная пропаганда новых потребительских ценностей среди детей и молодежи с применением современных медиаинструментов будет способствовать постепенному распространению ценностей в массовой культуре.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс ценностных трансформаций является комплексным явлением происходящим в контексте взаимодействия различных уровней культуры. Первые ростки новых потребительских ценностей попали в Китай вместе с «импортной» субкультурой лохосистов, однако учитывая неготовность большей части общества к новой модели потребления, отсутствие условий для экологичного потребления, эти ценности не получили массового распространения. Однако, в постпандемийный период под влиянием экологического и политического фактора ситуация стала заметно меняться. Постепенное снижение избыточного потребления, появление минимализма, «циркулярной молодежи» и «циркулярной моды», активное многоуровневое правительственное продвижение концепта экологической цивилизации и сопутствующей ему бережливости и «зеленого потребления» – все эти явления говорят о предпосылках к трансформации ценностей. Новые ценностные ориентации, транслирующиеся официальной культурой, успешно сочетаются с ценностями традиционной культуры, существовавшей на протяжении тысячелетий, однако, учитывая, что доминирующими в китайском обществе по-прежнему являются материалистические ценности, ключевым фактором, который, будет корректировать вектор ценностных трансформаций, будет процесс эффективного взаимодействия официальной и молодежной культуры и интеграция новых ценностных ориентаций с потребностями и ожиданиями нового поколения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. 安娜. 改革开放以来都市青年文化变迁研究—以北京青年亚文化为例. 北京: 人民出版社, 2022. 278 页. = Челнокова-Щейка А. Исследование трансформаций городской молодежной культуры со времен политики реформ и открытости на примере пекинской субкультуры. (на кит.)
2. Sustainable Consumption: Stakeholder Perspectives / World Economic Forum. Geneva, 2013.
3. Беседы и Суждения «Лунь Юй» / науч. пер. А. Е. Лукьянова ; поэт. перелож. В. П. Абраменко. Учреждение Российской академии наук Институт Дальнего Востока РАН, Исследовательское общество «Тайцзи». М.: Форум, 2011.

4. 邵文君.陈友华.消费视角下极简主义者的动机与实践.中国社会科学文摘. 2023年第4期 141–142 页, 摘《青年研究》2022年6期. = Шао Вэньцзюнь, Чэнь Юхуа, Мотивация и практика минималистов с точки зрения потребления // Тезисы китайских социальных наук. 2023. № 4. С. 141–142. (на кит.)
5. “循环青年”: 用有限成本获得快乐的积极人生 // 人民数据官方账号.2023年2月23日. = «Циркулярная молодежь»: счастливая и активная жизнь с ограниченными затратами (на кит.)

REFERENCES

1. 安娜 (2022). 改革开放以来都市青年文化变迁研究—以北京青年亚文化为例.北京: 人民出版社. 278 页. = Chelnokova-Siejka, A. A Study on the Transformations of Urban Youth Culture Following the Economic Reforms: Using Beijing Youth Subcultures as an Example. (In Chinese)
2. Sustainable Consumption: Stakeholder Perspectives / World Economic Forum. Geneva, 2013.
3. Lukjanova, A. E. (ed.). (2011). Besedy i Suzhdenija“Lun’ Juj”. Poetic arrangement by V. P. Abramenko, Uchrezhdenie Rossijskoj akademii nauk Insitut Dalnego Vostoka RAN.Issledovatel'skoje odhestvo “Tajtzi”= The Confucian Analects. Moscow.: Forum. (In Russ.)
4. 邵文君.陈友华.消费视角下极简主义者的动机与实践.中国社会科学文摘. 2023年第4期 141–142 页, 摘《青年研究》2022年6期. Shao Wenjun.Chen Yuhua. The motivation and practice of minimalists from the perspective of consumption // Chinese Social Science Abstracts. 2023, 4, 141–142. (In Chinese)
5. “循环青年”: 用有限成本获得快乐的积极人生 // 人民数据官方账号. 2023年2月23日. “Circular youth”: get a happy and active life with limited cost. 2023. (In Chinese)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Челнокова-Щейка Анна Витальевна

кандидат исторических наук

доцент кафедры зарубежного регионоведения

Института международных отношений и социополитических наук

доцент кафедры лингвистики и профессиональной коммуникации Института гуманитарных и прикладных наук Московского государственного лингвистического университета.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Chelnokova-Siejka Anna Vitalievna

PhD (History)

Associate Professor at the Department of Foreign Area Studies

in the Institute of International Relations and Social and Political Sciences

Associate Professor at the Department of Linguistics and Professional Communication in the Field of

Humanitarian and Applied Sciences in the Institute of Humanitarian and Applied Sciences, Moscow State Linguistic University.

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

04.07.2023
20.08.2023
26.09.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication