# Содержание

[Введение 3](#_Toc196794021)

[1. Современное книгоиздание в Китае 5](#_Toc196794022)

[1.1. Принципы организации книжной отрасли 5](#_Toc196794023)

[1.2. Правовое регулирование издательской деятельности 20](#_Toc196794024)

[1.3. Издательская продукция: особенности, статистика продаж 29](#_Toc196794025)

[2. Книгораспространение в Китае 36](#_Toc196794026)

[2.1. Система книгораспространения в Китае 36](#_Toc196794027)

[2.2. Экспортные, импортные операции с книжной продукцией в Китае 56](#_Toc196794028)

[Заключение 65](#_Toc196794029)

[Список использованных источников 67](#_Toc196794030)

[Приложение 1 70](#_Toc196794031)

[Приложение 2 71](#_Toc196794032)

[Приложение 3 72](#_Toc196794033)

[Приложение 4 73](#_Toc196794034)

[Приложение 5 74](#_Toc196794035)

[Приложение 6 75](#_Toc196794036)

[Приложение 7 76](#_Toc196794037)

[Приложение 8 77](#_Toc196794038)

# Введение

Если сейчас совершить прогулку по книжным магазинам в Китае, то можно заметить, что ассортимент книг становится богаче с каждым днем: это китайские и иностранные книги, древняя и современная литература, научные и детские книги.

До 80 годов прошлого века издательское дело Китая рассматривалось, как важная составная государственной идеологической надстройки общества. В то время газеты, издательства, журналы являлись государственными органами. В их руках находился весь издательский рынок, а все государственные книжные магазины «Синьхуа» монополизировали книжный рынок сбыта, как оптовой, так и розничной торговли. В начале 80 годов, в ходе проведения политики реформ и открытости, в сфере розничной книжной торговли появились небольшие книжные магазины на личных началах. Это и послужило началом развития народного книжного бизнеса в Китае.

В конце 2001 года Китай стал членом ВТО, и народный книжный бизнес встретил свою весну. В целях реализации взятых на себя обязательств Китай заметно ускорил шаги по преобразованию в издательской сфере. Особенно в мае прошлого года, когда началась реализация «Положений управления деятельности предприятий по изданию и сбыту книжной и газетной и другой печатной продукции на иностранном капитале», для иностранных предпринимателей был официально открыт доступ в сферу розничной торговли печатными изданиями, газетами и журналами в Китае.

На данный момент Книгоиздание Китая изучено недостаточно полно. В учебно-практических пособиях по издательскому делу, как правило, не рассматриваются в достаточной мере вопросы книгоиздания в Китае. В основном эти вопросы рассматриваются на уровне статей. Кроме того, практически нет исследований по вопросу книгораспростаранения в Китае. Мало работ проводят сравнение практики книгоиздания в КНР с Российской Федерацией.

Данные обстоятельства определяют актуальность исследования книгоиздания в Китае на современном этапе.

Целью дипломной работы является раскрытие основных вопросов издательской деятельности в Китае на современном этапе.

В рамках данной цели поставлены следующие задачи:

- исследование состояния и перспективы развития рынка печатной продукции в Китае;

- рассмотрение принципов организации книжной отрасли;

- изучение правового регулирования издательской деятельности;

- рассмотрение видов издательской продукции, статистики продаж;

- книгораспространение в Китае, в частности раскрытие системы книгораспростаранения в Китае и экспортные и импортные операции с печатной продукцией.

Предметом дипломного исследования являются практические вопросы, освещающие предпосылки, направления и приемы функционирования книгоиздательской деятельности в Китае.

Объектом исследования являются издательства и сопряженные с ними полиграфические, сбытовые и потребительские сферы выпуска и продажи книжной продукции.

Теоретической и методологической основой дипломного исследования послужили работы в области Китая, а также по проблемам в издательской деятельности как Аленичев В., Кузин Ф., Даньшина И., Дымов А., Майсурадзе Ю.Н., Серебряный А.Я., Телешевская А.М., Фицджеральд С.П. и др.

В качестве источников использовалась информация из периодической печати по вопросам книжного дела Китая, а также статистические данные КНР.

Структура дипломной работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

# 1. Современное книгоиздание в Китае

## 1.1. Принципы организации книжной отрасли

Китай — мировая цивилизация, богатая историческими и культурными традициями.

1 октября 1949 г. явилось эпохальной вехой в истории Китая. Провозглашение Китайской Народной Республики ознаменовало на национально-государственном уровне новые идеологические подходы к глобальным задачам экономического, социального и культурного возрождения страны. После 30-ти лет почти непрерывных войн китайский народ получил возможность приступить к мирному хозяйственному строительству.

Начало преобразования Китая из отсталой страны в передовое государство было неотделимо от идеологической установки на создание не только мошной экономической базы, но и новой, проникнутой социалистическим духом, культуры. Программным стало заявление Мао Цзэдуна: «Мы хотим уничтожить ту старую культуру китайской нации, которая неотделима от старой политики и старой экономики, и создать новую культуру китайской нации, также неотделимую от новой политики и новой экономики»[[1]](#footnote-1)1.

Создание новой культуры было невозможно без развития книжного дела, формирования книжной культуры. После образования КНР книжное дело в стране развивалось высокими темпами. Создается целый ряд крупных государственных издательств, эффективно осуществляется реорганизация частных издательских предприятий. Уже к концу 1956 г. в Китае насчитывалось 101 издательство (82 государственных и 19 частно-государственных), из которых 54 были центрального подчинения и 47 —местного (в провинциях и автономных районах).

В этот период также существенно укреплялась материально-техническая база полиграфии и книгораспространения. Издательская практика получила всё необходимое для решения намеченных задач.

После создания Китайской Народной Республики правительство сразу приступило к реорганизации частных предприятий, в том числе и частных издательств.

В Шанхае одни частные издательства ликвидировались, другие объединялись в частно-государственную структуру «Шанхайсиньвэньи», («Новая литература и искусство Шанхая»), формирование которой началось в 1952 г. Первоначально в «Шанхайсиньвэньи» входило несколько издательств («Хайиан», «Чуни» и др.). В октябре 1955 г. в эту структуру влились «Пинмин», «"Вэньиляянхэ», «Гуанмин», «Цаофэн» и «Шанхайчубаньгунсы».[[2]](#footnote-2)2

Этот крупный центр по выпуску художественной и искусствоведческой литературы взял на себя задачу организационной перестройки всей издательской деятельности в Шанхае, которая была связана с данной тематикой. Здесь же решались вопросы авторского права на перевод зарубежных книг, в том числе советских авторов.

Основная часть книжной продукции принадлежала частно-государственным издательствам: «Чжонгочиннянь», «Шоняэртон», «Цзо Цзя», «Жэньминьвэньсюй», «Цзянсужэньминь», «Ляонинжэньминь», «Хубэйжэньминь»). [[3]](#footnote-3)3

Если сейчас совершить прогулку по книжным магазинам в Китае, то можно заметить, что ассортимент книг становится богаче с каждым днем: это китайские и иностранные книги, древняя и современная литература, научные и детские книги. Пекинский Дом книги является крупным оптово-розничным книжным магазином. Каждый день с момента открытия магазина в нем всегда полно посетителей. В море книг они выбирают интересующие их издания и одновременно знакомятся с новинками книжного рынка.

За последние годы объем реализации Пекинского Дома книг сохраняет темпы развития 20% в год. В 2005 году общий оборот по продаже книг составил 440 миллионов юаней (58,7 миллиона долларов).

Динамичное развитие книжной индустрии в настоящее время и ее застой в прошлом образуют резкий контраст. В издательской сфере Китая многие годы наблюдалась государственная монополия и большинство издательств были непроизводственными организациями и учреждениями. Они не ставили цели получения прибыли, поэтому и не заботились о конъюнктуре рынка, немало предоставленных ими печатных произведений не пользовалось большим спросом среди читателей.

Для того чтобы соответствовать требованиям рыночной экономики, с конца прошлого столетия в Китае началась реформа книгоиздания. В связи с этим китайские издательства постепенно трансформируют управленческий механизм, благодаря чему появилось много издательств, конкурентоспособных на рынке печатной продукции. В 2002 году была официально создана Китайская издательская корпорация, это крупнейшее в Китае издательское предприятие, состоящее более чем из 10 издательств.

В 2004 году Китайская издательская корпорация выпустила большую партию книг. Она включала в себя классическую литературу, историю, философию, научно-популярные книги, искусство, справочные пособия, а также иностранные классические произведения на китайском языке. Это крупнейшее в Китае собрание книг. Ныне продукция Китайской издательской корпорации составляет свыше 7% от общего количества выпускаемой в стране литературы.

На протяжении коротких десяти с лишним лет издательское дело Китая осуществило переход от плановой системы к рыночной. После этих преобразований ощутился заметный подъем в работе издательских предприятий. По мере проведения реформ издательское дело Китая будет продолжать динамично развиваться.[[4]](#footnote-4)4

Книжная отрасль Китая существенно изменила свою структуру. В 2003 г. в Пекине открыли книжный рынок, а в 2005 г. — крупные книготорговые пункты в регионах, так называемые «Дома читателей». Сегодня ряд книжных домов формируют собственные корпорации, некоторые из них уже включают более 200 магазинов, а также созданы межрегиональные каналы книгораспространения. В Китае действуют 77 книжных домов. [[5]](#footnote-5)5

Книжные дома быстро развиваются. Так, на центральной Пешеходной улице (Вайфуцзин) находятся: крупнейший государственный шестиэтажный книжный магазин, частный магазин и магазин издательства иностранной литературы, работающие на современных информационных технологиях, где тщательно все продумано — от планировки торговых залов до выкладки товара, позволяя им оказывать высокий сервис обслуживания. Надо сказать, что китайцы — удивительно трудолюбивый и энергичный народ. Они оперативно перенимают лучшие зарубежные новации и в короткие сроки реализуют их на собственных предприятиях. Экспозиция книжной индустрии продемонстрировала высокий уровень культуры двух народов, столкновение двух эпох — Китая XXI века и Китая советской эпохи, где с прогрессивными идеями граничат жесткая дисциплина и «цивилизованные» взаимоотношения, где продолжают читать В. .Ленина, К. Маркса, Н. Островского.

За время проведения политики реформ и открытости с 1978 года издательское дело в Китае получило бурное развитие. Книги, газеты и журналы, издаваемые в Китае, отличаются богатством тематики и содержания, они освещают самые разнообразные сферы научной и общественной жизни, играя все более важную роль в пропаганде политики партии и государства. Они в полной мере отражают успехи, достигнутые страной в ходе проведения реформ и открытости, знакомят аудиторию с новыми достижениями Китая в экономическом строительстве, распространяют научные и культурные знания. Для внедрения в жизнь курса «наука и техника — первейшая производительная сила» и осуществления стратегии «подъем страны за счет прогресса науки и образования» право на приоритетное развитие получила научная и техническая периодика. Непрерывно растет удельный вес научно-технических журналов и газет в общем объеме периодических изданий страны. В них ежегодно публикуется примерно 260 тыс. статьей, касающихся самых широких научно-технических тематик. По мере неуклонного роста использования информационных данных этих журналов и газет в мировом масштабе, их авторитет возрастает раз от разу.[[6]](#footnote-6)6

Среди периодических изданий — будь то общественно-политических, естественнонаучных или научно-технических — имеется немало солидных, обладающих высокой практической ценностью и ярко выраженной научной направленностью. Среди естественнонаучных журналов являются «Системология и математика», «Аэронавтика», «Охрана окружающей среды», «Компьютерная техника». Наиболее престижными общественно-политическими изданиями считаются журналы «Цюши» («Стремление к истине»), «Общественные науки Китая», «Юридические науки», «Китайская женщина», «Китайская молодежь», «Исторические исследования», «Демократия и законность». А среди литературно-художественных журналов наиболее популярны «Народная литература», «Семья», «Кино для всех», «Новый спорт». Постоянное широкое внедрение достижений современных технологий, в особенности электронной и компьютерной техники, значительно способствует качественному совершенствованию периодических изданий. Целый ряд газет и журналов покорил сердца читателей своим оригинальным стилем и высоким качеством полиграфии. По художественному оформлению и печати многие из этих изданий достигли или приблизились к мировому уровню.

За 50 лет КНР культура и искусство Китая развивались зигзагообразно. В начальный период КНР культура и искусство добились заметных успехов и развивались гладко. После 50 гг., особенно в период десятилетней «культурной революции» культура и искусство Китая подверглись жестокому попранию, творческие силы на ниве культуры и искусства были скованы, на поприще литературы и искусства царила пустота.

