

Китай: планы новой культурной революции



Ил. 1.

За последние десять лет основные средства массовой информации Запада, особенно американские, практически не изменили основной тон в освещении Китая. Признавая подъем экономики страны и роль Китая в международных делах, Запад оказывает идеологическое давление на общественное мнение страны, а также её политику. Для китайских ученых несомненно, что

западные методики «мягкого сдерживания» и «мягкого принуждения» Китая находятся на подъеме. В существующей международной обстановке китайской культуре крайне необходимо преодолеть национальные рамки, выйти за пределы страны.

Причины нового курса

В течение трех десятилетий китайская экономика демонстрирует высокий ежегодный прирост. В то же время она имеет серьезные проблемы, среди которых называют истощение природных ресурсов, загрязнение окружающей среды и высокую безработицу. В результате сжатия спроса на международном рынке с началом мирового финансового кризиса производству, экспортно-ориентированным индустриям Китая был нанесён тяжелый удар. Руководство страны отреагировало на эту ситуацию проведением экспансивной монетаристской и фискально-стимулирующей политики. Однако стало ясно, что с точки зрения стратегического управления страной необходимо найти новый мотор экономического роста. В этой роли правительство Китая видит культурные индустрии.

Такой выбор неслучаен. В статье, опубликованной в июле 2009 года в центральном органе ЦК КПК «Qiushi Journal», отмечалось, что во время больших кризисов – Великой депрессии 1930-х годов и Азиатского финансового кризиса 1990-х – некоторые сегменты культурной индустрии показали беспрецедентный рост. Так, телерадиовещание в США, Японии, Южной Корее внесло уникальный вклад в экономику своих стран. Возникновение Бродвея, Голливуда, «Диснейленда», «Тайм Уорнер» и некоторых других гигантов американской культурной индустрии, в конечном счете, вывело Америку в

мировые лидеры популярной культуры. В свое время голливудские фильмы несли американские ценности в каждый уголок мира. Парк развлечений «Диснейленд» до сих пор оказывает влияние на подрастающие поколения. После азиатского финансового кризиса 1997 года Япония и Южная Корея взяли на вооружение стратегию «строительства государства с помощью культуры». В Японии культурные индустрии развиваются очень быстро, особенно анимация. Объем южнокорейских культурных индустрий увеличился за последнее десятилетие в пять раз.

На XVII съезде китайской компартии в октябре 2007 года Председатель КНР Ху Цзиньтао выступил с докладом, один из разделов которого был посвящен «поддержке развития и процветания социалистической культуры». Основные цели культурной политики Китая, согласно речи Ху, состоят в следующем: приверженность социалистической (марксистской) системе ценностей; развитие различных сегментов культурной индустрии (средства массовой информации, литература и искусство, Интернет и т.д.) с целью поддержания патриотизма и социалистической идеологии; поддержка экспансии китайской культуры за рубежом; поддержка инноваций в сфере культуры и развитие культурных индустрий посредством реализации крупных проектов и поощрения ключевых компаний.

В 2009 году премьер-министр Вэнь Цзябао на заседании Госсовета КНР представил «План активизации культурных индустрий» (The Cultural Industries Reinvigoration Plan), содержащий детальное изложение ключевых задач и практических мер для достижения тех целей, которые были обозначены в речи Ху Цзиньтао в 2007 году.

В течение того же самого периода (2007–2009) культурные индустрии стали объектом пристального внимания и жарких дискуссий среди китайского руководства и ученых. Надо отметить, что в китайском обществе компартия жестко контролирует средства массовой информации и свободу слова, поэтому ученые обычно не могут публиковать свои статьи без санкции «сверху». Неудивительно, что эти дискуссии, опубликованные в официальной прессе, в целом, шли в русле, обозначенном лидерами партии.

Многие ученые и руководители китайского государства, обсуждая роль культурных индустрий, отмечали, что национальный имидж Китая за рубежом искажается. Специальные исследования показывают: за последние десять лет основные средства массовой информации Запада, особенно американские, практически не изменили основной тон в освещении Китая. Признавая подъем экономики страны и роль Китая в международных делах, Запад оказывает идеологическое давление на общественное мнение страны, а также её политику.

