
ПРИРОДА, ОБЩЕСТВО, ЧЕЛОВЕК

КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА И ИНДУСТРИЯ КИТАЯ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Цзя Сюйдун*

Едва вступив в XXI в., Китай официально объявил о формировании стратегической политики культурной индустрии. С этого времени завершилась эпоха правительственной монополии на производство культуры и началась новая эпоха сотрудничества правительства и рынка в производстве культуры. Стратегическая политика китайской культурной индустрии – это и реакция на глобализацию и рыночные реформы в Китае, и квинтэссенция практических исследований развития китайской культуры и опыта реформирования в системе культуры на протяжении более двадцати лет реформ и открытости. С появлением стратегической политики китайской культурной индустрии начались всесторонние преобразования в системе китайской культуры; открыто новое направление для пути ее развития; поставлено множество теоретических задач развития культуры, которые требуют серьезного размышления и изучения.

Ключевые слова: глобализация, китайская культурная индустрия, стратегическая политика, производство культуры.

At the beginning of the 21st Century, China announced that the new strategic policies of cultural industry had been established. This ended the era of government monopoly of cultural production and opened a completely new era of the cooperation of government and market for cultural production. The strategic policies of cultural industry of China are not only the response of globalization and market economical reforming, but also the practical exploration of Chinese cultural development and empirical crystallization of the reform of cultural system. The presence of strategic policies of cultural industry of China evokes comprehensive reforms of Chinese cultural system, opens up new directions of the way of Chinese cultural development, and poses many theoretical theses of cultural development that need to consider and research seriously.

Keywords: globalization, policies of cultural industry of China, strategic policies of cultural industry, cultural industry.

Глобализация – это логика, характерным признаком которой являются правила международной игры, а ядром – стремление к общечеловеческим ценностям и нормы поведения. В этом смысле глобализация внешне представляет собой

* Цзя Сюйдун – доктор философии (Ph.D.), научный сотрудник Центра исследований культуры при Китайской академии общественных наук (г. Пекин).

процесс формирования, распространения, ведения и непрерывного урегулирования, исправления, добавления, совершенствования правил международной игры, а внутренне в действительности представляет собой процесс постепенного достижения соглашений на основе признания и уважения различий в ходе непрерывных столкновений, конфликтов и слияния различных человеческих ценностей и норм поведения. Сейчас логика глобализации полностью игнорирует субъективные желания своих противников и уже проникла в сферу культуры, угрожая модели развития традиционной культуры человечества, и начала демонстрировать прототип новой модели. Эта новая модель развития человеческой культуры как минимум состоит из двух основных частей: первая – маркетизация производства культуры, вторая – коммерциализация культурных обменов. Логика глобализации, которая повсеместно заставляет людей тревожиться, может привести к проблеме усреднения, и сейчас посредством межправительственных совместных усилий по сохранению культурного многообразия превратилась в политическое мероприятие, в так называемое «творческое сосуществование культурного множества»¹. В то же время наблюдаются беспрецедентная многочисленность и ожесточенность культурных конфликтов и соперничества, в борьбе за права и интересы культуры вступают в схватку даже такие страны, которые близки по идеологии.

По мере активного включения Китая в процесс глобализации логика глобализации и новая тенденция развития мировой культуры под ее влиянием также оказали сильное воздействие на путь развития китайской культуры. Можно сказать, что появление политики китайской культурной индустрии – это незамедлительная реакция на данное воздействие, которая показывает и отражает позицию, политику и стратегию реагирования Китая. Некоторые ученые полагают, что «признание законности “индустрии культуры”, во-первых, означает, что оно представляет собой “разочарование” по отношению к прежней концепции современной культуры, глубокую деконструкцию старой культурной концепции периода плановой экономики, и это привело к тому, что современная культурная политика Китая получила совершенно новое основание» [Ли Хэ, Джан Сяомин 2008]. Мы согласны с этим мнением, а также попробуем в данной статье на этой основе более детально рассмотреть и всесторонне оценить политику и влияние индустрии.

Строго говоря, понятие политики китайской культурной индустрии имеет два значения. Первое значение можно сформулировать следующим образом: политика китайской культурной индустрии, в котором ключевое слово – это «политика», то есть речь идет о политике китайской культурной индустрии, или о политике культурной индустрии, которую нужно развивать Китаю. Второе значение можно сформулировать следующим образом: производственная политика китайской культуры, ключевые слова в котором – это «производственная политика», то есть речь идет о производственной политике китайской культуры, или о производственной политике культурной индустрии, которую Китай собирается развивать. Необходимо разграничивать эти два значения, так как перед ними стоят две разные задачи. Задача первого значения – «будет или не будет» Китай развивать индустрию культуры. Действующая политика отвечает утвердительно, очевидно, что результат этого решения необратим именно из-за политики, кото-

¹ Вопрос о сосуществовании культурного многообразия был выдвинут ЮНЕСКО в докладе о развитии мировой культуры в 2000 г., включая вопрос об активном и динамическом сосуществовании поликультурных групп (подробнее см.: Доклад... 2000: 34–35).