В Китае имеется два информационных агентства: «Синьхуа» и «Чжунго».

Агентство «Суньхуа» — государственное информационное агентство, штаб-квартира находится в Пекине. Его главная задача — подготовка и распространение важной информации, касающейся политики, экономики, культуры Китая и всего мира. С 1944 г. агентство «Суньхуа» готовит информацию для за рубежа на английском языке, в 1948 г. оно открыло свое первое отделение за рубежом. С 50-х гг. агентство «Суньхуа» постепенно становится одним из ведущих мировых агентств. Оно имеет отдел информации для зарубежных стран и отдел международной информации, в Европе, АТР, на Среднем Востоке, в Латинской Америке, Африке и т.д. работают региональные отделения, в ОАР Сянган, Аомэне, в 100 с лишним странах и районах мира открыты отделения. В настоящее время агентство «Суньхуа» распространяет информацию для зарубежных стран на китайском, английском, французском, русском, испанском и арабском языках, а также передает фотоматериалы и тематические пресс-релизы. В Сянгане и зарубежных странах агентство «Суньхуа» имеет службы выпуска и распространения своих информационных бюллетеней, в Сянгане, Париже и Лондоне — службы выпуска и распространения фотоматериалов. В Азии, Латинской Америке, на Среднем Востоке, в Африке, Северной Америке, Западной и Восточной Европе учреждены службы телетайпной информации, которые предоставляют местной прессе, радио и телеграфным агентствам информацию на разных языках. Головное учреждение агентства «Суньхуа» и его зарубежные отделения соединены специальной сетью связи; агентство заключило соглашения об обмене информацией и фотоматериалами с зарубежными агентствами и отделами политических новостей более 80 стран мира.

Агентство «Чжунго» — второе крупное агентств Китая, его штаб-квартира находится в Пекине, рассчитано на обслуживание проживающих на границей китайских эмигрантов, китайцев, живущих в ОАР Сянгане, Аомэне и на Тайване. Оно создано в 1952 г., с 1 октября того же года начало официально выдавать и пересылать авиапочтой информацию для других стран мира.

Агентство «Чжунго» открыло в 23 провинциях, городах центрального подчинения, автономных районах, а также в ОАР Сянган, Аомэне свои отделения и корпункты, а в США, Японии, Франции и Австралии — отделения.

Агентство «Чжунго» — комплексное агентство, располагает разными современными методами и средствами передачи информации, диапазон его работы широкий, в его главную задачу входят предоставление зарубежным китаеязычным средствам массовой информации и организациям китайских эмигрантов информации, фотоматериалов, пресс-релизов, видео и аудиопродукции. Как важный канал обмена между обеими сторонами Тайваньского пролива агентство посылает корреспондентов на Тайвань, а также принимает в своих стенах тайваньских коллег.[[7]](#footnote-7)7

В 1950 г. во всей стране насчитывалось 205 названий газет, их годовой тираж в общей сложности составлял чуть более 400 млн. экземпляров. С 80-х гг. издание газет развивается очень быстро, сложилась многоярусная и разносторонняя газетная индустрия, центром которой является партийная печать. Наряду с партийными изданиями и органами общественных организаций, в Китае издаются дневные, вечерние, утренние и еженедельные газеты, газеты для крестьян, рабочих, предприятий и разных специалистов. Некоторые газеты печатают преимущественно экономическую и научно-техническую информацию, другие удовлетворяют культурные нужды народных масс. В настоящее время в число общекитайских газет входят: «Жэньминь жибао» (ежедневная «Народная газета») и ее зарубежные выпуски, «Гуанмин жибао» (ежедневная газета «Свет»), «Цзинцзи жибао» (ежедневная «Экономическая газета»), «Цзефанцзюнь бао» (газета «НОАК»), «Чайна дейли» (ежедневная газета «Китая» и т.д.

8 июня 1998 г. одновременно образованы две газетные корпорации центрального подчинения — группа «Гуанмин жибао» и группа «Цзинци жибао». 25 июля того же года в Шанхае создана объединенная газетная корпорация изданий «Вэньхой бао» и «Синьминь ваньбао». Это крупные шаги в реформе средств массовой информации, они означают вступление отечественной газетной индустрии в новый этап развития.

За время проведения политики реформ и открытости с 1978 г. издательское дело в Китае получило бурное развитие. Книги, газеты и журналы, издаваемые в Китае, отличаются богатством тематики и содержания, они освещают самые разнообразные сферы научной и общественной жизни, играя все более важную роль в пропаганде политики партии и государства. Они в полной мере отражают успехи, достигнутые страной в ходе проведения реформ и открытости, знакомят аудиторию с новыми достижениями Китая в экономическом строительстве, распространяют научные и культурные знания. Для внедрения в жизнь курса «наука и техника — первейшая производительная сила» и осуществления стратегии «подъем страны за счет прогресса науки и образования» право на приоритетное развитие получила научная и техническая периодика. Непрерывно растет удельный вес научно-технических журналов и газет в общем объеме периодических изданий страны. В них ежегодно публикуется примерно 260 тыс. статей, касающихся самых широких научно-технических тематик. По мере неуклонного роста использования информационных данных этих журналов и газет в мировом масштабе, их авторитет возрастает раз от разу.[[8]](#footnote-8)8

Среди периодических изданий — будь то общественно-политических, естественнонаучных или научно-технических — имеется немало солидных, обладающих высокой практической ценностью и ярко выраженной научной направленностью. Назовем лишь некоторые из них. Лучшими среди естественнонаучных журналов являются «Системология и математика», «Аэронавтика», «Охрана окружающей среды», «Компьютерная техника». Наиболее престижными общественно-политическими изданиями считаются журналы «Цюши» («Стремление к истине»), «Общественные науки Китая», «Юридические науки», «Китайская женщина», «Китайская молодежь», «Исторические исследования», «Демократия и законность». А среди литературно-художественных журналов наиболее популярны «Народная литература», «Семья»[[9]](#footnote-9)9, «Кино для всех». Постоянное широкое внедрение достижений современных технологий, в особенности электронной и компьютерной техники, значительно способствует качественному совершенствованию периодических изданий. Целый ряд газет и журналов покорил сердца читателей своим оригинальным стилем и высоким качеством полиграфии. По художественному оформлению и печати многие из этих изданий достигли или приблизились к мировому уровню.

По мере всестороннего развития общества и экономики в стране достигнуты огромные успехи в книгоиздании. Особенно в 90-х гг. поэтапное создание системы социалистической рыночной экономики дает новый импульс издательскому делу, а развитие экономики, науки, техники и культуры обещает огромный рынок издательской продукции. Благодаря постепенному созданию системы макроуправления на всех уровнях, издательское дело как и другие сферы, так же обрело шансы на здоровое развитие.

Так, вышли в свет 1169 книг, вошедших в план по изданию важнейших книг на период восьмой пятилетки, причем положительный и экономический эффект от этого послужил хорошим примером для всей издательской отрасли. В план по выпуску важных книжных изданий на девятую пятилетку, принятый Государственный управлением по делам прессы и печати, входят 1200 наименований издательской продукции. Из них 353 приходится на общественные науки, 299 — на естественные науки и техники, 181 — на литературу и искусство. Этот план впервые предусматривает выпуск общедоступных и научно-популярных изданий, а также различного рода детской литературы. На основе государственного плана и при содействии государства издательскими организациями на местах также разработаны и осуществляются планы по выпуску ряда приоритетных изданий.

Сегодня в стране насчитывается 205 издательств, специализирующихся на выпуске аудио- и видеоизданий, 93 издательства, которые выпускают аудио- и видеокассеты для комплектования своей печатной продукции. Еще более 260 предприятий занимается тиражированием аудио- и видеоматериалов. В Китае индустрия по выпуску аудио-, видео- и электронной издательской продукции оснащена прогрессивной техникой и передовыми технологиями. В перечень продукции этой отрасли входят граммофонные пластинки, аудио- и видеодиски в полном ассортименте. В последние годы научно-технические и просветительские аудио- и видеоматериалы занимают очень важное место в аудио- и видеоиздании Китая. Отмечен значительный прогресс аудио- и видеоизданий как с художественной, так и с идеологической точки зрения. Песенный сборник «Караоке», созданный по инициативе Управления по делам прессы и печати других организаций и состоящий из 1000 китайских и иностранных музыкальных произведений, одновременно издан в виде книги, аудио- и видеокассет и лазерных видеодисков. Такого рода издания оживляют культурную жизнь и досуг народа, способны потеснить на аудио- видеорынке заморскую продукцию.

По мере ускорения информатизации общественной жизни в стране с начала 90-х гг. за короткий срок сформировался рынок электронной издательской продукции, который сегодня уже приобрел известные масштабы с точки зрения спроса и предложения. Ныне в реестре Управления по делам прессы и печати числится 36 издательских организаций, занятых в выпуске электронной продукции. Ими подготовлено в общей сложности более 200 видов электронных изданий. Среди этих изданий уже есть свои бестселлеры. Например, видеодиски «Мир принадлежит народу», «Энциклопедия Китая», «Китайское народное изобразительное искусство», «Искусство Китая всех эпох», «Пещеры Могао в Дуньхуане», Императорский дворец «Гугун», «Фармакопея Китая», «Полное собрание законодательных актов КНР», «Китайская иглотерапия» и др.[[10]](#footnote-10)10

Китайское международное издательское объединение играет важную роль в культурном обмене Китая с заграницей. Эта крупная издательская организация сочетает функции издания, печати и распространения книг и периодических изданий на иностранных языках, включая 7 наименований журналов в 32 региональных изданиях. Это журналы: «Бэйцзин ревью», «Китая сегодня», «Китая», «Народный Китай», «Репортажи из Китая», «Китай и Африка» и «Китайская литература». При данном объединении учреждено 11 издательств (в том числе и известные во всем мире Издательство литературы на иностранных языках и издательство «Синьсин», которые ежегодно выпускают около тысячи различных наименования книг на 20 иностранных языках. Среди них монография «Пятитысячелетие живописи Китая», выпущенная Издательством литературы на иностранных языках в сотрудничестве с издательством Йельского университета США, приковала широкое внимание мировой общественности. Сборники «Китай: факты и мифы», брошюры «Обзор по Китаю», «Потала», «Это — КНР и «Лотос», изданные издательством «Синьсин» в различных региональных вариантах, распространяются более чем в 190 странах и регионах мира, они играют важную роль в содействии международной общественности в понимании Китая. В США, Англии, Японии, Египте, Танзании и Сянгане данное объединение учредило собственные дочерние компании и филиалы с целью интенсификации обмена с зарубежными странами. Китайская компания международной книжной торговли, подчиняющаяся этому объединению, занимается распространением различных книг и периодических изданий в 82 странах и районах мира. Эта компания ежегодно проводит «китайские книжные выставки" в других странах мира.

«Учжоу чуаньбо чжунсинь» (издательский центр «Пяти континентов») является неправительственным международным органом, занимающимся главным образом выпуском и распространением аудио- и видеопродукции, включая кино- и телепрограммы. Его издания, дублированные или напечатанные на многих языках, распространяются более чем в 150 странах и регионах мира. С 1993 г., когда было создано это издательство, оно выпускает кино- и телепрограммы объемом в сотни часов и около 100 наименований книг в среднем в год. Его издания главным образом знакомят зарубежную аудиторию с основными направлениями жизни современного Китая, воспевают богатство китайской культуры, отражают ход реформ и открытости, модернизации Китая, отвечают на вопросы, приковывающие внимание общественности всего мира, а также знакомят с обычаями и нравами народов Китая.[[11]](#footnote-11)11

Информационный центр Китая в сети «Интернет» был открыт 1 января 1997 г. Он располагает богатейшей информацией о Китае. Самая высокая частота вхождения в банк данных центра достигает 100 тыс. раз в сутки. Иностранцы составляют 90 процентов электронных посетителей Информационного центра Китая. К концу апреля 2006 г. принято более 3800 посланий по электронной почте. Как правило, не менее 70 процентов абонентов дают высокую оценку информационным данным и услугам этого центра.

В настоящее время на платформе этого информационного центра открыто 12 рубрик общим объемом в 6020 мегабайт, а именно: «Последние известия», «Дружественные связи», «Хроника главных событий в Китае», «Новости из Китая», «Фокус», «Белые книги китайского правительства», «Пресс-конференции», «Экономика и предприятия Китая», «Краткие сведения о Китае», «Книгоиздание», «Репортажи со всех концов страны», «Экран». Более того, по случаю важных государственных событий на платформе этого информационного центра неизменно открываются специальные рубрики с выпусками соответствующей информации, что с одобрением встречается китайскими и зарубежными пользователями. В 1998 г. Информационный центр Китая в сети «Интернет» открыл специальную справочную платформу, предназначенную для знакомства с вопросом прав человека в Китае и положением в Тибете.