В одном из выступлений отмечалось, что западные страны имеют контроль над так называемым “discourse right” (правом на рассуждение). Это понятие включает в себя, среди прочего, формулировку повестки дня в средствах массовой информации («о чем говорят», «кто говорит», «когда говорит») и массу других компонентов. Имеющий «право на рассуждение», таким образом, формирует общественное мнение, направляя его в нужное русло. В США лишь небольшая часть элиты может влиять на политику: члены Конгресса, Президент, главные редакторы больших газет, верхушка университетской профессуры. Повестка дня общественного мнения создается с целью контроля над внутренней и международной политической и экономической повесткой дня.

Представители западных СМИ утверждают, что они преследуют цели «объективной» подачи информации, однако при внимательном анализе обнаруживается, что сам подбор фактов, деталей, угол наблюдения и т.п. пропитаны западными ценностями и предубеждениями. Для китайских ученых несомненно, что западные методики «мягкого сдерживания» и «мягкого принуждения» Китая находятся на подъеме.

Обладая обширной дистрибьютерской сетью и богатыми информационными ресурсами, средства массовой информации Запада имеют огромное влияние на формирование мировой повестки дня. Согласно китайским данным, свыше 90% всей предоставляемой информации исходит из США. СМИ большинства развивающихся стран становятся только транзитными пунктами для передачи повестки дня, транслируемой из развитых стран. Интернет – не исключение.

Западные средства массовой информации определяют, какие именно события являются важными, какие – второстепенными, а какие не следует освещать вовсе. Таким образом, в определенном смысле создается виртуальная картина мира. Тем не менее, она имеет реальное воздействие на мысли людей и их поступки. Широкая публика редко осознает



Ил.2.

фильтрацию событий средствами массовой информации, большинство людей в интерпретации внешнего мира руководствуются предложенной картиной.

В настоящее время началась постепенная перегруппировка мирового «баланса сил». Развивающиеся страны всё чаще выступают с требованиями иметь «право на рассуждение» в международных делах, бросая тем самым вызов США и Европе. Старые

«центры силы», с одной стороны, предчувствуют надвигающийся кризис в сложившихся иерархических отношениях, с другой – не готовы отказаться от международного «права на рассуждение», а также глубоко укоренившегося чувства этнического превосходства, превосходства общественных институтов и своей цивилизации. Таким образом, борьба между гегемонами и подчиненными странами в сфере международного «права на рассуждение» только усиливается.

По мнению китайских ученых, процветание нации зависит от её совокупной национальной силы. Национальная сила состоит, в основном, из двух сил: жесткой силы (экономическая, военная и технологическая) и мягкой силы (духовная). Мягкая сила выражается во влиянии, привлекательности и убедительности культуры, признании национальных ценностей, теорий и идеологии, национального духа, общественного мнения, стратегии и тактики руководства, политики и законов, национального имиджа. В геополитическом плане нация может проиграть войну из-за слабости в жесткой силе, но может проиграть и без войны из-за слабости в мягкой силе. Культура является ключом и душой мягкой силы.

В дискуссиях относительно культурной стратегии страны часто употреблялось словосочетание «мягкая сила». Иными словами, помимо экономических, существуют и политические причины, вынуждающие Китай пересмотреть значимость культурных индустрий.

Для того чтобы Китаю стать «великой силой», – полагают китайские ученые, – необходимо разрушить западную монополию на формирование повестки дня в средствах массовой информации, получить «право на рассуждение». Необходимо перехватить инициативу в международном общественном мнении, управлять им, избавиться от пассивной позиции. Далее, необходимо добиться того, чтобы средства массовой информации Запада передавали китайскую информацию для последующего распространения в мировых СМИ. Китайская информация должна сочетаться с западными средствами массовой информации по языку и способу подачи материала. Кроме того, считают китайские эксперты, необходимо систематически приводить в порядок и облагораживать все факторы, из которых складывается картина национального имиджа Китая. Соотечественники, живущие за рубежом, – тоже важная аудитория влияния. Признание ими национального имиджа страны, формируемого китайскими СМИ, будет способствовать его убедительности и для остального мира.