рая, кажется, не может повернуть вспять; следовательно, это «политика стратегического характера». Задача второго значения – «каким образом» Китай будет развивать индустрию культуры. Очевидно, что это задача функционального вида, соответствующая политика относится к категории экономической политики правительства. Результаты принимаемых решений относительно легко могут повернуть вспять, следовательно, это «политика функционального характера» [О различиях... 2014: 162–163]. Тема данной статьи – политика китайской культурной индустрии, здесь подразумевается не политика функционального характера, а политика стратегического характера. Будут обсуждаться именно такие вопросы, как предпосылки появления стратегической политики, теоретическое содержание и воздействие политики.

1. Формирование и предпосылки политики китайской культурной индустрии

Политика китайской культурной индустрии в качестве стратегической политики была официально выдвинута на 5-м пленуме ЦК КПК 15-го созыва в октябре 2000 г., официально утверждена на 4-й сессии ВСНП 9-го созыва в марте 2001 г., и наконец, официально сформирована на 16-м Всекитайском съезде КПК в октябре 2002 г.

В октябре 2000 г. на 5-м пленуме ЦК КПК 15-го созыва были рассмотрены «Рекомендации ЦК КПК по разработке десятого пятилетнего плана экономического и социального развития», в которых четко выдвинуты предложения о том, что нужно «способствовать сопряжению информационной индустрии и соответствующей культурной индустрии», необходимо «совершенствовать политику индустрии культуры, укреплять создание и управление культурного рынка, способствовать развитию соответствующей индустрии культуры» [Рекомендации... 2000]. Концепции «культурная индустрия» и «политика культурной индустрии» впервые появились в официальном правительственном документе, что символизирует официальное провозглашение политики китайской культурной индустрии. В марте 2001 г. на 4-й сессии ВСНП 9-го созыва были утверждены «Основные положения десятого пятилетнего плана экономического и социального развития» [Основные... 2001], в которых были приняты предложения о культурной индустрии и ее политике, сформулированные на 5-м пленуме ЦК КПК 15-го созыва. Вопрос о развитии культурной индустрии был официально включен в план экономического и социального развития, став важной составляющей генеральной стратегии по экономическому и социальному развитию, что является показателем признания и одобрения верховной властью страны политики культурной индустрии. В ноябре 2002 г. в докладе 16-го Всекитайского съезда КПК ясно указана «дихотомия» понятий *дело культуры* и *индустрия культуры*, кроме того, была четко обозначена важная идея о том, что «развитая индустрия культуры – это процветающая социалистическая культура в условиях рыночной экономики и главный путь удовлетворения потребностей в духовной культуре народных масс», и далее обозначены требования «о совершенствовании политики культурной индустрии, поддержке развития культурной индустрии, усилении мощи и конкурентоспособности всей индустрии культуры нашей страны» [Цзян Цзэминь 2002]. Это символизирует следующее: политика китайской культурной индустрии официально сформирована в качестве стратегической политики.

Дэвид Хезмондалш считает: «Политика есть не только ответная реакция на социальную культуру, экономику и техническое состояние, но и результат» [Хезмондалш 2007: 133]. Появление стратегической политики китайской культурной индустрии – это неизбежный результат усиления в роли основного духа и общей стратегии политики реформ и открытости; объективное требование и сознательный выбор развития культуры в условиях новой истории общества. В контексте величественной истории общества эпохи реформ и открытости зарождению стратегической политики китайской культурной индустрии способствовали три внутренние движущие силы:

1) Движущая сила культурного рынка, порожденная объединением предпринимательства и потребности в массовых развлечениях, освобожденных политической реформ и открытости. В 1979 г. создан первый в стране музыкальный чайный дом в гостинице «Восток» в Гуанчжоу, который считается символом расцвета культурного рынка Китая. С тех пор один за другим начали открываться караоке-бары, танцевальные залы, видеосалоны и т. д., быстро распространившись по всей стране. Этот стихийно сформировавшийся «культурный рынок», цель которого заключалась в получении прибыли, а содержание – в удовлетворении потребностей в массовых развлечениях, которые подавлялись в течение многих лет, в 1987 г. получил законный статус². В феврале 1988 г. Министерство культуры и Главное управление промышленно-торговой администрации КНР совместно опубликовали «Сообщение об усилении работы по управлению рынком культуры», в котором были прописаны четкие юридические определения и нормы. Легализация культурного рынка побудила начать бизнес все большее число предпринимателей, способствовала увеличению с каждым днем потребностей в массовых развлечениях и их непрерывному росту. Также в связи с этим культурный рынок вступил на новую ступень развития, открыл новую страницу в истории. Салоны видеоигр и печатные издания получили второе дыхание, организация частных выступлений, их организаторы и т. п. также начали возникать на культурном рынке. Нужно отметить, что в это время культурный рынок все еще был довольно примитивным, по своей основной форме это был рынок развлекательных услуг, в котором примитивные дома культуры предоставляли простые формы развлечения. Настоящие культурные продукты и рынок услуг еще не сформировались, существенная часть рынка находилась в зачаточном состоянии, большое количество высококачественных культурных источников по-прежнему контролировалось государственными организациями в сфере культуры. Но именно появление этого примитивного и элементарного культурного рынка, а затем его непрерывный рост открыли новый путь для развития китайского культурного рынка, стали движущей силой для появления стратегической политики китайской культурной индустрии.