В китайской цивилизации, длящейся несколько тысячелетий, древняя художественная литература является ценным культурным наследием. Наряду с большим количеством сказок, найденных в литературных памятниках, поэтическая антология «Шицзин» («Книга песен», составленная в VI в. до н.э., стала первым в Китае сборником стихотворений. В ней собрано 305 народных песен периода от эпохи Западная Чжоу до периода Весны и Осени, они вместе с «Чуцы» («Чуские строфы», написанные Цюй Юанем в период Воюющих царств, являются бессмертными классическими произведениями в истории эпохи Китая. Вслед за этим проза предциньской эпохи, великолепная рифмованная проза «Ханьфу» и «Стихи из музыкальной палаты» («Юефу») конца Ханьской династии отражают характер художественной литературы тех эпох. Еще более известные всем произведения - «Исторические записки» Сыма Цяна и пятисловные стихи «Павлины летят на юго-восток». Стихи и проза династий Вэй и Цзинь, представленные политиком и литератором Цао Цао и его сыновьями Цао Пи и Цао Чжи, стали знамением прогрессивной литературы последующих поколений, жанр их произведений отличается горячностью и силой. При династии Тан уровень стихосложения и прозы достиг вершины, в то время творили тысячи знаменитых поэтов, а классических шедевров стихотворного искусства более 50 тыс. Поэты тех времен Ли Бо, Ду Фу, Бо Цзюйи - гордость китайского народа. Эпоха династии Сун замечательна выдающимися достижениями нового поэтического жанра «цы». Тогда существовали две школы поэтов по жанру «цы»: первая была представлена Лю Юном и Ли Цинчжао и названа «изящной и сдержанной»; представители же второй школы - школы «дерзкой и вольной» — это Су Ши и Синь Цицзи. В годы правления династии Юань высшим достижением литературы были «цзацзюй» («смешанные пьесы»), произведения «Обида Доу Э» Гуань Ханьцина и пьеса «Западный флигель» драматурга Ван Шифу принадлежат к непревзойденным шедеврам этого жанра. «Троецарствие» Ло Гуаньчжуна, «Речные заводи» Ши Найаня, «Путешествие на запад» У Чэньэня и «Сон в красном тереме» Цао Сюенциня своим глубоким историческим и литературным значением и оригинальным художественным стилем славятся как в древности, так и сегодня.[[12]](#footnote-12)12

Движение за новую культуру, которое началось с 20-х гг. ХХ в., по своему характеру было антиимпериалистическим и антифеодальным. Прогрессивные писатели, лучшим представителем которых был Лу Синь, положили начало новейшей литературе Китая. Повести «Записки сумасшедшего», «Подлинная история А-Кью» Лу Синя, сборник стихов «Богиня» Го Можо, роман «Перед рассветом» Мао Дуня, трилогия Ба Цзиня «Стремительное течение» («Семья», «Весна» и «Осень»), роман «Рикша» Лао Шэ и пьесы «Гроза» и «Восход солнца» Цао Юя являлись наилучшими произведениями этого периода.

В Китае действуют самые разные библиотеки: публичные, вузовские, библиотеки научно-исследовательских организаций, профсоюзов, государственных учреждений и общественных организаций, военных частей НОАК, начальных и средних школ, а также библиотек волостно-поселковых предприятий и библиотеки (читальные залы) в жилых кварталах. К концу 1997 г. в стране насчитывалось 2600 публичных библиотек уездного уровня и выше. 1100 вузовских библиотек, 8000 библиотек в системе научно-исследовательских организаций, а также множество других библиотек. Китайская государственная библиотека является самой крупной в Азии.

В последние годы значительно увеличились капиталовложения в библиотечное дело станы. В большинстве из них перестроены или построены новые книгохранилища, оснащенные современной техникой, включая компьютеры, аппараты для копирования и чтения микрофильмов, копировальные аппараты, аудиовизуальные устройства. Усиливается роль библиотек в социалистическом строительстве как центра сбора, обработки, хранения и распространения информации. Все библиотеки страны стараются повышать качество обслуживания путем продления времени работы, введения режима «открытых полок», увеличения читательских мест, упрощения процедуры оформления абонентской карточки. Более того, они организуют для читателей такие мероприятия, как выставки, доклады, конкурсы-викторины. В их практику, нацеленную на ускорение оборачиваемости книг, входят телефонные заказы, доставка изданий почтой или рассылка на дом, рекламирование новинок книжного фонда. Для расширения сферы обслуживания многие библиотеки предоставляют своим читателям следующие информационные услуги: обеспечение абонентов персональной и тематической информацией, составление библиографий и информационных бюллетеней, информационные справки, сотрудничество с кругом представителей технологического бизнеса. По мере быстрого развития библиотековедения в Китае увеличивается контингент управленческого и исследовательского персонала библиотек. Вместе с тем значительно расширяются деловые связи китайских библиотек с заграницей.[[13]](#footnote-13)13

Таким образом, в заключение, можно выделить следующие моменты.

Начало преобразования Китая из отсталой страны в передовое государство было неотделимо от идеологической установки на создание не только мошной экономической базы, но и новой, проникнутой социалистическим духом, культуры. Создание новой культуры было невозможно без развития книжного дела, формирования книжной культуры. После образования КНР книжное дело в стране развивалось высокими темпами. За время проведения политики реформ и открытости с 1978 года издательское дело в Китае получило бурное развитие. Книги, газеты и журналы, издаваемые в Китае, отличаются богатством тематики и содержания, они освещают самые разнообразные сферы научной и общественной жизни, играя все более важную роль в пропаганде политики партии и государства. Они в полной мере отражают успехи, достигнутые страной в ходе проведения реформ и открытости, знакомят аудиторию с новыми достижениями Китая в экономическом строительстве, распространяют научные и культурные знания. Для внедрения в жизнь курса «наука и техника — первейшая производительная сила» и осуществления стратегии «подъем страны за счет прогресса науки и образования» право на приоритетное развитие получила научная и техническая периодика. Непрерывно растет удельный вес научно-технических журналов и газет в общем объеме периодических изданий страны. По мере ускорения информатизации общественной жизни в стране с начала 90-х гг. за короткий срок сформировался рынок электронной издательской продукции, который сегодня уже приобрел известные масштабы с точки зрения спроса и предложения. Ныне в реестре Управления по делам прессы и печати числится 36 издательских организаций, занятых в выпуске электронной продукции.

## 1.2. Правовое регулирование издательской деятельности

Россия и Китай находятся на сходных этапах экономического развития, в связи с чем, для двух стран характерны общие проблемы в сфере защиты интеллектуальной собственности. Стороны намерены активизировать сотрудничество в области борьбы с контрафактной продукцией.

О политике китайских властей по противодействию распространению контрафакта и защите прав на интеллектуальную собственность рассказал заместитель начальника правового департамента по охране авторских прав Главного государственного управления по делам печати и издательства. Он подчеркнул, что в Китае проводится активная работа по защите авторских прав и интеллектуальной собственности. За проведение всех мероприятий в данной сфере отвечает его ведомство.

За 20 лет в КНР создана очень развитая система защиты авторских прав. Так, в 1990 году был издан первый закон по защите интеллектуальной собственности, изменения в который были внесены в 2001 году. В 1991 году появился и закон по защите авторских прав, который был изменен и дополнен в 2002 году. Также в 1991 году был издан и закон о защите авторских прав в сфере IT-технологий, новая редакция которого появилась в 2002 году. Кроме того, в 2005 году были созданы правила регулирования авторского права в области интеллектуальной собственности, а в мае 2006 года — правила по управлению информацией в сети Интернет. Кроме того, в 2001 году КНР вступила в ВТО и стала действовать в соответствии с правилами международных экономических связей, предусмотренных для членов этой организации. Созданная законодательная база позволяет эффективно действовать в сфере защиты авторских прав и интеллектуальной собственности. [[14]](#footnote-14)14

Правонарушения в данной сфере караются в Китае как административным, так и уголовным законодательством: крупное правонарушение влечет за собой лишение свободы сроком от 3 до 7 лет.

В прошлом году управлением было проведено уже три серии мероприятий, направленных на борьбу с контрафактной продукцией. Первое прошло в апреле и было связано с легализацией программного обеспечения, которое используют предприятия Китая. Второе мероприятие было направлено на борьбу с контрафактом в сфере производства: к предприятиям, производящим комплектующие для компьютеров, предъявлялись требования по использованию исключительно легальных материалов. Наконец, третье мероприятие, которое прошло в июле, было связано с борьбой с контрафактным видеопродукцией. С этой целью власти Китая открыли «горячую линию», по которой предлагалось звонить гражданам и сообщать о производстве и распространении контрафакта. За это им полагается премия в размере 30 тыс. юаней (или около 4,5 тыс. долларов). Напротив, предусмотрена система поощрения для предприятий, работающих легально.

Принявший участие в видеомосте начальник управления международного сотрудничества Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент) Михаил Фалеев рассказал, что РФ также уделяет защите авторских прав и интеллектуальной собственности значительное внимание. В частности, это направление является одним из приоритетных в деятельности целого ряда федеральных министерств и ведомств, таких как МВД, ФТС, прокуратура. Кроме того, создана правительственная комиссия по противодействию нарушениям в сфере интеллектуальной собственности. Роспатент также федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере правовой охраны и использования интеллектуальной собственности.

М.Фалеев отметил, что российское законодательство в сфере защиты интеллектуальной собственности претерпело значительные изменения. В частности, реформированы законодательство по административным правонарушениям, уголовное и таможенное законодательство.

В июне 1991 г. в Китае вступил в действие «Закон об авторском праве», и с тех пор в стране постепенно сложилась правовая система защиты авторских прав. В последние годы в этот Закон были внесены поправки, а также обнародованы и стали действовать такие нормативные акты, как «Положение о защите программного обеспечения компьютеров», «Положение об осуществлении Закона об авторском праве», «Порядок применения административных наказаний за нарушение авторского права», «Положение об управлении коллективными владельцами авторского права» и др. Таким образом, заложена сравнительно совершенная правовая основа для защиты авторского права.

К настоящему времени в Китае уже сформировалась в первоначальном виде трехступенчатая система административного управления делами по авторскому праву, состоящая из Государственного, провинциальных и окружных (городских) управлений по делам авторского права. Правительства всех провинций, автономных районов и городов центрального подчинения обеспечивают эти органы необходимыми кадрами, неуклонно совершенствуя систему административного управления и исполнения законов в этой сфере.

В последние годы учреждения административного управления всех ступеней в области авторского права Китая повышают уровень исполнения соответствующих законов, активизируют сотрудничество с органами общественной безопасности, промышленно-торгового управления, таможни, прессы и печати, культуры и др. Таким образом, постепенно складывается механизм взаимодействия в борьбе с нарушением авторского права. Держа в центре внимания нанесение ударов по контрафактной деятельности, органы административного управления всех ступеней неоднократно развертывали по всей стране борьбу с изготовлением и сбытом контрафактных лазерных дисков, учебных материалов и пособий, программного обеспечения компьютеров, с незаконным воспроизведением и реализацией аудио- и видеопродукции, торговлей контрабандной аудио- и видеопродукцией, нарушением авторского права в сети Интернет и т.д. Эти действия дали ощутимые результаты. Согласно неполным данным, за 1997 - 2007 гг. эти органы изъяли в общей сложности 350 млн. пиратских и контрафактных копий официально реализуемой продукции, рассмотрели 51368 дел, 49983 из которых были закончены. За 2007 г. было рассмотрено 9691 дело, закончены 9497 из них, по 7986 делам применены санкции, в том числе по двум крупным делам по фактам нарушения китайскими предприятиями авторского права американской компании «Микрософт».