Таким образом, полагают участники дискуссии, в существующей международной обстановке китайской культуре крайне необходимо преодолеть национальные рамки, выйти за пределы страны.

Китайская культура выходит на глобальный уровень

Китай разрабатывает столь обширные планы не на пустом месте. В течение последних 60 лет он проводит большую работу, постепенно распространяя свои культурные практики по всему миру. «Год культуры Китая во Франции», «Год Китая в России», «Год китайско-японского обмена в сфере культуры и спорта» и другие крупные события культурной дипломатии привлекли большое внимание и широкое участие со стороны китайских и иностранных правительств, а также общественности. Крупномасштабные мероприятия, проводимые по высоким стандартам, усилили международное влияние китайской культуры.



Ил. 3. 24-я Китайская международная выставка искусства снежной скульптуры в Харбине (2012 г.)

Начиная с 2005 года Италия, Испания, Германия, Греция и Великобритания организовывали «год культуры» или «фестивали культуры» в сотрудничестве с Китаем, способствуя появлению моды на китайскую культуру. К настоящему времени Китай подписал межправительственные соглашения по культурному сотрудничеству со 145 странами. В результате подобных соглашений появилось 800 ежегодных планов по осуществлению культурного обмена.



Ил. 4. Дни культуры Китая в Грузии.

С 1990-х гг. Китай неоднократно был организатором международных «событий года», представляя культурные начинания мирового уровня. Например, «Международный год симфонической музыки», «Международный год песни и танца», «Международный год изобразительных искусств». На пороге нового столетия были организованы «Пекинский международный музыкальный Фестиваль», «Азиатский фестиваль искусств», «Международные фестивали фольклорных искусств Китая» и другие международные площадки культурного обмена. Все эти мероприятия имеют цель – представить Китай в качестве центра культурной жизни Азии. Двустороннее, многостороннее, межрегиональное, международное сотрудничество повысило национальный имидж страны.

За последние десятилетия Китай сформировал целую сеть влиятельных культурных брендов. «Весенний фестиваль», «Национальный день», «Читающий Китай» и др. стали важными проводниками экспорта китайской культуры. Так, «Весенний фестиваль» проводится в 18 странах, привлекая сотни тысяч людей в Бангкоке, Лондоне и Сиднее. Эти мероприятия не остались незамеченными иностранными политическими лидерами.

Китайское руководство учредило 96 «культурных» должностей в посольствах и консульствах 82 стран по всему миру. Начиная с 1988 года, создавалась сеть китайских культурных центров в Бенине, Египте, Франции, на Мальте, в Южной Корее, Германии, а также на острове Маврикий.

Китай решительно поддержал создание за границей своих радио- и телесетей. Международное радио Китая (China Radio International) вещает ежедневно на многих языках мира. Международные каналы Центрального телевидения Китая (China Central

Television's International channel) (CCTV) имеют более 100 млн пользователей за рубежом; количество зарубежных платных подписчиков китайских телесериалов (канал «The Great Wall Platform») превысило 100 тысяч. В последние годы Китай проводит свыше 50 фестивалей китайского кино ежегодно, показывая более 400 фильмов отечественного производства. Каждый год страна посылает более 200 отечественных картин для участия в сотне международных кинофестивалей, многие из представленных фильмов получают крупные премии. Так что позиции культурной пропаганды за рубежом постоянно усиливаются.



Ил. 5.

В составе гастролирующего по всему миру художественного коллектива «Культура Китая – праздник весны» китайская певица Сун Цзуин дала 1 марта 2013 г. концерт в Лос-Анджелесе (США).

Поднебесная – создатель серии международных торговых площадок в сфере культуры. Группа предприятий, способных конкурировать на международном рынке, получают хорошую прибыль и эффективно пропагандируют китайскую культуру.

Структура торговли авторским правом с каждым годом совершенствуется. Соотношение импорта и экспорта авторских прав изменилось с 15:1 в 1997 году до 5:1 в 2007-м. Ежегодный экспорт книг превышает 7,3 млн экземпляров, что в два раза превосходит импорт. Количество экспортируемых газет и журналов превышает 4 млн, они распространяются более чем в 80 странах мира.