2) Инновационная движущая сила модели существования государственных бюджетных учреждений культуры, вызванная сравнением между собой показа-

² Танцевальные залы получили правовой статус, что символизировало начало процесса легализации «культурного рынка». 9 февраля 1987 г. Министерство культуры, Министерство общественной безопасности, Главное управление промышленно-торговой администрации КНР совместно опубликовали «Сообщение об улучшении управления танцевальными мероприятиями», что означало официальное снятие запрета на проведение танцевальных вечеров, вызывавших многочисленные споры, и предоставление им правового статуса.

тельного эффекта экономической реформы и проблемы выживания, с которой столкнулась культура. Реформы в Китае начались в области экономики, страна пошла по новому пути – «деревня окружает город». На сферу культуры, столкнувшейся с проблемой выживания, удачный опыт экономических реформ оказал мощный положительный эффект, затем реформы стремительно затронули сферу культуры, вызвав инновационный бум модели существования государственных бюджетных учреждений культуры. С 1978 г. с возникновением разнообразных платных услуг, когда в Гуандуне, Гуанси и других провинциях и автономных районах начинают взимать плату за некоторые мероприятия, организованные культурными станциями общин, и до 1981 г. с возникновением многообразной «системы подрядов», когда знаменитый исполнитель пекинской оперы Чжао Янься арендовал Столичный театр пекинской оперы, начинается инновационный бум модели существования массовых бюджетных учреждений культуры, который стремительно распространяется среди театров, кинотеатров, библиотек, музеев, культурных центров и других специализированных бюджетных учреждений культуры. По статистике, в 1988 г. по всей стране сеть бюджетных учреждений культуры, предоставляющих платные услуги и мероприятия в форме «платные компенсируют бесплатные», достигла количества 11 458, чистый доход за весь год составил 1,8 млрд юаней, что было равнозначно примерно 12 % от всех выделяемых государством средств на культуру в тот год [Ма Хун и др. 1992: 36]. Жесткая структура и ограниченный бюджет привели к тому, что государственные бюджетные учреждения культуры были поставлены в безвыходное положение; чтобы выжить, они переняли удачный опыт экономических реформ в создании инновационной модели существования и прорвали закостенелую систему управления в сфере культуры, проложили путь для вхождения государственных культурных источников на культурный рынок. Инновационный метод модели существования государственных бюджетных учреждений культуры стал движущей силой появления стратегической политики китайской индустрии культуры вслед за культурным рынком.

3) Движущая сила объективной потребности в развитии культуры, созданная наложением друг на друга потребностей в регулировании структуры и в духовной культуре народа, растущей изо дня в день. В действительности уже в 1992 г. концепция «индустрия культуры» находилась в поле зрения соответствующих правительственных органов³, затем Министерство культуры в 1998 г. учредило компетентный орган – Отдел индустрии культуры, отвечающий за культурную индустрию, и вскоре должна была появиться стратегическая политика китайской культурной индустрии. Если можно сказать, что потребность народа в массовых развлечениях приоткрыла плотно закрытую дверь в китайскую культурную индустрию того времени, то, возможно, именно потребность в стратегии развития страны в целом окончательно открыла эту дверь. Когда политика реформ и открытости вступила во второе последующее десятилетие, накопленные стремительным развитием Китая нерациональные конфликты в структуре экономики обострились с каждым днем. В конце 1999 г. на Центральном рабочем совещании по вопросам экономики было четко указано, что «регулирование и оптимизация экономической структуры – это существенные мероприятия для стимулирования

³ Впервые «концепция индустрии культуры» была использована Общим отделом Канцелярии Госсовета [Ло Ган 1992].

развития экономики, повышения качества и пользы экономического роста. Регулирование экономической структуры должно стать главной точкой приложения силы в экономической работе в следующем году и в последующий период». Кроме того, было особо отмечено, что «текущее регулирование структуры экономики, с которым мы имеем дело, не носит временный или локальный характер, а является регулированием стратегического характера» [Центральное... 1999]. Именно в этом контексте в 2000 г. на 5-м пленуме ЦК КПК 15-го созыва были предложены «Рекомендации ЦК КПК по разработке десятого пятилетнего плана экономического и социального развития». Во-первых, в части, касающейся развития сферы услуг, была поставлена задача развития культурной индустрии; вот формулировка того времени: «Управление культурным досугом... и другое развитие отрасли, удовлетворение потребительского спроса, относящегося к сфере услуг». Затем в части, касающейся развития информационной индустрии, было указано: «...способствовать информационной индустрии и соответствующей культурной индустрии» [Рекомендации... 2000]. С одной стороны, государственная монополистическая форма производства культуры того времени никак не могла удовлетворить спроса в духовной культуре народных масс, растущего с каждым днем, с другой – нарастала актуальная необходимость в развитии культурной индустрии, возникшая в ходе регулирования экономической структуры. Именно эти потребности, наложенные друг на друга, стали последней движущей силой для появления стратегической политики китайской культурной индустрии.