Наряду с созданием и улучшением правовой системы в области авторского права и усилением административного управления, Китай придает большое значение строительству системы общественного обслуживания в сфере авторского права. К настоящему времени уже создана в первоначальном виде система такого управления и сервиса, куда входят органы управления коллективными обладателями авторских прав, агентства по авторскому праву, общества по защите авторского права, соответствующие профессиональные общества, организации правообладателей и т.п. В 1988 г. была создана Генеральная компания агентирования авторского права Китая; в 1990 г. было учреждено Китайское общество по изучению авторского права, которое в 2000 г. было переименовано в Китайское общество по авторским правам; в 1993 г. было образовано Китайское общество по авторским правам на музыкальные произведения, в 1998 г. — Китайский центр охраны авторских прав. В настоящее время Всекитайская ассоциация работников литературы и искусства, Китайский союз писателей, Китайский союз кинематографистов и другие творческие союзы, профессиональные общества в сфере книгоиздания, изготовления аудио- и видеопродукции, разработки программного обеспечения и других производств, связанных с авторским правом, создали свои организации по защите авторских прав. Более чем в 20 провинциях (автономных районах и городах центрального подчинения) и в ряде крупных городов учреждены общества по авторскому праву. Идет подготовка к созданию организаций по управлению коллективными обладателями авторских прав на письменные произведения и на аудио- и видеопродукцию.

Государственное управление по делам печати и издательства совместно с соответствующими органами разрабатывает положения, регулирующие публикацию информации в интернете. Эти положения станут основой для официального контроля издательской деятельности в интернете, в том числе публикаций сетевой литературы и периодической прессы, и предоставят все условия для здорового развития этой отрасли.[[15]](#footnote-15)15

С 1 мая 2007 года в Китае разрешено зарубежным инвесторам заниматься розничной торговлей книгами, газетами и журналами на территории страны.

Главное управление по делам печати и издательства и бывшее Министерство внешней торговли и внешнеторгового сотрудничества КНР совместно разработали Правила управления предприятиями с участием иностранного капитала, занимающимися торговлей печатной продукцией.

В соответствии с Правилами, иностранным инвесторам, желающим на основе сотрудничества с китайскими партнерами создать на территории Китая предприятия, занимающиеся торговлей книг, газет и журналов, или открыть подобные предприятия исключительно за счет собственного капитала, надлежит в первую очередь подавать заявки в административную службу печати и издательства соответствующих провинций, автономных районов и городов центрального подчинения, после чего заявки будут рассматриваться и утверждаться Главным управлением по делам печати и издательства КНР.

Правилами предусмотрено, что уставный капитал создаваемых с участием иностранного капитала предприятий, занимающихся оптовой торговлей печатной продукцией, не может быть менее 30 млн. юаней /1 долл. = 8,2770 юаня/, а уставный капитал совместных предприятий розничной торговли печатной продукцией должен составлять 5 млн. юаней и более.

В правилах отмечается, что иностранным инвесторам, занимающимся торговлей печатной продукцией в Китае, следует соблюдать законодательство КНР. В свою очередь, правовая хозяйственная деятельность и законные права и интересы предприятий будут гарантированы китайским законодательством.

Защита законодательством Китая авторских прав иностранцев руководствуется принципами национального режима, приоритетного применения заключенных соглашений, автоматической защиты и самостоятельной защиты. При этом законодательство Китая защищает авторские права иностранцев в определенных условиях. Таковыми являются:

Условия, установленные «Законом КНР об авторском праве». Согласно этому законодательному акту, иностранные произведения получают правовую защиту Китая в том случае, когда они, прежде всего, опубликованы в пределах Китая. Как видно из этого, иностранным произведениям для получения защиты со стороны «Закона КНР об авторском праве» одновременно требуется два условия: во-первых, чтобы ранее не изданное произведение иностранца публиковалось впервые; во-вторых, чтобы оно было публиковано на законной основе в пределах Китая. Согласно «Инструкции о применении Закона КНР об авторском праве», в качестве первого издания произведения иностранца в пределах Китая расценивается издание, осуществленное в рамках 30 дней после его опубликования за рубежом, а также издание неопубликованного произведения иностранца, которое по доверенности отредактировано, переведено и издано в Китае. [[16]](#footnote-16)16

Все не подпадающие под положения «Закона КНР об авторском праве» произведения иностранных авторов пользуются в Китае охраной соответственно «Бернской конвенции» и «Всемирной конвенции об авторском праве». В Китае могут пользоваться защитой любые произведения автора из какой-либо страны-члена «Бернской конвенции» независимо от того, были они опубликованы или нет, произведения гражданина любой страны, не являющейся членом конвенции, при условии, если они были впервые опубликованы в стране-члене или же одновременно в странах-членах и не членах Конвенции; произведения гражданина страны, не являющейся членом конвенции, но имеющего постоянное место пребывания в стране-члене Конвенций. Произведения иностранных авторов, не соответствующие вышеперечисленным условиям, охраняются в Китае в тех случаях, когда Китай и страна автора имеют двусторонние соглашения об авторских правах, но при отсутствии двустороннего соглашения охраной не пользуются. Кроме того, «Законом КНР об авторских правах» охраняются выступления зарубежных исполнителей, состоявшиеся на территории Китая, аудио- и видеопродукции иностранных производителей, копирующиеся и распространяющиеся на территории Китая. [[17]](#footnote-17)17

В соответствии с «Законом КНР об авторских правах» иностранец-обладатель авторского права пользуется в Китае правами личности и имущественными и процессуальными правами. В случае нарушения его прав он может предъявить иск в пределах Китая и пользуется всеми процессуальными правами, проистекающими из закона. Он также вправе требовать в китайском суде восстановления статус-кво, прекращения нарушения, принесения извинения или возмещения ущерба.

В Государственном управлении по делам печати и издательства КНР, Китай приступит к разработке первой программы развития отрасли печати и издательского дела, которая предусматривает перспективы развития данной отрасли в следующие 10 лет.

Отрасль печати и издательского дела является одной из важнейших отраслей народного хозяйства страны. Необходимость создания системы печати и издательства, соответствующей требованию всестороннего построения среднезажиточного общества. В целях ускорения темпов развития отрасли печати и издательского дела указанное управление обнародовало в 2002 году более 20 нормативных документов, касающихся деятельности названной отрасли.

Более того, эти рыночные издательские компании будут иметь право работать с официальными издательствами только в качестве поставщиков материала, предназначенного для печати. В будущем они не будут издавать и продавать книги самостоятельно.

Основанием для принятия таких решений является то, что в Китае издательства могут быть образованы только с разрешения государственных органов. На данный момент издательств, имеющих государственную лицензию — 572. И только они ежегодно получают фиксированное количество номеров ISBN, которые выпускает Генеральная администрация по прессе и издательскому делу (GAPP).

В последние годы, несмотря на недовольство правительства, деятельность т. н. «пакетных агентств» нашла альтернативный путь к изданию книг, но сейчас это пытаются ограничить.

В соответствии с официальными объяснениями китайского правительства эти ограничения направлены на преодоление проблемы пиратского копирования. Официальная статистика китайского правительства свидетельствует о том, что в прошлом году на зарегистрированные издания пошло 4 млн. тонн бумаги и столько же бумаги ушло на пиратские издания.

Но не только пакетные агентства вынуждены приспосабливаться к изменениям. И образовательные издательства оказались вовлечены в эти процессы — значительное сокращение пропорции учебников на общем книжном рынке происходит путем предоставления школьникам экономически отсталых районов бесплатных учебников от государства.

Новым для Китая является разрешение печатать в стране иностранные газеты. Однако эти издания будут считаться импортной продукцией и будут облагаться налогами и пошлиной. Несмотря на ограничения, есть и тенденции к открытости: в конце июля Китай и Тайвань организовали свою первую совместную книжную выставку.

Продолжается дискуссия о возможности выпуска совместных изданий на китайском языке для всех районов Китая (включая континентальный Китай) и Тайвань.

Таким образом, в текущем году будут опубликованы 20 новых политических установок в отношении отрасли печати и издательского дела, включая «Меры по управлению рынком печатной продукции», «Меры по управлению газетной продукцией», «Меры по управлению периодическими журналами» и «Меры по управлению импортом печатной продукцией».

Правительство Китая собирается принять еще более строгие меры в издательской отрасли. Это означает, что в будущем будут ужесточены наказания за продажу номеров ISBN государственными издательствами рыночным компаниям, так называемым «пакетным (или компоновочным) агентствам».

## 1.3. Издательская продукция: особенности, статистика продаж

По общим объемам выпускаемой печатной продукции Китай занимает I место в мире. Согласно данным последней Всекитайской экономической переписи, доля издательской и печатной отраслей в общей структуре народного хозяйства страны непрерывно растет. Издательская отрасль становится одной из самых перспективных в Китае.

Данные статистики показывают, что три направления традиционной издательской индустрии, в частности, книгоиздание, выпуск газет и выпуск иной периодики, продолжаются развиваться, что отчетливо прослеживается на диаграммах (приложения 1, 2). В 2007 году в Китае насчитывалось 573 издательств, было выпущено 222473 наименований книг (в том числе 128578 новых), общий тираж книжной продукции превысил 6,4 млрд. экз., газет — 56,9 млрд. экз., иной периодической печати - 9468 наименований общим тиражом 2,8 млрд. экз. [[18]](#footnote-18)18

В 1950 — 2007 гг. почти в 11 раз увеличилось число наименований газет. В 2007 г. во всей стране насчитывается более 700 наименований ежедневных газет, тираж которых достиг 56,9 млрд. экземпляров, превратив Китай в крупнейшую газетную державу мира. Обогащается содержание, становится разнообразнее оформление газет, которые ориентированы на самые различные круги читателей. Реорганизация газетных издательств — заметная тенденция развития этой сферы в последние годы, к настоящему времени в стране созданы 39 крупных газетно-издательских концернов, в их числе «Бэйцзин жибао», «Вэньхой синьминь» и «Гуанчжоу жибао». [[19]](#footnote-19)19

В 2003 г. новым бумом стало межрегиональное сотрудничество бумажных СМИ. Газета «Синьцзин бао», выпуск которой спонсируют газетные корпорации «Гуанмин жибао» и «Наньфан жибао», является первой в Китае межрегиональной газетой, официально утвержденной правительством. В конце 2003 г. в Шанхае вышла в свет еженедельник «Ляован дунфан», его самым большим акционером является агентство Синьхуа, штаб-квартира которого находится в Пекине.

Кроме трех традиционных направлений издательства, наблюдается бурное развитие рынка иных форм издательской деятельности (аудиопродукция, интернет-издания и т.д.). Издательская индустрия переживает непрерывный процесс оптимизации структуры, в результате постоянно неуклонно растет ее конкурентоспособность.

Показательно распределение изданных книг по тематическим разделам: сколько и какими тиражами издаются, какова доля каждого раздела в общем выпуске и тенденции выпуска литературы по темам. Об этом дает представление приложение 3. [[20]](#footnote-20)20В данной диаграмме видно, что на первое место занимает художественная литература, а наименьшее детская литература, в связи с нехваткой детских писателей в Китае.

Если обратиться к статистике по выпуску литературы по целевому назначению, то видно, что учебная и учебно-методическая литература занимают в общем выпуске книг первые места, значительно превосходя объемы художественной литературы. Это видно из приложения 4. В 2007 г. издания учебной и учебно-методической литературы составили более половины всех выпущенных книг и брошюр. Если говорить об учебной литературе, то выпуск ее растет из года в год в соответствии с повышением потребностей системы образования во всех ее формах.

Любопытно и показательно с точки зрения изучения конъюнктуры книжного рынка рассмотреть издание книг по авторам. В приложении 5 приведен перечень 5-ти самых продаваемых книг в Китае на 2007 год.

Первое место [[21]](#footnote-21)21в списке авторов бестселлеров заняла Ян Хунъин, за прошедший год выпустившая 57 книг для детей. Самое кассовое произведение — серия «Озорной сорванец Ма Сяотяо» — одновременно вышло сразу в девяти издательствах. Популярность книжек Хунъин объясняется просто — в Китае с его традиционно огромными семьями политика ограничения рождаемости привела к тому, что единственные отпрыски стали для родителей объектом настоящего культа. И такое внимание к детской литературе вполне понятно.

Сейчас в Китае на книжном рынке детской литературы представлены только чуть более 10 писателей.

Дети и подростки уже стали в Китае крупнейшей группой читателей книжных изданий, однако писателей детской литературы еще катастрофически не хватает. Специалисты считают, что данную ситуацию необходимо срочно исправлять.

Очень активные читатели в Китае — подростки и студенты. Правда, читают они не столько учебники, сколько сентиментальные аналоги модных в КНР корейских мыльных опер. На втором месте в рейтинге продаж 23-летний Го Цзинмин, автор слезливых любовных романов для подростков.

Китайские предприниматели, мечтающие превратить страну в преуспевающую бизнес-империю, похоже, в последние годы тоже много читают. Однако наибольшим спросом у них пользуются не серьезные экономические труды, а сборники популярных советов о том, как правильно управлять собственным делом и поддерживать имидж успешного человека. В прошлом году подобная книга «Мелочь — ключ к триумфу» Ван Чжунцю замкнула тройку лидеров продаж.