Кино- и видеопродукция Китая занимает все большую долю зарубежного рынка и имеет все более значительное влияние. Согласно статистике, в целом доходы от экспорта кино- и видеопродукции достигли в 2008 году 3 млрд долларов. В том числе – доходы, полученные от продажи билетов на китайские фильмы, составили 2,528 млрд долларов. Торговая сеть китайской кино- и видеопродукции охватывает около 100 стран в Азии, Европе, Америке, Океании и Африке.

Важнейшее направление культурной работы Китая за рубежом – поддержка изучения китайского языка или, что более точно по сути, глобальной экспансии конфуцианских институтов. Цели этих институтов – повысить понимание китайского языка и культуры, усилить образовательный и культурный обмен и сотрудничество между Китаем и другими странами, поддерживать дружеские отношения с другими нациями, развивать политику мультикультурализма.



Ил. 6. В России растет интерес к изучению китайского языка.

Международный совет китайского языка «Hanban» координирует работу центров изучения китайского языка за рубежом. Согласно веб-сайту этой организации, «Hanban» состоит из членов 12-ти государственных министерств и комиссий, а именно: Министерства образования, Главного управления Госсовета, Министерства финансов, Зарубежного управления по делам Китая в Госсовете, Министерства иностранных дел, Государственной комиссии по развитию и реформам, Министерства торговли, Министерства культуры, Государственной администрации радио, кино и телевидения (China Radio International), Главного управления по делам прессы и публикаций, Информационного управления Госсовета, Государственного комитета по языку. Президент Совета – Государственный советник Чэнь Чжили (Chen Zhili).

С октября 2009 года было создано 523 конфуцианских института и класса в 87 странах и регионах мира. Из них 70 расположены в азиатских странах, 21 – в 15 африканских странах, 94 – в 29 европейских странах, 87 – в 11 странах американского континента и 10 находятся в странах, расположенных на тихоокеанских островах. В 25 странах насчитывается 241 конфуцианских класса (Мали, Багамские острова и Бирма имеют независимые конфуцианские классы, не связанные с каким-либо институтом): 27 находятся в азиатских странах, 2 – в двух африканских странах, 34 – в 7 европейских странах, 176 – в 5 странах американского континента, и 2 – в одной стране на тихоокеанском острове.

План активизации культурных индустрий

22 июля 2009 г. на заседании Госсовета КНР был рассмотрен и одобрен так называемый «План активизации культурных индустрий» (The Cultural Industries Reinvigoration Plan). В конце 2010 г. был издан официальный документ, подлежащий исполнению.

Для подготовки Плана была образована рабочая группа. В её состав вошли представители Центрального отдела пропаганды китайской компартии, Государственной комиссии по развитию и реформам (SDRC), Министерства финансов, Министерства культуры, Государственной администрации радио, кино и телевидения, Главного управления по делам прессы и публикаций, других руководящих органов. Рабочая группа занималась исследованиями, проводила форумы, выслушивая мнение компетентных представителей власти, предпринимателей в сфере культуры, ученых. После консультаций с Министерством промышленности и информационных технологий, Министерством торговли, Министерством по земельным ресурсам, Народным банком, Государственной комиссией по надзору и управлению активами, Китайской комиссией по регулированию банковской деятельности, Государственной налоговой администрацией, Распорядительной комиссией Китая по ценным бумагам, другими организациями, исправленный документ был представлен на рассмотрение Государственному Совету КНР.

План детально разъясняет основные задачи и практические меры, необходимые для достижения поставленных целей.

Список основных задач таков:

А) Развитие ключевых сегментов культурной индустрии, включая культурное творчество, кино и телевидение, издание и распространение, полиграфическую деятельность, тиражирование, рекламу, исполнительские искусства и развлечения, выставки, цифровую форму предоставления материалов (контента), анимацию и мультипликацию.

В) Реализация крупных проектов, таких как: Национальный проект активизации анимации и мультипликации, Национальное производство фильмов на цифровых носителях информации, Мультимедийная база данных и экономической информации и т.д.

С) Стимулирование развития ряда ключевых компаний в сфере культуры.

D) Строительство культурно-ориентированных индустриальных парков.

E) Создание современной национальной культурно-ориентированной рыночной системы.