2. Теоретическая основа формирования политики китайской культурной индустрии

Появление стратегической политики китайской культурной индустрии символизирует завершение в Китае эпохи, когда производство культуры было полностью монополизировано правительством, и наступление новой эпохи в производстве культуры. Так называемая новая эпоха в производстве культуры на самом деле состоит из двух видов механизма регулирования, образованных тремя разными способами производства культуры.

Первый вид – это «видимая рука», правительственный механизм регулирования, второй вид – «невидимая рука», рыночный механизм регулирования. Способ производства под правительственным механизмом регулирования – это так называемые «учреждения в общественно-полезной культурной сфере», которые продолжают целиком субсидироваться правительством. Способ производства, подчиняющийся рыночному механизму регулирования, – это регулируемая рынком «операционная культурная индустрия», которая включает два способа производства. Первый способ – это относительно простые виды производства культуры, организованные посредническими структурами или частными лицами, например концерты, симфонические концерты, выставки произведений искусства, аукционы и т. д.; второй способ – это сравнительно сложные виды культурного производства, организованные различными компаниями, более высокими по уровню специализации и организации, например, производство кинофильмов, телесериалов, мультипликационных фильмов и т. д.

Кажется, что этот новый способ культурного производства в современном Китае классифицирует культурное производство на три периода: материальной помощи (Patronage), профессионального рынка (Market Professional), профессио-

нальных компаний (Corporate Professional), – предложенная Реймондом Уильямсом, соответствуют друг другу [Хезмондалш 2007: 57–58, 130–154]. А также он имеет некоторые общие признаки с начавшейся в 80–90-е гг. XX в. волной маркизации культуры, захлестнувшей, кажется, весь мир⁴. Это свидетельствует о том, что развитие человеческой культуры, возможно, следует некоторым схожим правилам, но по-настоящему управляет проявлениями собственного своеобразия в выборе пути развития культуры у разных стран и особенностей этих нескольких одинаковых правил. Чтобы понять появление стратегической политики китайской культурной индустрии или трансформацию способа производства современной китайской культуры, вероятно, необходимо дальнейшее глубокое изучение концепции развития культуры, которая сыграла решающую роль, оставаясь в тени, или изменений в теоретической основе.

Имеют ли народные массы право выбора в потреблении культуры? На этот вопрос ответ долгое время был отрицательным, компетентные органы в сфере культуры, а также патриархальные методы руководства в корне отменили право выбора народных масс в потреблении культуры. Что производить? Сколько производить? Для кого производить? Все эти и другие основные вопросы решались компетентными органами и руководителями, более того, плюсы и минусы производимой продукции также оценивались ими. Что производили, то и смотрели. Или, другими словами, что разрешали смотреть, то и смотрели, а если не разрешали, то не могли посмотреть, даже если хотели бы. После политики реформ и открытости эта ситуация начала меняться. «Развлекательное свойство» культуры, порожденное освобождением потребности в развлечениях, стало получать признание, на постепенно обретающем законный характер культурном рынке доминирующее положение потребления народными массами продуктов культуры и услуг начинает упрочиваться. По мере постепенного углубления политики реформ и открытости зарубежные культурные продукты начали в большом количестве поступать в Китай. Добавим к этому, что культурные продукты и услуги, производимые государственными бюджетными учреждениями культуры, ведущими хозяйством по форме хозрасчета, мало-помалу стали разнообразнее. «Производственное свойство» культуры постепенно проявлялось и становилось с каждым днем отчетливее, а также получило признание де-факто. И это подтверждало мнение об упрочении и окончательном становлении доминирующего положения потребления культуры народными массами. Признание доминирующего положения народной культуры потребления означало признание того, что народные массы имеют право выбора в потреблении культуры, другими словами, каждый человек мог свободно выбирать культурные продукты и услуги на культурном рынке в соответствии со своими предпочтениями, финансовыми и временными возможностями. Значение этих изменений можно назвать революционным. Это означало, что производство культуры должно в корне изменить ту ситуацию, когда полностью игнорировались потребности народа. Напротив, необходимо было с учетом народной культуры потребления организовать культурное производство и принять ряд важных решений в производстве культуры. Позднее, в 2003 г., эти изме-

⁴ Согласно государственной экономике, способ правительственного вмешательства имеет три вида: во-первых, это общественное (правительственное) производство; во-вторых, использование налогов и субсидий, которое поддерживает отдельную производственную деятельность частных лиц или препятствует ей; в-третьих, частное производство, находящееся под контролем правительства, с целью обеспечения приемлемых форм действий предприятий [Стиглиц 2005: 211–212].

