

Хуан Ичэн

Теоретико-методологическое осмысление сущности индустрии культуры в китайском гуманитарном дискурсе

Рассматриваются сущность и содержание понятия «индустрия культуры» в теоретико-методологическом осмыслении китайскими исследователями. Подчеркивается влияние культурной индустрии на формирование отношений в сфере духовной жизни, экономики и политики. Акцентируется внимание на интерпретации содержания и форм индустрии культуры представителями социально-гуманитарных наук Запада и КНР. Отмечается возрастающая роль культурной индустрии в Китае с периода реформ и открытости. В китайском дискурсе культурная индустрия трактуется как инструмент культуризации экономики и экономизации культуры, а политика «мягкой силы» как возможность сохранения наследия страны и усиления ее влияния на международном уровне.

Ключевые слова: культура, индустрия культуры, сущность, гуманитарный дискурс, Китай, теоретико-методологическое осмысление, дело культуры, экономизация, культуризация, «мягкая сила» культуры.

Huang Yicheng

Theoretical and methodological interpretation of the essence of cultural industry in Chinese humanitarian discourse

The article examines the essence and content of the concept of "cultural industry" in the theoretical and methodological understanding of Chinese researchers. The author emphasizes the influence of the cultural industry on the formation of relations in the sphere of spiritual life, economics and politics, focuses on the interpretation of the content and forms of the cultural industry by representatives of the social and humanitarian sciences of the West and China. The article notes the growing role of the cultural industry in China since the period of reforms and openness. In Chinese discourse, the cultural industry is interpreted as a tool for the culturalization of the economy and the economization of culture, and the policy of "soft power" as an opportunity to preserve the country's heritage and strengthen its influence at the international level.

Keywords: culture, cultural industries, entities, humanitarian discourse, China, theoretical and methodological understanding, cultural affair, economization, culturalization, "soft power" of culture.

В китайский гуманитарный дискурс дефиниция «индустрия культуры» вошла относительно недавно. В то время как западноевропейские социологи, философы и экономисты этот феномен начали исследовать в первой половине XX в. Генезис данного понятия прослеживается

в трудах М. Хоркхаймера и Т. Адорно [3], Р. Барта [1], Ж. Бодрийяра [2], У. Эко [6] и др.

На основе критического анализа западноевропейской индустриальной цивилизации М. Хоркхаймер и Т. Адорно пришли к выводу, что индустрия культуры по своей сути антинародна [3]. Это более тонкая и действенная господствующая идеология, дух просвещения, обманывающий массы. По их мнению, индустрия культуры уничтожает индивидуальность людей и делает их «одномерными». Люди все больше теряют рассудок и способность рассуждать под натиском и трансформацией средств массовой информации, становятся пассивными культурными зрителями и потребителями. На взгляд аналитиков, индустрия культуры – это промышленный аппарат по производству единообразных, стандартизированных новинок в сфере искусства. В сущность данного явления они вкладывали негативный аспект, считая, что посредством культурной индустрии государственные институты стремятся манипулировать сознанием масс в капиталистическом обществе. Стандартизированное искусство, на взгляд М. Хоркхаймера и Т. Адорно, не дает человеку ценностных ориентиров, не направлено на духовное обогащение и просвещение, а предстает как разновидность товара, у которого есть потребитель – массы [Там же].

Цель статьи – проанализировать теоретико-методологические подходы к интерпретации понятия «индустрия культуры» в гуманитарном дискурсе Китая.

Государственные и общественные институты Китайской Народной Республики, вступив на путь реформ и открытости в 1970-е гг., приступили к созданию системы современной индустрии культуры. На 5-м пленуме ЦК КПК 15-го созыва в октябре 2000 г. выдвинуты предложения, что необходимо совершенствовать политику индустрии культуры, укреплять создание и управление культурного рынка. Индустрия культуры рассматривалась как важная составляющая генеральной стратегии по экономическому и социальному развитию Китая [7].

В докладе Председателя КНР Цзянь Цзэмина на 16-м Всекитайском съезде КПК была обозначена сущность индустрии культуры. Она интерпретировалась как «процветающая социалистическая культура в условиях рыночной экономики и главный путь удовлетворения потребностей в духовной культуре народных масс» [17]. С этого времени индустрия культуры становится объектом теоретического осмысления представителями китайских социально-гуманитарных наук.

Проявление стратегической политики индустрии культуры Китая определяется тем, что «были выдвинуты объективное требование всестороннего преобразования существующей системы культуры и практические задачи, что вызвало новые реформы в системе китайской культуры» [5, с. 110], т. к. она является продуктом эпохи плановой экономики.

Цзя Сюйдун отметил, что «реформирование системы культуры в Китае началось ... в 80-е гг. прошлого века» [Там же].