F) Создание новых компаний в сфере культуры, использующих цифровую форму представления материалов (контента), Интернет и другие высокотехнологичные инструменты, такие как: мобильное мультимедийное телевидение, Интернет-радио и видео, цифровое мультимедийное вещание, мобильное радио- и телевещание.

G) Расширение торговли в области международной культуры. Использовать государственную политику преференций для защиты экспорта культурных продуктов и услуг.

Практические меры, необходимые для активизации культурных индустрий в стране, включают: снижение входных барьеров для отечественных и иностранных предпринимателей в сфере культуры, правительственные инвестиции, льготную налоговую политику, поддержку со стороны финансового сектора, создание правительственного фонда культурных проектов.

Реформирование культурных индустрий

Исполнительские искусства

27 июля 2009 г. для руководителей культуры на провинциальном и муниципальном уровнях была выпущена общенациональная директива «Мнения Отдела пропаганды ЦК КПК и Министерства культуры по углублению реформы государственных коллективов в исполнительских видах искусства».

В данном документе изложена суть реформ в государственных коллективах: «ускорение работы по преобразованию государственных организаций в коммерческие, активному воспитанию новых участников рынка». Устанавливается временной график по преобразованию государственных коллективов в рыночно-ориентированные компании.

В то же время правительство обязуется выстроить «стабильный, открытый, конкурентный, организованный, современный рынок исполнительских искусств». Должны заработать современные маркетинговые механизмы, в том числе объединение театральных трупп с исполнительскими коллективами, электронная продажа билетов.

«Мнения...» также ставят задачу создания и поддержки ряда компаний в исполнительских видах искусства, продукция и услуги которых ориентированы на иностранные рынки.

Качественные ресурсы необходимо консолидировать, создать несколько лидирующих компаний. Коллективы исполнительских видов искусства должны соединиться с посредниками и театрами, чтобы организовать группы компаний, представленных и на отечественном, и на международном рынках. Правительственная поддержка будет направлена на создание крупных и конкурентоспособных «титанов» посредством слияний и реструктуризации. Частные предприятия также будут поощряться к вступлению в подобные объединения.

Пресса и книгоиздание

В апреле 2009 г. Главное управление по делам печати и публикаций (GAPP) выпустило «Руководства по дальнейшей поддержке реформы прессы и издательского дела», содержащее список необходимых мер:

А) Трансформация некоммерческих издательских объединений в рыночно-ориентированные. Для объединений, состоящих под эгидой местного самоуправления, а также объединений в университетах и колледжах такой переход должен быть завершён к концу 2009 г.; для издательских объединений, подчиняющихся центральному правительству, крайние сроки перехода были намечены на конец 2010 года.

В) Поддерживать консолидацию и реорганизацию, ускоряя создание ключевых компаний и стратегических инвесторов в средствах массовой информации и публикаций. Правительственные организации центрального и муниципального уровней, являющиеся собственниками многочисленных изданий и издательских объединений, должны содействовать формированию издательских и медиагрупп; режим благоприятствования и поддержка нескольким медиа- и издательским объединениям и раздел ресурсов для формирования издательских и медиагрупп; поддержка центральной правительственной прессы и издательских агентств, для появления профессиональных издательских и медиагрупп в сфере финансов, экономики, образования, науки и техники, культуры, общественного здоровья.

С) Развитие частных издательских студий (для аудио- и видеопродукции). Поддержка негосударственных инвестиций в этот сектор (в сферы, разрешённые правительством); негосударственные издательские студии должны стать важной частью новостной издательской индустрии; регулировать их действия.

Д) Расширить обмен с другими странами и активно реализовывать «экспортную» стратегию. Создать группу конкурентных на мировом рынке, экспортно-ориентированных медиа- и издательских компаний, влиятельных международных торговых площадок. Поддержка компетентного предпринимательства, основывающего газеты, журналы,

типографии и др. средствами совместных предприятий, кооперации, частного владения и прочих форм, с тем чтобы расширить присутствие на рынках Гонконга, Макао, Тайваня.