нения были обобщены в концепцию «две ориентации», то есть ориентацию на рынок и народ. Две ориентации – это единое целое, по сути дела, способ производства культуры, на который правительство имело монополию, и они должны будут целиком трансформироваться в способ производства, регулируемый рынком. Народные массы имеют право выбора в потреблении культуры, что стало теоретическим фундаментом в появлении стратегической политики китайской культурной индустрии.

Имеет ли правительство право монополизировать производство культуры? Из-за специфического характера культурных продуктов вмешательство правительства в производство культуры стало обычной мировой практикой, даже наиболее преклоняющиеся перед неолиберализмом США не стали исключением. Но Китай издавна выбирал самый жесткий способ вмешательства, то есть правительственное производство, когда правительство сосредоточивает в своих руках всю власть над производством культуры. В Китае основным способом монополии правительства на производство культуры является основание правительством учреждений культуры со стопроцентным капиталом, затем предоставление полномочий этим учреждениям, чтобы они, в частности, организовали мероприятия по производству культуры. Правительство в своем праве на монополию производства культуры опирается на две теории: во-первых, идеологическое свойство культуры, во-вторых – всемогущая правительственная доктрина. Полуобщественный характер культурных продуктов обобщенно отражает то, что культура обладает идеологическим свойством. Однако по мере того как мышление народа отчетливо становится более независимым, избирательным, переменчивым и разнообразным, так называемая ситуация «одно слово спасет страну, одно слово погубит страну» прекратит свое существование. В особенности по мере утверждения права выбора народа в потреблении культуры, идеологическое свойство культуры все более неотделимо от производственного свойства, а также функции идеологического свойства культуры все более зависят от функций производственного свойства. Только управляя рынком, можно управлять народными массами. Другими словами, если на рынке какой-нибудь культурный продукт не будет выбран потребителями, то его идеологическое свойство никак не может быть реализовано. Утверждение производственного свойства культуры, в особенности такие отношения, как идеологическое и производственное свойства, в корне уничтожили возможность идеологического свойства стать теоретической основой для права правительства монополизировать производство культуры. Всемогущая правительственная доктрина – это другая теоретическая основа, на которую опирается правительство в своем праве на монополию производства культуры. Однако по мере установления системы социалистической рыночной экономики окончательно расшатались основы правительственной теории универсального типа, трансформация правительственной функции превратилась в важную задачу совершенствования системы социалистической рыночной экономики. В особенности утверждение установления правительственной цели типа социального обслуживания привело к недостатку теоретической основы для правительства, продолжавшего монополизировать производство культуры, а также к утрате достаточных оснований для получения обязательной государственной финансовой поддержки. Вышеописанное подтверждает то, что у правительства больше нет права монополизировать производство культуры, правительство должно выполнять вспомогательную функцию в сфере культуры и уступить ту власть производства культуры, кото-

рой не должна обладать. Правительство не должно иметь монополию на производство культуры, это стало важной теоретической основой для появления стратегической политики китайской культурной индустрии.

Необходима ли маркетизация культуры? Весьма очевидно, что точка зрения, согласно которой правительство не должно обладать правом монополизировать производство культуры, частично стала основой для теории, поддерживающей маркетизацию культуры. Однако суть проблемы заключается не в этом. С тех пор как Теодор Адорно (Theodor Adorno) и Макс Хоркхаймер (Max Horkheimer) впервые ввели понятие «индустрия культуры» (Cultural Industry), в западном мире не прекращается критика по поводу коммерциализации или маркетизации культуры. В Китае на протяжении периода реформ и открытости, начиная с маркетизации развлечений до маркетизации культуры, вызванной мероприятиями в форме «платные компенсируют бесплатные» государственных бюджетных учреждений культуры и управлением на основе перехода на хозрасчет, изменился способ производства культуры, созданы разнообразные культурно-развлекательные продукты и услуги. Также в определенной мере улучшилась ситуация дефицита культурных продуктов периода реформ и открытости и обогатилась духовно-культурная жизнь людей. Конечно, существует множество трудностей – на первый план выступают различные проблемы, вызванные однобоким стремлением к экономической выгоде, например, такие как платные новости, низкопробные печатные издания и т. п. Существование этих проблем предоставило удобный предлог для противников маркетизации культуры, некоторые даже обобщили эти проблемы в выражение «китайский юань стал главным редактором» [Нельзя... 1993]. Но за этими поверхностными проблемами кроются два истинных довода, на которые опираются противники маркетизации культуры: во-первых, культурная ценность и экономическая ценность противоположны друг другу; во-вторых, культура носит элитарный характер, в ее производстве решения должны приниматься избранными, а не в угоду запросам масс. Относительно первого аргумента руководство предложило вариант решения согласно классификации на сильное или слабое общественно полезное значение, другими словами, не все отрасли культуры подвергнутся индустриализации или маркетизации, а только отрасли со слабым общественно полезным значением будут продвигаться на рынке. Вторым аргументом является элитарность культуры, но эта концепция с исторической точки зрения ошибочна, потому что именно народные массы являются творцами истории. И естественно, что народные массы имеют право на удовлетворение потребности в духовной культуре, кроме того, это их стремление также является целесообразным и законным. На самом деле цель маркетизации рынка – вовсе не стремление исключительно к экономической выгоде, как представляют себе ее противники, а основные цели заключаются в том, чтобы изменить способ правительственной монополии на производство культуры, существовавший в прошлом, и позволить рынку сыграть фундаментальную роль в распределении культурных источников для стимулирования развития рынка. Маркетизация культуры необходима, это стало решающим фактором для появления стратегической политики китайской культурной индустрии.