Четвертое место занял «Волчий тотем» — роман о Внутренней Монголии, написанный модным беллетристом Цзян Жуном и вышедший еще два года назад, но активно раскупающийся до сих пор. Замыкает пятерку самых продаваемых книг научно-популярный труд Чэн Цзюньи «Оценивая Троецарствие», посвященный междоусобной борьбе в Китае в III в. н. э.

Среди иностранных сочинителей самый продаваемый автор — вновь детский: писательница Джоан Ролинг. На третьем месте «Код да Винчи», а вот на втором Роберт Кун, автор биографической книги «Человек, который изменил Китай: жизнь и наследие Цзян Цзэминя». Русские книги в КНР тоже переводятся — среди них самыми успешными в прошлом году стали политический нон-фикшн «Владимир Путин: четыре года в Кремле» Роя Медведева, «Воспоминания» Никиты Хрущева, «Горбачев» Андрея Грачева —каждая была продана тиражом по 20 000, что, по китайским меркам, весьма скромно. Но российская проза издается в Китае и вовсе крошечными тиражами, при этом предпочтение отдается не современным авторам, а Николаю Островскому и Александру Фадееву.

Если подытожить сказанное выше, можно заключить, что по всем внешним показателям книжный рынок Китая, как видно, имеет отличные показатели и также имеет тенденцию к увеличению объемов выпуска книжной продукции. Статистические данные свидетельствуют о значительных преимуществах, которые присущи новой издательской системе Китая. Книготорговый ассортимент, предлагаемый потенциальному покупателю, постоянно растет.

Нельзя не сказать о том, что рост динамики книжного выпуска во многом определяется помощью со стороны государства. Поддержка средств массовой информации, книгоиздательских и книготорговых структур, развития культуры в целом осуществляется в двух формах: в виде прямого финансирования отдельных проектов и программ и в предоставлении различного рода льгот и преференций налогового, таможенного и иного характера. В современном Китае активно используются оба этих вида поддержки.

Анализ статистических данных показывает, что в ходе формирования новой издательской системы произошла смена модели книжного выпуска. Так называемая количественная модель, характерная для периода застоя, когда число названий выпускаемых книг и брошюр в течение двух десятилетий было практически неизменным и рост издательской продукции шел главным образом за счет увеличения тиража, уступила место прогрессивной качественной модели, при которой развитие книгоиздания осуществляется преимущественно путем расширения репертуара и проведения тиражной политики, соответствующей платежеспособному покупательскому спросу. Это повышает возможности выбора для отдельных граждан и социальных групп в растущем многообразии изданий.

Сезонность спроса на выпускаемую продукцию является одной из основных проблем, возникающей перед значительной частью издателей и полиграфических предприятий.

Исследования сезонности работы полиграфической промышленности показывают, что практически все виды печатной продукции имеют ярко выраженную цикличность. Можно утверждать, что многие издательства недостаточно эффективно решают для себя вопросы сезонности производства и связанные с ними социально-экономические проблемы. Проведенный анализ выпуска книжной продукции по тематическим разделам (приложение 6) показывает, что издательская деятельность наиболее активна в первом или во втором квартале. В целом же в анализируемом диапазоне характер производства носит случайный характер. Однако, ясно видно, что ни один из видов книжной продукции не может компенсировать свой сезонный спрос за счет выпуска книжной продукции из другого целевого сегмента.[[22]](#footnote-22)22

Графики индексов сезонности по месяцам для узких целевых тематических разделов учебно-методических изданий (приложение 7) подчеркивают сезонный характер производства от 0 до 15%. При этом пики и падения практически совпадают по месяцам для всех направлений в этом разделе. [[23]](#footnote-23)23

По разделу литературно-художественных изданий для детей и юношества больше всего продукции печатается в первом и во втором кварталах. Данные, представленные на графиках индексов сезонности по месяцам для узких целевых тематических разделов изданий для детей и юношества (приложение 8), подтверждают случайный характер выпуска в данной группе.

В целом по данной главе можно сделать следующие выводы.

Китай занимает первое место по книгоизданию в мире. С каждым годом объемы выпуска печатной продукции в Китае растут и темпом к снижению не предвидится.

Чтобы достичь лидирующего положения в издательском деле в КНР создалось множество крупных издательских корпораций, также эффективно осуществлялась и осуществляется реорганизация частных издательских предприятий. Также произошла смена модели книжного выпуска. Так называемая количественная модель, характерная для периода застоя, когда число названий выпускаемых книг и брошюр в течение двух десятилетий было практически неизменным и рост издательской продукции шел главным образом за счет увеличения тиража, уступила место прогрессивной качественной модели, при которой развитие книгоиздания осуществляется преимущественно путем расширения репертуара и проведения тиражной политики, соответствующей платежеспособному покупательскому спросу. Это повышает возможности выбора для отдельных граждан и социальных групп в растущем многообразии изданий.

Издательская индустрия переживает непрерывный процесс оптимизации структуры, в результате постоянно неуклонно растет ее конкурентоспособность.

Также в Китае наблюдается бурное развитие рынка иных форм издательской деятельности (аудиопродукция, интернет-издания и т.д.).

Китай является крупнейшей газетной державой мира, огромными тиражами выпускаются учебная и учебно-методическая литература, которые занимают в общем выпуске книг первые места.

# 2. Книгораспространение в Китае

## 2.1. Система книгораспространения в Китае

Систему книгораспространения в Китае следует провести по следующим пунктам: тенденция развития стационарных книжных магазинов, развитие книжных клубов, развитие почтово-посылочной торговли, развитие Интернет-торговли. [[24]](#footnote-24)24

*Тенденция развития стационарных книжных магазинов*

В настоящее время через книжные магазины Китая проходит в среднем до 70% всей книжной продукции, реализуемой через розничную торговлю. При этом более половины китайских читателей уходят из книжных магазинов с покупками, что является очень высоким показателем по сравнению с Западом. Посещаемость книжных магазинов в Китае также намного выше, чем на Западе.

За последнее десятилетие в Китае наблюдается тенденция превращения многих книжных магазинов в универсальные. Крупные универсальные магазины имеют от 60 до 70% постоянных покупателей, а в небольшие магазины заходит до 90% постоянных покупателей.

Среди китайских книжных магазинов можно выделить две группы, отличающиеся друг от друга различной организацией книжной торговли.

К первой группе можно отнести большие универсальные книжные магазины со свободным доступам в торговый зал, где основной упор делается на поддержание широкого ассортимента продаваемой литературы. Постоянное пополнение торговых залов как новыми книгами, так и пользующимися среди покупателей высоким спросом, происходит с помощью компьютерного контроля продаваемой литературы. Оборудование, установленное в торговых залах, фиксирует каждую покупку, что позволяет достаточно быстро получать информацию о том, поставки каких книг необходимо увеличить. В магазинах постоянно проводятся маркетинговые исследования поведения и маршрутов движения покупателей, на основе чего меняется расположение торговых секций, выявляются наиболее ходовые издания. Подобным книгам находят место на пересечении покупательских потоков в торговых залах, по громкой связи сотрудники магазина рассказывают о таких изданиях, приглашая посетителей ознакомиться с ними и приобрести.

Ко второй группе можно отнести магазины, торгующие «через прилавок», с привычным расположением отделов, не ведущие анализа динамики продаж литературы, формирующие ассортимент без учета пожеланий читателей.

Кроме того, существуют различные специализированные книжные магазины, которые в основном можно отнести ко второй группе организации книжной торговли, хотя со временем эта тенденция наверняка изменится в сторону первой группы.

В современной практике существуют две основные концепции развития книжных магазинов. Первая предусматривает магазины большой площади с обширным и разнообразным ассортиментом. Вторая ориентируется на интенсивные контакты с покупателями на базе меньшего, но тематически глубокого ассортимента.

Главным средством финансовой поддержки универсальных книжных магазинов является продажа бестселлеров. Выросла целая популяция людей, покупающих только бестселлеры. Их абсолютно не интересуют книги, о которых не говорят, но зато для них чрезвычайно важно быть в курсе всего того, о чем говорят, независимо от содержания самого чтения. Этих людей легко обслуживать: достаточно иметь в наличии штабеля бестселлеров и хорошенько «раззвонить» о них по округе. Почти ничего не нужно объяснять, потому что никто не хочет ничего знать о самой книге. Бестселлеры способствуют развитию товародвижения в магазине, притоку денег, быстрому обновлению ассортимента, что благоприятствует созданию запасов других, менее подвижных категорий книг.

К сожалению, любители бестселлеров приобретают книги там, где это удобнее и дешевле. Принцип удобства уводит их от традиционных независимых книжных магазинов и прельщает местами, где книги продаются вместе с другими товарами, но по более низким ценам, а также магазинами уцененных изделий. Это заставляет независимые книжные магазины работать над индивидуальным подходом к покупателю, тщательно подбирать ассортимент реализуемых изданий, реагировать на малейшие изменения спроса.

Все большее значение для распространения коммерческой книги в Китае приобретают книжные магазины в университетах. Многие учебные заведения, даже малые, имеют перворазрядные магазины, обслуживающие несколько прилегающих населенных районов.

В крупных универсальных книжных магазинах в Китае установлен свободный доступ к книгам, а для удобства посетителей создана возможность находиться в магазине часами — есть специальные зоны для чтения и отдыха, в некоторых магазинах действуют кафе, безалкогольные бары, и даже рестораны. Магазины оснащены самым современным книготорговым оборудованием. Профессиональные консультанты из оснащенного компьютерами справочного бюро могут проинформировать покупателей о наличии интересующих их книг, о любом издании, вышедшем недавно или несколько лет назад.

*Книжные клубы*

В Китае на долю книжных клубов приходится достаточно большой процент от всей розничной книжной торговли. Это, в частности, связано со стабильностью транспортно-посылочной службы и инфраструктуры в целом. Книжные клубы предлагают книги с огромными скидками, что привлекает к ним большое количество покупателей.

Все клубы можно разделить на несколько видов: литературные, специализированные (нетрадиционная медицина, садоводство, экология и так далее), профессиональные, религиозные и детские. Большинство книжных клубов (а самые крупные — все без исключения) действуют как независимые филиалы фирм-издателей книг или журналов.

В Китае клубы обычно приобретают книгу задолго до ее фактического выхода в свет (примерно за полгода), знакомясь с ней еще в рукописи. Издатель продает права на книгу непосредственно клубу, при этом возможны клубные аукционы за наиболее удачные издания.[[25]](#footnote-25)25

В зависимости от масштабов деятельности клуба и количества экземпляров книги, которое клуб хотел бы иметь в наличии, клубное издание может быть изготовлено тремя путями: клуб может издать книгу самостоятельно, дозаказать основной тираж или приобрести готовое издание со склада издателя. Крупные клубы считают наиболее экономичным выпуск собственных изданий. При этом по контракту издатель обязан безвозмездно передать клубу пленки с текстом, иллюстрации и оригинал суперобложки. Клубы поменьше, наоборот, предпочитают присоединиться к основному издательскому тиражу в тот момент, когда тираж уже отпечатан, и закупают необходимое количество экземпляров готовой книги со склада издательства по так называемой «поэкземплярной» цене, включающей стоимость печати, переплета и бумаги, а наборные процессы всегда полностью оплачивает издатель. Книжные клубы, таким образом, экономят средства, и неважно при этом, какой из трех способов подготовки издания будет ими выбран. За счет экономии клуб может в известной степени компенсировать затраты в любой иной области своей деятельности — выпуске бюллетеней, улучшении работы с членами клуба и так далее.

Клубы обычно опираются при отборе на уже устоявшиеся критерии. Например, охотно приобретают книги авторов, произведения которых положительно уже оценивались клубменами; стремятся покупать права на издания по проблематике, близкой его членам. Большое значение в принятии решения приобрести книгу имеет информация отом, что издание привлекло внимание репринтеров, или зарубежных издателей, или известной кинокомпании. Тем не менее, книжные клубы довольно часто приобретают то, чего приобретать не следовало, и, наоборот, нередко упускают книгу, которая имела бы бесспорный успех у членов клуба.

Основное активное читательское ядро книжных клубов составляют читатели, которые полностью доверяют редакторам в отборе книг и считают более удобным для себя получать книги по почте, а не ходить за ними в магазин (естественно, при условии основного преимущества членства клуба — высоких скидок на книги).