Интенсификация социодинамики индустрии культуры в первой четверти XXI в. вызвала в Китае актуализацию научных исследований как научно-теоретических, так и прикладных аспектов развития культурной индустрии. Некоторые аспекты общей теории функционирования индустрии культуры анализируются в работах Ху Хуэйлиня [18], Е Лана [11], Е Циюаня [10] и др. Исследованием типологии и морфологии индустрии культуры занимаются Чжан Вэйпин [14], Чжоу Чжэньхуа [12], Лю Юйчжу и Лю Шифа [9]. Формированию стратегической политики индустрии культуры в Китае посвящены публикации Вэнь Биня [16], Лю Кэли и Луань Юньюй [8], Цзин Ту [4], Цзя Сюйдун [5] и др. Исследования Ху Хуэйлиня, Чжан Цзяньгана и Чжан Сяомина [19], Чжао Цзычжуна [21], Чжан Цзяньхуа [15] посвящены становлению и экономическим проблемам региональных индустрий культуры. Аналитический обзор источников по проблеме становления индустрий культуры в Китае осуществил Фань Чжоу [20].

Таким образом, исследователями в работах акцентировано внимание на аксиологической составляющей сегментов индустрии культуры, на ценностном компоненте в ее структуре. Также подчеркивается значимость индустрии культуры как стратегической сферы общего экономического развития Китая. Проблемы эффективности применения механизма государственно-частного партнерства в отраслях культурной индустрии рассматривают Инь Хун и Ли Бин [13]. Китайские ученые отмечают позитивное воздействие культурных индустрий на контент средств массовой информации. В настоящее время на китайском телевидении особое внимание уделяется созданию многочисленных популярных высококачественных телепрограмм о культуре. В рамках индустрии культуры наблюдается тенденция к продвижению лучших образцов китайской культуры и искусства посредством выпуска высокотехнологичных и качественных программ о культуре. Количество таких программ постоянно растет, а их качество улучшается, поскольку культура и искусство признаются важной «мягкой силой» Китая.

Учеными индустрия культуры интерпретируется как оптимальный инструмент реализации государственной политики в сфере традиционной культуры. Индустрия культуры трактуется также как производственная цепочка, состоящая из культурного творчества, культурного производства, культурной коммуникации, культурного потребления, культурных услуг и культурных обменов, сформировавшаяся на основе современного производства и информационно-коммуникационных технологий. Многие китайские исследователи, используя понятие «индустрия культуры» в позитивном смысле, отмечают ее роль в содей-

ствии экономическому и духовному росту китайского народа, констатируя, что за последние четыре десятилетия она сделала значительный прорыв в своей социодинамике [5; 10; 19; 20].

В то же время в научной терминологии Китая, основанной на традиционном дуализме «инь» – «ян», используются понятия, связанные с культурной индустрией: «дело культуры» (文化事业, вэньхуа шиэ) и «индустрия культуры» (文化产业, вэньхуа чаньэ). «Дело культуры» находится под контролем государства и ориентировано на решение духовных и некоммерческих задач в обществе, тогда как «индустрия культуры» функционирует в сфере рыночных отношений. Это различие официально зафиксировано в документах правительства Китая, определяя четкие области деятельности для каждого из этих терминов в культурной сфере страны. Следовательно, в Китае культурные индустрии в экономическом контексте отделены от общественных культурных инициатив, инвестиционной системы, налогов, финансов, импорта и т. д. Индустрия культуры – это отрасль, сосредоточивающаяся на производстве культурных продуктов и предоставлении культурных услуг.

В настоящее время индустрия культуры становится общепризнанным явлением в КНР, так как китайская экономика перешла из эпохи индустриальной экономики в эпоху постиндустриальной экономики. Характерной чертой этого переходного периода является то, что происходит трансформация общества из производящего товары в обеспечивающего услуги. В этом процессе главный способ развития производства, основанный на переработке природных материалов, превратился в способ развития, основанный на информации, знаниях и культуре.

В современных условиях усиливается слияние культуры с экономикой и политикой, культура «все более превращается в источник единства и творческой силы народа, <...> становится ключевым фактором синтеза мощи и преимуществ государства. В этом контексте развитие культуры с применением способов индустриализации и маркетинга непременно приведет к новым изменениям в отношениях культуры с экономикой и политикой» [5, с. 113].

Сегодня индустрия культуры имеет огромное пространство для развития в тесном взаимодействии с национальными постиндустриальными экономическими системами Китая и Беларуси.

Индустрия культуры в Китае как один из важных компонентов национальной экономики заняла уникальное положение и является частью мейнстрима. Сейчас заметно изменился способ производства культуры, созданы разнообразные культурно-развлекательные продукты и услуги, обогатилась духовно-культурная жизнь людей.

1. Барт, Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт ; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. – М. : Изд-во им. Сабашиных, 2003. – 512 с.