3. Основное влияние политики китайской культурной индустрии

Появление стратегической политики китайской культурной индустрии – это знаковое событие в развитии современной китайской культуры, которое заверши-

ло процесс поисков модели ее развития и открыло новое направление развития культуры с китайской спецификой. На теорию развития китайской культуры и ее осуществления в контексте глобализации и в условиях социалистической рыночной экономики все это оказало огромное влияние.

Всестороннее преобразование системы китайской культуры. Первое большое воздействие появления стратегической политики индустрии культуры Китая заключается в том, что были выдвинуты объективное требование всестороннего преобразования существующей системы культуры и практические задачи, что вызвало новые реформы в системе китайской культуры, потому что существующая в Китае система культуры – это продукт эпохи плановой экономики, и макросистемы управления или микромеханизмы функционирования не могли соответствовать объективным требованиям глобализации, в особенности развития культурной индустрии в условиях социалистической рыночной экономики.

Несмотря на то что реформирование системы культуры в Китае началось уже в 80-е гг. прошлого века⁵, в некотором смысле можно сказать, что появление стратегической политики китайской культурной индустрии – это результат реформы. Но в этот раз реформа отличается от старой новой характерной особенностью. В связи с этим некоторые авторы считают, что нынешняя реформа отличается от предыдущей, поскольку «ее цель заключается не только в направлении государственных бюджетных учреждений культуры внутри системы, но и в том, чтобы сделать основной целью строительство новой системы культуры, которая будет соответствовать системе социалистической рыночной экономики» [Ли Хэ, Джан Сяомин 2008]. Некоторые авторы утверждают, что нынешняя реформа системы культуры «осуществила ряд крупных прорывов в ускорении развития и всестороннего продвижения» [Цао Пу 2007]. А другие подчеркивают, что реформа системы культуры к этому времени уже превратилась из пассивной реформы в активную, из главным образом имитирующей реформу экономической системы в управляющие собственными законами реформы культурной системы. Кроме того, нынешнюю реформу обобщают под названием «реформа системы распространяющего типа» и отличают от предыдущей «реформы системы реагирующего типа» [Чэн Сысин 2008]. Однако, кроме глобального, всестороннего и активного характера, самая главная характерная особенность нынешней реформы заключается в проведении полномасштабных преобразований, начиная с макросистем управления до микромеханизмов функционирования, в условиях базового формирования новой структуры производства культуры, тем самым способствуя тому, что система культуры Китая еще больше соответствует объективным требованиям развития культурной мощи.

Если мы рассмотрим с точки зрения этой важной характерной особенности новую реформу системы культуры, это позволит нам более всесторонне понять суть и значение данной реформы. Во-первых, необходимо объединить культурную и экономическую системы, чтобы в корне решить вопрос об «отрыве друг от

⁵ После политики реформ и открытости Министерство культуры ранее всех выдвинуло предложение о преобразовании системы культуры. В феврале 1980 г. на общенациональном совещании руководителей управления по культуре, созванном Министерством культуры, было выдвинуто предложение о том, что нужно решительно и последовательно преобразовать систему в сфере культуры, преобразовать систему хозяйственного управления. В июне 1983 г. в докладе первой сессии 6-го Всекитайского собрания народных представителей была поставлена задача целенаправленного и систематического проведения реформы в системе литературы и искусства.

друга» связанных между собой экономики и культуры и осуществить интеграцию. Главными пунктами являются вхождение рыночных механизмов в сферу производства культуры, которые станут основной силой в распределении культурных источников, строительство «макросистем управления культурой, имеющих научный эффект, и микромеханизмов функционирования в сферах производства культуры и услуг, имеющих высокую эффективность», которые будут адаптироваться к системе социалистической рыночной экономики [ЦК КПК... 2006]. Во-вторых, с точки зрения освобождения и развития мощи производства культуры, или, иными словами, с точки зрения благоприятной для развития индустрии культуры, необходимо реконструировать культурную систему, чтобы очистить от идеологических и системных преград развитие культурной индустрии и осуществить значительное усиление мощи и конкурентоспособности индустрии культуры в целом. Первый главный пункт – это воспитание субъекта культурного рынка нового типа, который станет основной силой развития культурной индустрии, субъектом инноваций в культуре; «формирование структуры культурной индустрии, субъектом которой станет система общественной собственности и в которой различные формы собственности будут развиваться вместе» [Там же]. Вторым главным пунктом является современная система культурного рынка, разрушение рыночной структуры, в которой присутствуют разъединение вертикальных и горизонтальных связей, региональные преграды, разделение деревни и города, «формирование современной системы культурного рынка, которая будет единой, открытой, конкурентоспособной, упорядоченной», «строительство рыночного порядка, в котором управление будет вестись на основании законов, правонарушения будут расследоваться, соблюдаться принципы справедливой торговли, честности и надежности, создание среды рыночной конкуренции, в которой будут придерживаться принципов открытости, справедливости и беспристрастности» [Там же]. В-третьих, необходимо четко разделить положение и роль правительства и рынка в развитии культуры, ускорить трансформацию правительственной задачи. Главным пунктом является укрепление законодательных и политических основ культуры, строительство новой здоровой системы контроля и управления культурой.