*Почтово-посылочная торговля*

Организация книжной торговли по почтовым каталогам в Китае имеет как преимущества так и недостатки. С одной стороны, это гарантия для издателя, которому обеспечен сбыт, особенно при предоплате, и гарантия читателю, получающему заказанную им книгу без необходимости искать ее по городам. Но, с другой стороны, работа по почтовым каталогам слишком неоперативна. Поскольку каталоги выходят с периодичностью два раза в год, а срок подачи издательством информации о книге заканчивается в среднем за полгода до выхода каталога, то быстрая реакция книготорговца на изменение конъюнктуры рынка в данном случае вряд ли возможна.

Решение вышеозначенной проблемы является задачей, прежде всего, самого почтового ведомства, которому необходимо не только сохранять уже имеющиеся наработки, но и развивать и укреплять уникальную почтовую связь с отдаленными от центра регионами Китая.

Следует учитывать и положительный опыт книгораспространения в Китае, как, например, использование системы директ-мейл.

В Китае к адресной рассылке почтовой рекламы (директ-мейл) прибегают компании, которые выработали свою «Формулу успеха», продвигая специфическую книгу на соответствующих ей рынках.[[26]](#footnote-26)26

Книгораспространение по почте — прекрасный вариант для реализации издательствами своих книг, причем в любом ассортименте и объеме тиража. Всеохватность книжного рынка Китая при использовании почтовой связи предоставляет издателям и книготорговцам прекрасную возможность распространения информации с целью ее дальнейшего использования потенциальными читателями обо всех ежегодно выпускаемых книгах.

*Интерактивная продажа книгоизданий*

Книги и журналы являются идеальным товаром для торговли через Интернет, так как представляют собой информацию в чистом виде. Дело в том, что структура книги (резюме, оглавление, главы, разделы) подобна структуре информационных ресурсов компьютера (директории, каталоги, подкаталоги). Поэтому конкретная книга может быть хорошо и логически полно представлена потенциальному покупателю на страницах Web-сайта. К тому же процедура поиска нужной книги по заглавию, автору или ключевым словам, характеризующим ее содержание соответствует процедуре поиска в базе данных. [[27]](#footnote-27)27

На сегодняшний день в рунете существуют универсальные и специализированные книжные магазины (последние делятся на сайты определенной направленности и на сайты издательств, открывших виртуальный магазин).

Книжные Интернет-магазины предлагают большое количество разделов каталога, расположенных в алфавитном порядке. Разделы также могут иметь собственную рубрикацию.

В отличие от своих соседей, КНР подошла к Интернету сравнительно недавно. Буквально 3-4 года назад, когда во всем мире, в том числе и в России, уже «гуляли» сети ФИДО, «Спринт» и другие, многие, совсем не посторонние люди в Китае совершенно искренне не имели ни малейшего представления о том, что такое модем.

Китайское правительство подвела к необходимости «прорыва» в этой области сама логика экономических и социальных реформ. Не углубляясь в историю постановлений Госсовета КНР, инструкций ЦК КПК и других направляющих документов «партии и правительства» можно кратко сказать: с самого начала Китай пошел своим путем.

Начав в 90-91 годах практически с нуля, а именно, с внутренней всекитайской системы «Chinapac», китайцы сумели успешно внедрить имеющиеся, большей частью устаревшие технологии и системы передачи данных в новые, более передовые и универсальные. Первое e-mail подсоединение к Интернету было произведено 13 лет назад в Институте физики высоких энергий Академии наук Китая. Там же в апреле 1994 года было установлено постоянное соединение через 64 Кбит/с. спутниковую линию. Оно позволило «запитать» первых провайдеров Интернета, которыми стали научные учреждения. В том же году в Китае полным ходом шла работа по созданию по меньшей мере трех крупномасштабных сетей с возможностью выхода в Интернет: Golden Bridge, SICNet (State Informational Center Network) и CERNet (China Education Research Network). К концу 1995 - началу 1996 года Китай, сделав мощнейший по материальным затратам и беспрецедентный по масштабам скачок в развитии средств телекоммуникаций и компьютеризации, вплотную подошел к необходимости обозначить свою политику по отношению к Интернету.

В начале 1996 года был принят целый ряд постановлений, с одной стороны, — открывающих Интернет для широкой общественности и мира бизнеса (до этого доступ к Интернету имели, в основном, только ученые), а с другой, — жестко регламентирующих порядок и правила предоставления услуг, процесс регистрации пользователей, условия пользования электронной почтой и IP- соединениями. Регламентация диктовалась, прежде всего, политическими причинами: китайские власти пытались таким образом избежать «тлетворного» влияния Запада и блокировать поступление крамольной информации по сетям извне Китая. И, надо сказать, властям это сполна удалось и удается вплоть до сегодняшнего времени. И дело тут не только в системах аппаратного, программного или административного контроля.

«Китайский Интернет» создавался и функционирует, согласно установкам властей, для развития обмена научно-технической, образовательной, коммерческой информацией внутри Китая. Соответственно, обмен этот идет на китайском языке. Развитие китаеязычных, внутренних технологий и программ всемерно поощряется правительством. По существу, речь идет о становлении среди 1/5 части населения планеты своей собственной иероглифической сетевой среды. Интеграция этой среды в мировую, англоязычную, — не является «задачей номер один» для Китая. Иероглифический софт имеет лишь один существенный недостаток: невозможность понимания для не носителей языка. Во всем остальном для всех остальных (носителей) нет никаких неудобств. Существует лишь технически вполне разрешимая проблема выхода на англоязычные и другие ресурсы. [[28]](#footnote-28)28

Таким образом, создавая совершенно полноценную, современную сеть, Китай изначально, в силу специфики языка и письменности, определенным образом ограничивает обратные связи своего Интернета с мировым. Административные ограничения, накладываясь на эту специфику, дают властям еще и дополнительные гарантии того, что доступ к Интернету не станет инструментом в руках оппозиционных элементов. Практически все пользователи в Китае поставлены в такие условия, что любое нарушение инструкций и запретов несет за собой самые суровые санкции в виде или лишения лицензии на провайдерскую деятельность, или отказа в регистрации. Самое интересное, что доступ к мировым ресурсам физически не ограничивается вообще. С пользователей, в крайнем случае, берется «подписка о неразглашении» (работники СМИ). Правда, для регистрации пользователя требуется справка о благонадежности из полиции. Основная же ответственность за «чистоту» сети ложится на провайдеров. Для них повсеместно определен круг рекомендуемых для подписки и постинга конференций и списков рассылки, обязателен мониторинг входящей/исходящей почты пользователей, жестко регламентируется содержание домашних страниц. Безусловно, при наличии желания и умения, китаец может выйти на мировые ресурсы и взять там ту самую «крамолу» в виде порнографии, речей Далай-ламы или talk'ов китайских диссидентов. Но, делая это, он уже точно знает, чем рискует. И, к тому же, после подавления студенческих волнений у молодежи, традиционно наиболее активной в Сети, резко поостыл интерес к политике.

Оппозиционная информация не представляет особой ценности в среде, в которой рядовые пользователи вращаются

Для коммерсантов в центральных городах Китая под опекой правительственных институтов начинают работать специализированные фирмы электронной коммерции. Данное направление имеет пока статус экспериментального и широко не афишируется. Выход на внешний рынок осуществляется, в основном, через вышеупомянутые «рекомендуемые» конференции и постинг на лояльных серверах Сингапура, Австралии и других стран. Очень активно в последнее время начал развиваться и Web-бизнес. Для последнего очерчен круг предпочтительных отраслей: СМИ, туризм, бизнес-консалтинг, транспортные услуги. То есть те, которые предполагают размещение на страницах более-менее статичной, не часто редактируемой информации и не требуют онлайн-постинга (во избежание все той же крамолы). Кстати, касаясь онлайн-услуг, надо отметить, что в силу этих самых страхов перед оппозицией, предоставление свободного постинга и даже простой feedback на коммерческих и правительственных серверах не в большом почете.

Интернет стал той самой палочкой-выручалочкой для китайских реформаторов, которые, кроме всех экономических, политических, социальных и демографических программ, поставили своей негласной задачей в рекордно короткие сроки вытянуть китайский техно-культурный менталитет на уровень передовых международных стандартов. На службу этой сверхзадачи китайской «интеллектуальной революции», сами того не ведая, поставлены сейчас через иероглифические и английские браузеры серверы Тайваня, Сингапура, вновь обретенного Сянгана, Австралии, США, Канады и других стран. Уже «подтянутые» до нужного уровня массивы информации на китайском и английском языках обогащают континентальных китайцев знаниями в самых различных отраслях и, одновременно, прививают им так необходимые навыки и культуру общения с внешним миром. Электронные бюллетени «китайского Интернета» доносят сообщения: открыт виртуальный магазин китайской книги, открыт доступ в базу данных китайского законодательства, создана страничка гуанчжоуской ярмарки - крупнейшей в Китае. [[29]](#footnote-29)29

Однако все тот же иероглифический строй языка мешает и самим китайцам. Более или менее наполненный «вэб» приходится делать на двух языках — китайском и английском. Это сказывается, во-первых, на объеме, так как китайская кодировка довольно емкая, и, во-вторых, на «удобоваримости» его содержания. Посещая, например, страницу Информационного центра минэлектроники Китая, пользователь, не имеющий кодировки, с трудом сориентируется в том, что ему предпринимать. Параллельное размещение китайских и английских символов создает невообразимый беспорядок.

Внутри КНР уже примерно 7 лет действует изощренная сеть компьютерной коммерции, охватывающая практически все, даже самые удаленные и наименее развитые, районы страны. Сеть базируется на развитой инфраструктуре корпунктов государственных СМИ. Она пока недоступна через Интернет на английском. И, вероятно, даже в ближайшие 2-3 года не следует ожидать от Китая открытия публичных онлайновых трейдинговых серверов. Free Posting — основа основ любой электронной коммерции — пока не входит в планы «модераторов» китайского Интернета. Ведь, если сложить воедино темпы компьютеризации и телефонизации населения, тенденции роста популярности Сети и интенсивность агрессивных talk'ов китайских диссидентов — то можно смело утверждать, что для властей любое подобие Free Speech On-Line равнозначно подпольной типографии где-нибудь в центре Пекина. Покупки через интернет, общение через интернет, интернет-литература — все эти проявления сетевой культуры стремительно меняют нашу жизнь, образ мышления и способы творчества. Является ли интернет угрозой или дополнением к традиционной литературе? Этот вопрос широко обсуждается в среде культуроведов.

Размещение в сети литературных произведений расширяет читательскую аудиторию, увеличивает влияние литературы в обществе, помогает сохранять и расширять ряды творческой интеллигенции.

Заместитель председателя Шанхайского союза писателей, директор издательства журнала «Шанхайская литература» Чжао Лихун сказал, что легкость и удобство чтения и размещения литературных произведений в сети могут пробудить интерес к литературе у многих равнодушных к ней людей, привлечь больше людей к процессу литературного творчества. Для литературы интернет — это благо; он не только расширил каналы распространения литературы, но и способствует ее развитию.

Проблема достоинств и недостатков интернет-литературы вызывает интерес у многих писателей. Делегат всекитайского съезда Китайского союза писателей из государственного учреждения центрального подчинения, писатель Сюй Цзяншань, специализирующийся в сфере очерковой литературы, считает, что влияние интернета на формирование ценностных представлений молодого поколения постоянно растет и что здоровая интернет-литература чрезвычайно важна для воспитания молодежи. Вместе с тем, сама интернет-литература должна быть нравственной.[[30]](#footnote-30)30

К концу 2006 г. в стране работали 2767 публичных библиотек, книжные фонды насчитывают более 500 млн. экземпляров. Среди вузовских библиотек по объемам книгохранилищ лидируют библиотеки Пекинского и Уханьского университетов. Библиотечная сеть страны охватывает библиотеки научно-исследовательской системы, профсоюзов, учреждений и общественных организаций, армии, а также библиотеки средних и начальных школ, поселков, предприятий и уличных кварталов.