В июле 2009 г., три месяца спустя после того, как «Руководства...» были опубликованы, в Пекине прошел съезд руководителей прессы и издательских домов Китая. Эта встреча была призвана подтвердить намерение руководства страны реформировать эту сферу в рыночно-ориентированный бизнес.

Радио, кино и телевидение

30 сентября 2009 г., после обнародования «Плана активизации культурных индустрий», агентство «Синьхуа» интервьюировало Ван Тайхуа (Wang Taihua), Главу Государственной Администрации радио, кино и телевидения (SARFT). Он сформулировал задачи, стоящие перед государственным телерадиовещанием:

Для дальнейшего развития радио-, кино- и телеиндустрии, в частности, необходимо сфокусировать внимание на развитии трех сегментов: содержательной продукции (кино, телесериалы и мультипликация); сетей кабельного TV; новых средств массовой информации и новой коммерческой деятельности на радио, кино и телевидении.

Текущая задача состоит в том, чтобы стимулировать трансформацию государственных учреждений в коммерческие компании; государственные киностудии должны прекратить свое существование к концу года. Китайский телецентр (China Television Production Center) и все провинциальные телевизионные агентства, а также радио- и телестанции должны ускорить темпы такой трансформации. Следует оказывать поддержку профессиональным кино- и телекомпаниям, провинциальным компаниям кабельного телевидения с целью их дальнейшего развития.

Индустрия радио, кино и телевидения должна сконцентрироваться на строительстве современной системы коммуникаций с широким охватом территории и быстрой передачей информации. Используя цифровую форму представления материалов, она должна способствовать индустриальному росту, культивированию новых моделей бизнеса, поддерживать роль науки и техники в качестве основной производительной силы.

Первое, передающие сети в максимально короткие сроки должны перейти на подачу цифрового сигнала. Согласно потребности в «высокоемкой и двусторонней связи», необходимо стремиться к созданию базовой инфраструктуры цифровых сетей во всех городах, более крупных, чем уездные.

Ускорить внедрение беспроводного радиовещания и стремиться к покрытию национальной территории беспроводными цифровыми радио и телевидением за 3–5 лет.

Основываясь на кабельном цифровом телевидении и мобильном мультимедийном вещании и телевидении с «высокоскоростной широкополосной информационной сетью» в качестве основы (ядра) технологии поддержки, необходимо ускорить сооружение передовых, защищенных, регулируемых и управляемых телевизионных сетей следующего поколения; активно поддерживать «интеграцию трех сетей» (TV, Интернет и телефон).

Второе, необходимо ускорить переход радио- и телевизионных станций на цифровую форму представления материалов; ускорить строительство новой цифровой технологической системы, объединяя отчетность, редактирование, вещание, хранение и использование; необходимо оптимизировать процесс производства, повысить эффективность производства и вещания.

Третье, необходимо ускорить применение цифровой формы представления материалов в производстве и распространении фильмов, демонстрации фильмов и проч. Поддержать проект строительства национальной базы кинопроизводства в цифровой форме. Ускорить строительство современных городских кинотеатров, поддерживать демонстрацию фильмов для сельской местности в цифровой форме. С точки зрения стратегических приоритетов, усилить НИОКР основных технологий и стандартов, решительно взять в свои руки инициативу в индустриальном развитии.

Индустрия радио и телевидения должна привести в соответствие отечественные и международные ресурсы, развивать отечественный и международный рынки. Со стратегической точки зрения – усиления мягкой силы национальной культуры – твердо придерживаться комбинации правительственной поддержки и рыночных механизмов, расширять долю вещания на международном рынке. Быстро усвоить образцы культурной продукции и услуг в международной торговле; строить маркетинговую сеть, которая соответствует рыночной экономике и охватывает обширную территорию. Сконцентрироваться на реализации проекта по продвижению за границу лучших телевизионных драм; увеличить количество демонстрируемых за границей китайских фильмов, программ телевидения и анимации, используя совместные предприятия, совместное производство и др. пути. Необходимо создавать больше качественных кинофильмов и телесериалов, прочих программ, отражающих «китайский стиль, китайское достоинство». Необходимо дальнейшее изучение законов международного обращения культурного капитала; создание радио-, кино- и телекомпаний через долевое участие, поглощение или инвестирование. Необходимо осуществлять поддержку квалифицированных государственных компаний и частного капитала, намеренных инвестировать в индустрию средств массовой информации. Необходимо в полной мере

задействовать и использовать традиционные культурные темы, приспосабливаться к потребностям иностранной публики.