Новое направление пути развития китайской культуры. На протяжении политики реформ и открытости одновременно с поисками пути развития экономики с китайской спецификой также никогда не прерывались поиски пути развития культуры с китайской спецификой. Можно сказать, что появление стратегической политики индустрии культуры Китая является самым важным и значительным результатом этих поисков, который изменил базовую структуру производства китайской культуры, открыл новое направление ее пути развития.

Путь развития китайской культурной индустрии начинается с периферии, приближается к центральной зоне и затем начинает углубляться в самый центр. Между ними существуют как инновационные методы управления культурой, так и первоначальные методы управления в развитии индустриализации. Но вне зависимости от формы в общем развитие идет по пути «прироста». Другими словами, кроме дела культуры, монополизированной правительством, появился новый путь развития культуры. В условиях социалистической рыночной экономики правительство предоставляет общественные культурные услуги, только исходя из целей обеспечения основных культурных прав народа, удовлетворения основных культурных потребностей народных масс, в остальном производство культурных

продуктов и услуг полностью регулируется рыночными механизмами. Власть над производством культуры, которая в прошлом была полностью в руках правительства, по большей части уже передана рынку. Производство культуры вступило в новую эпоху, как выше было описано, в эпоху «двух систем регулирования» и «трех способов производства».

Появление стратегической политики китайской культурной индустрии предоставило широкое политическое пространство не только для укрепления этой новой структуры производства культуры, но и для ее упорядочивания. Долг правительства – гарантировать прогрессивное направление передовой культуры, восстанавливать нарушение функций рынка, предоставлять общественные культурные услуги. Но предоставление общественных культурных услуг отнюдь не означает, что правительству обязательно нужно заниматься производством. Правительство также может не производить, а предоставлять услуги посредством купли. Другими словами, исходя из соображений эффективности, в будущем в структуре производства китайской культуры правительственная часть производства культуры имеет вероятность и тенденцию к дальнейшему уменьшению. Но из-за необходимости обеспечения справедливого и беспристрастного распределения культурных продуктов и услуг, а также потребности в «мягкой силе» повышения уровня национальной культуры, интенсивность и сфера предоставления правительством общественных культурных услуг имеют вероятность и тенденцию к усилению и увеличению. «Дихотомия» культурного дела и индустрии культуры, выдвинутая в целях продвижения реформы, согласно объективным законам развития культуры, в будущем станет ненужной, так как разделение дела и индустрии не научное. Производство культуры должно следовать одинаковым законам развития культуры и рыночной экономики, а распределение культурных продуктов и услуг руководствуется другим принципом. Через непрерывное регулирование путь развития культуры с китайской спецификой станет все более отчетливым.

Теоретическая задача развития культуры. Теория суха, а практика похожа на вечнозеленое дерево. Практика всегда ставит новые задачи для развития теории и в то же время готовит материалы для решения новой задачи. С углублением процесса глобализации человечество вступило в эру беспрецедентной культурной конкуренции; стремительное развитие и распространение высоких технологий изменили способ производства, хранения и потребления культуры; в особенности мультимедийный, многоканальный процессы, а также тенденция к слиянию коммуникации, Интернета, радио- и телевидения, вызванные стремительным развитием цифровых технологий и интернет-технологий, предоставили потенциальный спрос и широкое пространство для содержательного развития культуры. В условиях абсолютно новой экономики, технологий и международной обстановки, в которых проходило развитие культуры, появление стратегической политики китайской культурной индустрии, сформировавшейся на основе развития китайской культуры и осуществления на практике реформы системы культуры на протяжении более 20 лет, поставило перед нами множество теоретических задач по развитию культуры, требующих размышления и исследования. В теоретическом отношении изучение и решение этих задач – объективная необходимость эффективного осуществления стратегической политики китайской культурной индустрии, а также объективное требование реконструкции теоретической основы пути развития культуры с китайской спецификой.

Вопрос о современной ценности культуры и способ ее осуществления. Появление стратегической политики китайской культурной индустрии означает, что культура имеет огромную экономическую ценность. Это неизбежно вызвало постановку важного теоретического вопроса – о современной ценности культуры и способе ее осуществления. Данный вопрос включает в себя следующие конкретные пункты: кроме огромной экономической ценности, какие еще ценности имеет культура в современную эпоху? Каковы отношения между этими разными ценностями? Существуют ли между ними конфликты? Если произойдет конфликт, то каким ценностям следует уделять первоочередное внимание? Каким образом осуществляются современные ценности культуры? Какими новыми особенностями они обладают? И т. д. В действительности этот вопрос затрагивает не только свойства культуры и их взаимосвязь, но и взаимосвязь между общественным и экономическим эффектами культуры.