В Национальной библиотеке Китая — самой крупной в Азии — собрано 25 млн. экз. книг, книжный фонд на китайском языке — самый богатый в мире. Национальная библиотека — величественный архитектурный ансамбль, расположенный рядом с живописным парком Цзычжуюань (парк пурпурного бамбука) в Пекине. Здесь хранятся более 3500 образцов «цзягувэнь» (архаические надписи на панцирях черепах и костях животных — древнейшие дошедшие до наших дней образцы китайской письменности), 1,6 млн. древних книг, свыше 1 тыс. свитков дуньхуанских фресок. Здесь собрано 12 млн. книг на иностранных языках и созданы десятки постоянно обновляемых компьютерных банков данных. С 1916 г. библиотека является официальным государственным книгохранилищем. С 1987 г. она принимает на хранение отечественные электронные издания. При библиотеке функционируют Национальный центр Международной стандартной нумерации книг (ISBN) Китая и Информационный центр компьютерных сетей. В настоящее время Национальная библиотека вместе с другими 90 библиотеками страны входит в союз библиотек цифровых изданий, способствуя развитию услуг в сфере цифровых масс-медиа в Китае. В конце 2004 г. началось строительство нового комплекса Национальной библиотеки, включая электронную библиотеку, которую планируется открыть в 2007 г. Расширенное книгохранилище будет отвечать самым современным требованиям, по крайней мере, в течение ближайших 30 лет. Благодаря созданию электронной библиотеки Национальная библиотека станет крупнейшим в мире центром хранения документов и цифровой информации на китайском языке, самой передовой базой сетевой службы в стране.[[31]](#footnote-31)31

Известная в стране и за рубежом Шанхайская библиотека — одна из крупнейших в Китае. Ее самое ценное и уникальное достояние — богатое древнее литературное наследие. Общий книжный фонд превышает 1,7 млн. книг. Наиболее ценными являются раритеты, многие из которых сохранились в единственном экземпляре. Самой древней книге около 1500 лет.

Китайская международная издательская корпорация крупнейшая среди корпораций этой категории, ее главная задача — издание и распространение литературы на иностранных языках. Она играет особую роль во внешних обменах и сотрудничестве в области издательского дела. Корпорация издает четыре журнала на английском, французском, испанском, арабском, корейском, японском, русском и китайском языках — «Пекин ревью», «Китай сегодня», ежемесячники «Китай» и «Народный Китай», а также ежегодник «Китай». Корпорация открыла веб-сайты на нескольких языках. Ей подчинены 7 издательств, включая Издательство литературы на иностранных языках и издательство «Новый мир». Ежегодно издаются более 20 видов печатной продукции на иностранных языках, охватывающих более тысячи тем. Книги распространяются более чем в 190 странах и районах мира. Это играет важную роль в более близком знакомстве мира с Китаем. В корпорацию также входит Китайская компания международной книжной торговли, которая распространяет продукцию более чем в 80 странах и районах мира и регулярно участвует в крупных международных книжных ярмарках.[[32]](#footnote-32)32

Пекинская книжная ярмарка, проходившая в 2006 году стала ярким праздником Книги. Уже с открытия российские стенды были заполнены китайской публикой старшего поколения, которая помнит прежние временам сотрудничества, и молодежью, изучающей русскую культуру и язык. Особое внимание они уделяли плакатной продукции исторической тематики, художественным произведениям русских классиков, учебной литературе, миниатюрным изданиям. Экспозиция книжной индустрии продемонстрировала высокий уровень культуры двух народов, столкновение двух эпох — Китая XXI века и Китая советской эпохи, где с прогрессивными идеями граничат жесткая дисциплина и цивилизованные взаимоотношения, где продолжают читать В. .Ленина, К. Маркса, Н. Островского. [[33]](#footnote-33)33

Российские издатели представили достаточно широкий спектр различной печатной продукции, среди них выделялись: «Белый город», «Большая российская энциклопедия», «Вагриус», «Златоуст», «Издательские программы Правительства Москвы», «Терра», Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, на котором представили уникальную коллекцию серии «Классический университетский учебник» и др. К российской книге сохранился большой интерес. В то же время и для России будут полезны издания китайских авторов. Эта ниша не заполнена и представляет большие перспективы для развития международных издательских и книготорговых отношений.

Участие ТД «Библио Глобус» и Союза «Гильдия книжников» в ярмарке было направлено, в первую очередь, на поддержание статуса России как одной из ведущих книгоиздательских держав, способной предложить китайскому рынку высококачественную, малотиражную техническую книгу и литературу современных российских писателей. На стенде была представлена книжная продукция организаций, входящих в состав Гильдии книжников, — «БХВ-Петербург», «Азбука Максимум», Гуманитарный издательский центр «Владос», «Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», «Русский шахматный дом», Русская книжная компания «Библион», «Торговый Дом «Питер». По результатам встреч с представителями китайских издательств достигнуто соглашение о поставке изданий на отечественный рынок. Договорились об информационном обмене и организации на постоянной основе информационной площадки, где будет представлена печатная продукция стран.

В рамках программы «Россия. Перелистывая страницы» состоялся ряд встреч на высоком уровне представителей бизнеса и государственных органов, регулирующих книжное и библиотечное дело России и Китая. Особенно полезными и интересными явились встречи в рамках «круглых столов» и семинаров, в частности «Семинар россий¬ских и китайских издателей и книгораспространителей», организованный начальником управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям РФ и начальником Отдела книжных выставок и пропаганды чтения. Здесь происходил обмен опытом между китайской и российской сторонами в области книжного дела.

Другим важным событием по информационному обеспечению российских и китайских издателей и книгораспространителей явился семинар «Культурное взаимодействие через книгу», проведенный заместителем директора библиотеки по естественным наукам РАН и начальником отдела комплектования ВГБИЛ, с посещением Национальной библиотеки Китая. В результате этого семинара участники пришли к пониманию необходимости дальнейших российско-китайских взаимоотношений и проведению семинаров и встреч на разных уровнях, созданию на регулярной основе книгообмена, формированию более благоприятных условий для издателей и книгораспространителей по перемещению печатной продукции в наши государства.

В заключение стоит подчеркнуть высокую организацию столь масштабного мероприятия, способствующего развитию международных деловых взаимоотношений.

Рассматривая китайскую систему книгораспространения в целом, можно сделать следующие выводы. Книжная торговля в Китае превратилась в самостоятельную область хозяйствования и предпринимательства, требующую от ее участников соответствующего уровня компетентности и профессионализма. В то же время, у различных форм книжной торговли огромные перспективы, поскольку для построения региональной инфраструктуры книготорговли остается широкое поле деятельности. И в этом направлении больших успехов могут добиться как государственные, так и частные фирмы.[[34]](#footnote-34)34

Следует заметить, что сотрудничество в любой сфере предпринимательской деятельности начинается с заключения договора.

Для предпринимательской деятельности предприятий книжного бизнеса характерны следующие виды договоров: договор поставки товаров, договор складского хранения продукции и её предпродажной подготовки, договор аренды нежилых помещений. К числу основных договоров следует отнести договора поставки и складского хранения.

Договор поставки является особой разновидность договора купли-продажи, характерной для предпринимательской деятельности. Поставщик (продавец) обязуется передать получателю (покупателю) в установленный срок производимые им или закупаемые товары. От договора купли-продажи договор поставки в первую очередь отличается статусом сторон этого договора — ими являются предприниматели, и целями, в которых приобретается товар (для использования в предпринимательской деятельности и иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним использованием).

Существенным условием договора поставки является условие о передаче товара в обусловленные сроки или в срок, что предполагает возможность единовременной продажи товаров или продажу отдельными партиями в течение длительного периода. Момент заключения договора поставки и его исполнения, как правило, не совпадает. Срок поставки может быть определён как путём указания конкретной даты, так и периодов поставки в течение определённого срока. Поставка товаров осуществляется поставщиком путём отгрузки (передачи) товаров покупателю (стороне по договору) или третьему лицу, указанному покупателем в качестве получателя в самом договоре или в отгрузочной разнорядке. Это позволяет организациям, осуществляющим посредническую деятельность в области оптовой торговли, снабжения и сбыта, направлять закупленные товары непосредственно конечному покупателю. Наличие указания об отгрузке является обязательным условием исполнения договора поставщиком, в противном случае он вправе отказаться от исполнения договора. Покупатель (получатель) обязан принять поставленный товар и проверить его по количеству и качеству в порядке и в сроки, установленные договором, законом или обычаями делового оборота.

При поставке товаров ненадлежащего качества поставщик обязан без промедления заменить их. В противном случае, покупатель (получатель) вправе потребовать от поставщика соразмерного уменьшения цены; или безвозмездного устранения недостатков товара в разумный срок; или возмещения своих расходов по устранению недостатков товара за свой счёт.

Типичным для книготоргового бизнеса является также договор складского хранения товаров — разновидность договора хранения, по которому товарный склад (хранитель) обязуется за вознаграждение хранить товары, переданные ему владельцем товаров (поклажедателем) и возвратить эти товары ему в сохранности. Заключается в письменной форме в виде складских документов, к которым относятся двойное складское свидетельство, складская квитанция.

Информационные технологии, применяемые для организации технологических процессов в рабочей среде фирмы, дают предпринимателю возможность перехода к «бизнесу со скоростью мысли», основанному на информации о предлагаемых книгах.

Возможны два оперативных коммерческих процесса между поставщиком и получателем:

- по схеме предложение, заказ, поставки;

- реализация, автодозаказ, повторная поставка.

Первая схема состоит из следующих действий:

- поставщик формирует предложение в виде электронного прайс-листа согласованного формата;

- поставщик высылает предложение по электронной почте (возможны и другие варианты электронного обмена данными);

- менеджер розничной фирмы анализирует предложение;

- менеджер розничной фирмы производит отбор и утверждает заказ, назначает стандарты поставки, по установленному алгоритму назначается розничная цена;

- заказанные наименования поступают в электронную базу данных книготорговой фирмы;

- поставщик получает заказ наименований для поставки;

- заказ поступает в базу данных поставщика;

- поставщик формирует и поставляет заказ.

Вторая схема:

- менеджер (администратор) получателя обращается к базе данных и формирует дозаказ в соответствии с величиной остатков, расходимостью и стандартами поставки;

- дозаказ пересылается по электронной почте поставщику;

- поставщик получает дозаказ;

- менеджер поставщика анализирует дозаказ в соответствии с остатками на его складе;

- менеджер поставщика фиксирует дозаказ в базе данных;

- менеджер получателя получает утверждённый дозаказ;

- дозаказ фиксируется в базе данных менеджера получателя;

- поставщик осуществляет поставку дозаказа.

Преимущества автозаказа и автодозаказа:

- минимизация объёма складских операций получателя в связи с переходом поставки в торговый зал;

- оперативное реагирование на спрос;

- динамическое регулирование объёма поставок в соответствии со спросом;

- минимизация товарных запасов торгового зала;

- ускорение оборачиваемости товарных запасов и расчётов за проданные товары.

Для информационного обеспечения внутрифирменных процессов организуется локальная компьютерная сеть, состоящая из первичных регистраторов (сканеров) операций по приёму, перемещению и продаже книжных товаров; компьютеров, подготовляющих и формирующих приходно-расходные документы (накладные, счета-фактуры, спецификации, ценники); специализированных компьютеров (серверов), накапливающих информацию о проведённых коммерческих операциях и предоставляющих доступ к ней для анализа и обобщения.

Источником для регистрации коммерческих операций является нанесённый типографским образом на каждую поступающую книгу шрихкод, в котором в виде комбинации линий и промежутков между ними закодирован индивидуальный идентификатор издания — ISBN. Другим источником регистрации служит приходная электронная накладная, поступающая на дискете вместе с товаром и содержащая в согласованном формате накладную на пришедшую партию книг. Приёмка товара, данные о котором уже поступили в электронном виде, производится с помощью сканера, считывающего шрихкод и подсоединённого к компьютеру. Все данные о поступившем товаре (наименование, количество, цена) сопоставляются с данными электронной накладной, которая в свою очередь сравнивается с заказом, хранящемся на сервере.[[35]](#footnote-35)35

Вся информация о принятом товаре переносится на сервер «товарная база», составляется его библиографическое описание, которое поступает в базу данных «библиография». Расчёт количества книг, необходимых в торговом зале, производится посредством специальной программы исходя из заданного стандарта и порога наличия и остатков конкретной книги в зале.

Перед поступлением в торговый зал товар проходит предпродажную подготовку на складе либо у поставщика.

Предпродажная подготовка на складе перед отправкой книги в торговый зал по запросу сервера на специализированном принтере штрихкодирования производится выдача на печать этикетки (ценника) с штрихкодом и розничной ценой на книгу. Последняя рассчитывается автоматически при формировании заказа менеджером на компьютере.

После принятия по количеству и номенклатуре товарная партия, пришедшая со склада, в сопровождении внутренней электронной накладной доставляется в торговый зал. Расстановка в зале осуществляется в соответствии с кодом рубрики классификатора, присваиваемой при составлении библиографического описания. Код задаёт зону продажи книги (стеллаж, полка). Покупатель, выбравший книгу для покупки, производит оплату через кассу. Кассир считывает с помощью сканера этикетку, на электронной кассе высвечивается розничная цена, кассир принимает деньги на оплату и пробивает чек. Все кассы торгового зала соединены с кассовым сервером по специальной схеме.