Анимация, комиксы и игры (АСГ)

Согласно информации, предоставленной Оуян Цзианью (Ouyang Jian), зам. министра культуры, Министерство планировало работать с сектором АСГ по следующему плану:

А) Поощрять некоторое количество ключевых компаний в области анимации, комиксов и игр, стимулируя их к интеграции ресурсов.

В) Построить некоторое количество индустриальных парков АСГ и промышленных баз.

С) Начиная с конца 2009 г. проводить средне- и долговременное планирование для сегмента культурных индустрий АСГ, руководя их развитием и избегая слепого инвестирования, расточительных проектов.

Д) Использовать все образовательные ресурсы, чтобы обучать творческих, талантливых людей.

Е) Направлять и поощрять компании АСГ в плане их дальнейшего роста и расширения.

Ф) Поддерживать компании, применяющие НИОКР, работающие творчески, с тем чтобы появлялось больше оригинальных работ.

Г) Поддерживать более сильные и квалифицированные компании АСГ в плане выхода на зарубежный рынок, для создания зарубежных баз, филиалов, совместных предприятий или новых компаний. Адаптироваться к требованиям и вкусам зарубежного рынка, создавать анимацию, комиксы и игры, представляющие китайскую культуру и одновременно конкурентоспособные.

Н) Усилить роль правительства в наблюдении за рынком, обеспечивая хорошее юридическое сопровождение для развития сектора АСГ.

И) Ликвидировать низкокачественные индустриальные парки АСГ и промышленные базы.

Кооперация между банковской и культурной индустриями

Реализация «Плана активизации культурных индустрий» невозможна без увеличения финансовой поддержки культуры. Правительство планирует поощрять банковские и финансовые учреждения, увеличивающие финансовую поддержку организаций, относящихся к сфере культуры.

Правительство считает необходимым поддерживать профессиональные организации в плане увеличения финансирования посредством первоначальных государственных пожертвований. Необходимо стимулировать консолидацию вошедших в государственный реестр организаций культуры посредством выпуска акций государством и частными компаниями, или другими способами. Поддержка профессиональных компаний сферы культуры в плане выпуска кооперативных облигаций.

Эта поддержка демонстрируется на практике четырьмя соглашениями между руководителями сферы культуры и банковскими учреждениями, а также одной нормативной директивой.

А) «Соглашение о стратегическом сотрудничестве в поддержке развития культурных индустрий», подписанное Министерством культуры и Банком Китая (BOC) 24 апреля 2009 года. По этому соглашению Министерство культуры предоставит Банку список ключевых организаций и проектов, которые необходимо поддерживать. Банк будет обеспечивать эти организации и крупные проекты разнообразными финансовыми услугами, включая коммерческие услуги, инвестиционно-банковские услуги и страхование. Услугами являются кредитование и финансирование, управление наличностью, рынок капитала, финансовые консультации и услуги страхования, консалтинг и обучение, международные расчеты, синдуцированные кредиты и другие финансово-инновационные продукты. Банк Китая также подписал «Стратегическое соглашение по кооперации» с «Китайской группой по искусству и развлечениям» (САЕГ). В рамках данного соглашения Банк обеспечит САЕГ полным пакетом финансовых услуг, включая финансирование и «зеленый свет» в плане кредитования, международные расчеты, зарубежные синдуцированные кредиты, трансграничное управление денежными средствами, финансирование задолженности, слияния и поглощения, управление рисками иностранной валюты.