Вопрос о связи культуры с экономикой и политикой. В настоящее время с каждым днем усиливается слияние культуры с экономикой и политикой, культура все более превращается в источник единства и творческой силы народа, все более становится ключевым фактором синтеза мощи и преимуществ государства. В этом контексте развитие культуры с использованием способов индустриализации и маркетинга непременно приведет к новым изменениям в отношениях культуры с экономикой и политикой. Например, в прошлом в отношениях между культурой и экономикой культура часто находилась в зависимом положении. Но сейчас она не только сама может создавать экономическую ценность, но и становится главной движущей силой развития экономики, и даже сама цель развития экономики может получить разумное объяснение только посредством культуры. Предоставление законного статуса индустрии культуры означает, что в сфере культуры происходит повторное распределение и перемещение полномочий. Какое воздействие на политику может иметь изменение в структуре культурных полномочий и интересов? Какие новые ограничения может ввести политика в развитие культурной индустрии? Эти вопросы также требуют размышления и изучения.

Вопрос о сохранении элитарности культуры. Предоставление законного статуса индустрии культуры означает признание законности массовой культуры, однако такие особенности массовой культуры, как массовость, популярность, распространенность и изменчивость, определили то, что культура больше не стремится к элитарности. Но сохранение элитарности культуры является основным требованием для развития человеческой культуры, которая представляет уровень культурного духа, культурных вкусов и развития культуры отдельной страны. Кто возьмет на себя ответственность за сохранение элитарности культуры в новой структуре культурного производства, посредством каких способов будут создавать элитарность, формирование позитивного взаимодействия элитарной культуры с массовой, в полной мере раскрытие ее руководящей и развивающей роли? Все эти вопросы требуют серьезного размышления и изучения.

Заключение

Со времени появления стратегической политики китайской культурной индустрии прошло уже 6 лет. За этот период появляется функциональная политика культурной индустрии и постепенно формируется ее система; реформа системы культуры также справилась со своей испытательной задачей и на данный

момент разворачивается в полной мере; одновременно была выдвинута задача реконструкции системы общественно-культурных услуг, и уже получены первые результаты. Предварительно сформировалась основа пути развития культуры с китайской спецификой, китайская культурная индустрия совершила огромный прогресс, проявляется новый характер развития китайской культуры. Все это свидетельствует о том, что появление стратегической политики китайской культурной индустрии – действительно знаковое событие в процессе развития современной китайской культуры и, без сомнения, глубокое влияние этого события будет и дальше сказываться на ее будущем историческом развитии.

Перевод с китайского К. А. Аммосовой

Литература

Доклад о развитии мировой культуры – культурное многообразие, столкновение и сосуществование множества (2000). Пекин : Изд-во Пекинского ун-та, 2002.

Ли Хэ, Джан Сяомин. Политика современной китайской культуры за последние 10 лет // Вестник Академии общественных наук Китая. 2008. 8 мая. Вып. 8.

Ло Ган. Важное стратегическое решение. Ускорить развитие третичного сектора экономики. Пекин : Изд-во Китайского ун-та политики и права, 1992.

Ма Хун, Лю Гуогуан и др. Антология реформ в Китае (1978–1991 гг.). Серия «Реформа культурной системы». Далянь, 1992.

Нельзя позволить китайскому юаню стать главным редактором // Гуанмин жибао. 1993. 6 августа.

О различиях стратегической и функциональной политик // Введение в анализ государственной политики. Пекин : Изд-во Китайского народного ун-та, 2014. С. 162–163.

Основные положения десятого пятилетнего плана экономического и социального развития // Жэньминь жибао. 2001. 18 марта. № 1.

Рекомендации ЦК КПК по разработке десятого пятилетнего плана экономического и социального развития // Жэньминь жибао. 2000. 19 октября. № 1.

Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора. 3-е изд. Пекин : Изд-во Китайского народного ун-та, 2005.

Хезмондалш Д. Культурные индустрии. Пекин : Изд-во Китайского народного ун-та, 2007.

Цао Пу. Реформа системы китайской культуры с конца 70-х гг. XX века // Изучение истории современного Китая. 2007. № 5.

Центральное рабочее совещание проходит в Пекине // Жэньминь жибао. 1999. 18 ноября. № 1.

Цзян Цзэминь. Всестороннее строительство общества малого достатка, открыть новые перспективы для дела социализма с китайской спецификой. Доклад на 16-м Всекитайском съезде КПК // Жэньминь жибао. 2002. 18 ноября. № 1.

ЦК КПК, Госсовет КНР: «Несколько идей по поводу углубления реформы культурной системы» // Жэньминь жибао. 2006. 13 января. № 1.

Чэн Сысин. Пути развития и перемен в системе культуры нашей страны на протяжении 30 лет политики реформ и открытости // Пекин Дэйли. 2008. 9 октября.