Тэорыя і гісторыя культуры

2. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. С. Зенкина. – М. : Рудомино, 1999. – 225 с.
3. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно ; пер. с нем. М. Кузнецова. – М. ; СПб. : Медиум : Ювента, 1997. – 312 с.
4. Цзин Ту. Вспоминая год минувший / Цзин Ту // Китай. – 2020. – № 1. – С. 37–49.
5. Цзя Сюйдун. Культурная политика и индустрия Китая в контексте глобализации / Цзя Сюйдун ; пер. с кит. К. А. Аммосовой // Век глобализации. – 2018. – № 2. – С. 101–114.
6. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Умберто Эко ; пер. с итал.: В. Резник, А. Погоняйло. – СПб. : Symposium, 2004. – 543 с.
7. 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议 // 人民日报. – 2000年 10月 19日 – 第 1版. = Рекомендации ЦК КПК по разработке десятого пятилетнего плана экономического и социального развития // Народная газета. – 2000. – № 1. – 19 октября.
8. 刘克利, 栾永玉《中国文化体制改革与建设研究》, 北京, 中国人民大学出版社, 2009年版, 229页. = Лю Кэли. Исследование реформы строительства и культурной системы Китая / Лю Кэли, Луань Юньюй. – Пекин : Изд-во Китайского нар. ун-та, 2009. – 229 с.
9. 刘玉珠, 柳士法《文化市场学》, 上海, 上海文艺出版社, 2002年版, 312页. = Лю Юйчжу. Культурный маркетинг / Лю Юйчжу, Лю Шифа. – Шанхай : Шанхайское изд-во лит. и искусства, 2002. – 312 с.
10. 叶取源, 王永章, 陈昕《中国文化产业评论》, 上海, 上海人民出版社, 2004年版, 384页. = Е Циюань. Обзор индустрии культуры Китая / Е Циюань, Ван Юнчжан, Чэнь Синь. – Шанхай : Шанхайское нар. изд-во, 2004. – 384 с.
11. 叶朗《中国文化产业年度发展报告: 2004》, 长沙, 湖南人民出版社, 2004年版, 436页. = Е Лан. Годовой отчет о развитии индустрии культуры Китая / Е Лан. – Чанша : Нар. изд-во Хунани, 2004. – 436 с.
12. 周振华《信息化与产业融合》, 上海, 上海三联书店, 上海人民出版社, 2003年版, 494页. = Чжоу Чжэньхуа. Информатизация и промышленная интеграция / Чжоу Чжэньхуа. – Шанхай : Изд-во Санлиан : Шанхайское нар. изд-во, 2003. – 494 с.
13. 尹鸿, 李彬《全球化与大众传媒》, 北京, 清华大学出版社, 2002年版, 384页. = Инь Хун. Глобализация и средства массовой информации / Инь Хун, Ли Бин. – Пекин : Изд-во ун-та Цинхуа, 2002. – 384 с.
14. 张维迎《博弈论与信息经济学》, 上海, 上海三联书店, 上海人民出版社, 1996年版, 364页. = Чжан Вэйпин. Теория игр и информационная экономика / Чжан Вэйпин. – Шанхай : Изд-во Санлиан : Шанхайское нар. изд-во, 1996. – 364 с.
15. 张荐华《欧洲一体化与欧盟的经济社会政策》, 北京, 商务印书馆, 2001年版, 257页. = Чжан Цзяньхуа. Европейская интеграция и экономическая и социальная политика ЕС / Чжан Цзяньхуа. – Пекин : The Commercial Press, 2001. – 257 с.
16. 文斌《试论当代中国文化体制改革的历程及其基本经验》, 《江西科技师范学院学报》. – 2006. – № 6. – Р. 87–90. = Вэнь Бинь. О реформе современной китайской культурной системы и ее базовом опыте / Вэнь Бинь // Журнал Университета науки и технологий Цзянси. – 2006. – № 4. – С. 87–90.
17. 江泽民《全面建设小康社会开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》 / 江泽民 //人民日报. – 2002年 11月 18日. = Цзян Цзэминь. Всестороннее строительство общества малого достатка, открыть новые перспективы для дела социализма с китайской спецификой. Доклад на 16-м Всекитайском съезде КПК / Цзян Цзэминь // Народная газета. – 2002. – № 1. – 18 ноября.
18. 胡惠林《文化产业发展的中国道路》, 上海, 上海人民出版社, 2004年版, 324页. = Ху Хуэйлинь. Путь Китая к развитию индустрии культуры / Ху Хуэйлинь. – Шанхай : Шанхайское нар. изд-во, 2004. – 324 с.
19. 胡惠林, 章建刚, 张晓明《2005年: 中国文化产业报告》, 北京, 社会科学文献出版社, 2005年版, 364页. = Ху Хуэйлинь. Отчет о развитии культурной индустрии

Китая за 2005 г. / Ху Хуэйлинь, Чжан Цзяньган, Чжан Сяомин. – Пекин : Изд-во лит. по общественным наукам, 2005. – 364 с.

20. 范周《文化产业论纲》，北京，社会科学文献出版社，2016年版，304 页。 = *Фань Чжоу*. Обзор культурной индустрии / Фань Чжоу. – Пекин : Изд-во лит. по общественным наукам, 2016. – 304 с.

21. 赵子忠《内容产业论：数字新媒体的核心》，北京，中国传媒大学出版社，2005年版，148页。 = *Чжао Цзычжун*. Теория индустрии контента: ядро новых цифровых медиа / Чжао Цзычжун. – Пекин : Изд-во Коммуникационного ун-та Китая, 2005. – 148 с.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 28.10.2024.