В) «Соглашение о сотрудничестве в содействии ключевым организациям и проектам для экспорта культуры», подписанное Министерством культуры и Банком Китая по экспортно-импортным операциям (China Eximbank) 9 марта 2009 года. Банк должен предоставить займы или кредит в иностранной валюте, не менее 20 млрд юаней (2,93 млн US\$) с целью экспорта специфической продукции организаций культуры и реализации проектов, рекомендованных Министерством культуры (высококонкурентных и перспективных на мировом рынке). Также China Eximbank и Shenzhen Huaqiang Holdings Limited подписали кредитную линию на 100 млрд юаней (14,7 млрд US\$). Деньги пойдут на реализацию «Стратегического соглашения о поддержке культурных и технологических

индустрий, предназначенных на экспорт». Поддерживать будут самобытную культуру и экспорт технологий, обладающих правами на интеллектуальную собственность, принадлежащих Huaqiang, крупные экспортные проекты и создание индустриального парка культуры и технологий.

С) «Соглашение о стратегическом сотрудничестве в поддержке развития культурных индустрий», подписанное Министерством культуры и Промышленным и коммерческим банком Китая (ICBC) 12 марта 2010 года. Согласно этому документу, ICBC будет активно предоставлять комплексные финансовые инновационные продукты и услуги профессиональным организациям культурной индустрии, ориентируясь на организации, отмеченные «Руководящим указанием Министерства культуры для инвестирования в культурные индустрии», национальные культурно-ориентированные промышленные парки, области, в которых культурные индустрии высоко сконцентрированы, и крупные проекты.

Д) «Стратегический меморандум о сотрудничестве в поддержке развития прессы и индустрии печатного дела», подписанный Главным управлением по делам печати и публикаций» (GAPP) и Банком Китая (BOC) 12 августа 2009 года. Банк получил список ключевых организаций и проектов в издательском деле, рассматривая их как финансовых клиентов премиум-класса. Банк предложил свою поддержку в кредитовании и финансировании, управлении наличностью, на рынках капитала, в финансировании и страховании, консультировании и обучении, международных расчетах, синдуцированных кредитах, финансовых инновациях.

Е) Центральным отделом пропаганды КПК 8 апреля 2009 г. было опубликовано «Руководство по финансовой поддержке активизации и процветания культурных индустрий». Этот документ сочетает «План активизации культурных индустрий» и политическую директиву по интеграции культурных и финансовых индустрий. Детальные предложения включают инновации в кредитных продуктах, улучшение кредитных моделей, расширение размеров прямого финансирования, поощрение страхового рынка культурных индустрий, создание механизмов поддержки, в том числе кредиты субсидирования процентных ставок, субсидии страховых премий, инвестиционные фонды, средства компенсации риска, оценку и урегулирование споров по имущественным правам, связанным с культурными индустриями.

Список литературы:

1. Beijing's New Cultural Revolution, Ideological Guidance and Strategic Discussions // Chinascope. – July/August. – 2010. – P. 6–11.
2. Beijing's Cultural Strategy, Industrial Policies, and Global Practices (Part II) // Chinascope. – November/December. – 2010. – P. 6–13.

Сведения об использованных иллюстрациях:

Иллюстрация содержания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.profi-forex.org/system/news/11_usa.jpg (дата обращения: 20.05.2013).

Ил. 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://aydagid.ru/uploads/china_10.jpg (дата обращения: 20.05.2013).

Ил. 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://newsroom.su/wp-content/uploads/2013/04/Kitajskim-zhurnalistam-zapreshheno-tsitirovanie-inostranny-h-SMI.jpg> (дата обращения: 20.05.2013).

Ил. 3. 24-я Китайская международная выставка искусства снежной скульптуры в Харбине (2012 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://azovtour.ru/wp-content/uploads/02.jpg> (дата обращения: 20.05.2013).

Ил. 4. Дни культуры Китая в Грузии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://p4.img.cctvpic.com/photoworkspace/contentimg/2012/12/19/2012121914121872305.jpg> (дата обращения: 20.05.2013).

Ил. 5. В составе гастролирующего по всему миру художественного коллектива «Культура Китая – праздник весны» китайская певица Сун Цзуин дала 1 марта 2013 г. концерт в Лос-Анджелесе (США) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://russian.people.com.cn/31520/8150897.html> (дата обращения: 20.05.2013).

Ил. 6. В России растет интерес к изучению китайского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.chelny-izvest.ru/content/images/512ca885ce8991361881221.jpg> (дата обращения: 20.05.2013).

Источник: *Культура в современном мире. — 2013. — № 2. — [Электронный ресурс]. —*
Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>