**Главный сервер**

**Касса**

**Кассовый сервер**

**Касса**

**Касса**

**Касса**

Схема 1 — Соединение касс с кассовым сервером

Информация о продажах хранится на кассовых серверах и с определённой периодичность. Передаётся на главных сервер. С последнего забирается информация о новых поступлениях товара для обновления кассовой базы данных.

## 2.2. Экспортные, импортные операции с книжной продукцией в Китае

Одновременно с налаживанием внутреннего рынка китайские издательские предприятия также активно выходят на международной книжный рынок. Франкфуртская международная книжная ярмарка является крупнейшей в мире, именно на ней осуществляются 75% торговли авторскими правами на литературном рынке. Сейчас эта ярмарка стала международной ареной для соперничества издательств разных стран мира.

На предыдущих книжных ярмарках Китай приобрел авторские права на издание книг в 10 раз больше, чем сам продал таких прав за рубеж. А в 2006 на книжной ярмарке во Франкфурте Китай приобрел авторские права на издание 881 наименования книг и продал авторские права на 615 наименований. Благодаря этому повысилась доля китайских изданий на международном книжном рынке.

Постепенно расширяется внешний доступ в издательском деле Китая. До сегодняшнего дня Китай, выполняя обещания при вступлении в ВТО, предоставил внешнему доступу два главных звена издательского дела. Первое, рыночный сбыт и второе, полиграфия. Сегодня уже утверждено вложение иностранного капитала в 38 предприятий сбыточных услуг, из них 14 имеют право на оптовое распространение. В сфере сбыта можно использовать самостоятельный капитал, совместный капитал, акционерную систему, индивидуальный капитал и государственный капитал. В сфере полиграфии, помимо типографий, где контрольный пакет акций по выпуску определенных изданий должен принадлежать китайской стороне, остальные типографские предприятия целиком открыты внешнему доступу. Сегодня уже насчитывается более 2000 типографских предприятий китайско-иностранного капитала и целиком иностранного капитала. [[36]](#footnote-36)36

В сфере издания литературы на сегодня нашей политикой не разрешается участие иностранного капитала в издательском и редакционном звеньях, однако открыт внешний доступ в сотрудничестве по отдельным книгам. Ежегодно иностранные правительства и издательства сотрудничают с Китаем в издании многих книг. В сфере издания и продажи издательского права сотрудничество целиком открыто внешнему доступу.

В сфере периодических изданий и видео-продукции предоставлены внешнему доступу сотрудничество в области авторского права. Сегодня 51 издательству периодических изданий выдана санкция на сотрудничество в авторском праве с другими странами. Эти периодические издания имеют содержание известных иностранных изданий и содержание китайских периодических изданий. Многие популярные сегодня в стране периодические издания и издания компьютерного типа выходят в сотрудничестве с иностранными издательствами.

В сентябре 2006 года на 13-й международной книжной ярмарке в Пекине издательства Китая продали 1096 авторских прав, заимствовал 891 право, продажа права значительно превысило заимствование. В октябре на 58-ой книжной ярмарке во Франкфурте китайские делегации представил свыше 3600 наименований 4000 экземпляров, подписал 1936 контрактов или соглашений по авторскому праву, заимствовал 1254 авторских прав, что способствовало продвижению соотношения в импорте и экспорте авторского права.

Россия и Китай договорились об активизации партнерства в издательской отрасли. Соответствующий меморандум о сотрудничестве на 2006-2007 гг. был подписан руководителем Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и министром-руководителем Главного государственного управления КНР по делам прессы и издательства. Оба ведомства будут содействовать более широкому распространению и обмену различной печатной продукцией своих стран, способствовать разработке и реализации совместных издательских проектов, включая перевод на русский и китайский языки художественной, научной и социально значимой литературы обеих стран. [[37]](#footnote-37)37

Китайское международное издательское объединение играет важную роль в культурном обмене Китая с заграницей. Эта крупная издательская организация сочетает функции издания, печати и распространения книг и периодических изданий на иностранных языках, включая 7 наименований журналов в 32 региональных изданиях. Это журналы: «Бэйцзин ревью», «Китай сегодня», «Китай», «Народный Китай», «Репортажи из Китая», «Китай и Африка» и «Китайская литература». При данном объединении учреждено 11 издательств ( в том числе и известные во всем мире издательство литературы на иностранных языках и издательство «Синьсин»), которые ежегодно выпускают около тысячи различных наименований книг на 20 иностранных языках. Среди них монография «Пятитысячелетие живописи Китая», выпущенная Издательством литературы на иностранных языках в сотрудничестве с издательством Йельского университета США, приковала широкое внимание мировой общественности. Сборники «Китай: факты и цифры», брошюры «Обзор по Китаю», «Потала», «Это – КНР» и «Лотос», изданные издательством «Синьсин» в различных региональных вариантах, распространяются более чем в 190 странах и регионах мира, они играют важную роль в содействии международной общественности в понимании Китая. В США, Англии, Японии, Египте, Танзании и Сянгане данное объединение учредило собственные дочерние компании и филиалы с целью интенсификации обмена с зарубежными странами. Китайская компания международной книжной торговли, подчиняющаяся этому объединению, занимается распространением различных книг и периодических изданий в 82 странах и районах мира. Эта компания ежегодно проводит «китайские книжные выставки» в других странах мира.

Китай в последнее время занял твердую позицию лидера среди прочих азиатских и европейских стран по объему производства разнообразной продукции, и не в последнюю очередь на информационном рынке. В определенной степени это происходит и в рамках программы «трех шагов», которая позволила обеспечить повышение жизненного уровня населения. Реализация третьего этапа программы ставит своей целью выход Китая на уровень экономически развитых стран. В результате последовательного выполнения ее задач, в Китае к 2050 году должны быть достигнуты такие стратегические цели, как всесторонняя социалистическая модернизация, необходимая для достижения зрелости социально-экономического развития, значительное повышение статуса страны на международной арене и выход на первое место в мире по совокупной государственной мощи; выход в ряды стран со средним уровнем ВНП на душу населения. Словом, превращение страны в мощное государство с высоким уровнем материальной, правовой и духовной цивилизации.

На сегодняшний день Китай не разрешает иностранным партнерам вкладывать инвестиции в издательскую отрасль, то есть не разрешает им напрямую участвовать в работе по изданию и редактированию книг, газет, периодических изданий, аудио- и видеопродукции и электронных изданий. Но иностранные издательские компании могут устанавливать и развивать различные формы сотрудничества с китайскими издательскими организациями. Одной из форм сотрудничества иностранных издательских компаний с китайскими является купля-продажа авторских прав на книги. Другой формой сотрудничества является совместная работа по выпуску отдельных книг. [[38]](#footnote-38)38

Третьей формой является сотрудничество между китайскими издательствами, выпускающими периодические издания, и зарубежными издательствами, выпускающими периодические издания, и зарубежными издательствами по выпуску отдельных периодических изданий. Чтобы начать эту работу, необходимо получить одобрение со стороны Главного Управления по делам прессы и издательств. Не разрешается выпускать иностранные издания на китайском языке. Китайское правительство, исполняя обязательства, взятые на себя при вступлении во Всемирную Торговую Организацию (ВТО), в настоящее время разрешает иностранным бизнесменам вкладывать инвестиции в фирмы по продаже печатной продукции в Китае и заниматься на территории Китая (исключая Сянган, Аомынь и Тайвань) оптовой и розничной торговлей изданными в Китае книгами, газетами, периодическими и электронными изданиями. При этом не разрешается заниматься общим тиражированием. Существует более тридцати сетей магазинов, в которых, как положено на сегодняшний день, контрольный пакет акций принадлежит китайской стороне.

Китайское правительство разрешает иностранным бизнесменам вкладывать инвестиции и основывать типографии в Китае. В отношении упаковки, оформления и полиграфии печатной продукции китайское правительство разрешает иностранным бизнесменам создавать в Китае издательские предприятия с китайско-иностранным капиталом, с китайско-иностранным сотрудничеством и с полностью иностранным капиталом. В отношении издания различных видов печатной продукции также разрешается создание издательских предприятий с китайско-иностранным капиталом и китайско-иностранным сотрудничеством, где китайская сторона должна иметь наибольшую долю или занимать руководящее положение. Находящиеся в Китае издательские предприятия могут принимать заказы на печатание иностранной продукции, напечатанная продукция должна быть полностью вывезена за границу, и не должна тиражироваться и распространяться на территории страны.

Импортом печатной продукции занимается созданная на основании закона организация по импорту печатной продукции с полностью государственным капиталом. Импортом некоторых газет и периодических изданий занимаются экспортно-импортные фирмы, назначенные Главным Управлением по делам прессы и издательств. Никакая организация или частное лицо не могут без лицензии заниматься импортом газет и периодических изданий. Что касается классификации способов контроля над тиражированием импортной печатной продукции, то не имеющие ограничения по тиражированию импортные книги и электронные издания, тиражируются исходя из потребностей рынка. Активно поощряются те издательские организации, которые имеют реальные возможности вкладывать инвестиции в издательские предприятия за границей, расширять свой бизнес, открывать книжные магазины, издательства и другие предприятия, связанные с издательским делом.

На сегодняшний день иностранные бизнесмены вкладывают инвестиции в более двух тысяч издательских предприятий в Китае. Существует одно совместное предприятие и одна совместная газета, 49 лицензированных периодических изданий с китайско-иностранным сотрудничеством по авторским правам, среди них 25 научно-технических изданий, 24 издания о современной жизни и одно по вопросам бизнеса. Иностранные партнеры приезжают, в основном, из Европы, Америки и Восточной Азии, включая Францию, США, Японию и Тайваньский регион нашей страны. Многие китайские периодические издания развертывают и расширяют сотрудничество с крупнейшими международными издательскими корпорациями. На сегодняшний день существует 33 иностранных компании по продаже, из которых 10 - по оптовой торговле, 22 - по розничной и 1 — по торговле через Интернет. В этих фирмах инвесторы представлены главным образом такими странами как США, Германия, Англия, Сингапур, Япония, Франция, Голландия, Южная Корея, Сянган, Тайвань и другими. [[39]](#footnote-39)39

В 1997 году создан Китайский информационный Интернет-центр. Будучи с многоязычной основой для ознакомления с китайскими реалиями, он публикует информацию на китайском, английском, русском, французском, немецком, японском, испанском, арабском языках и на эсперанто. Сайтом пользуются читатели из более чем 190 стран и регионов мира. Также следует назвать один из самых крупных информационных сайтов, созданных газетой «Жэньминь Жибао». Опираясь на широкие информационные ресурсы газеты, сайт круглосуточно публикует ежедневно обновляемые новости, на иностранных языках, которые насчитывают свыше 3500 статей. 13 газет и 11 журналов из системы газеты «Жэньминь Жибао» публикуют свои электронные версии на сайте, который могут посещать в любое время пользователи со всех уголков мира. Также на ряде языков публикует информацию сайт, созданный государственным информационным агентством Китая — «Синьхуа». Глобальная филиальная сеть сбора новостной информации «Агентства Синьхуа» обеспечивает авторитетность и своевременность сообщаемых сайтом новостей. Ежедневно обновляемые новости достигают 5500 статей, недаром его называет «сводом сетевых новостей Китая». Успешно действует группа сайтов, созданная при Международном радио Китая, которая является многоязыковой и мультимедийной группой сайтов.

На китайских прилавках появится западная пресса. Канадская компания NewspaperDirect заключила соглашение с китайским издательством Beijing Founder Easiprint, которое начнет печатать полтора десятка известных зарубежных газет и журналов. Китайские представители заявили, что данный шаг поможет обеспечить доступ иностранных СМИ на внутренний рынок страны в преддверии Олимпиады-2008 в Пекине.[[40]](#footnote-40)40

В список счастливчиков, в частности, попали американские издания The New York Times, Wall Street Journal, The Washington Post, английские The Times, Daily Mail, The Daily Telegraph, французская Le Figaro, немецкая Frankfurter Allgemeine Zeitung, японская Mainichi Shimbun.

Эксперты считают, что КНР выполняет обязательства по реформе рынка СМИ, взятые при вступлении в ВТО в 2001 г. Три года назад здесь впервые была разрешена частная деятельность в сфере распространения печатной продукции и книгоиздательства. Позднее иностранцам позволили долевое участие в газетах и журналах, но контрольный пакет покупать так и не разрешили. Коммунистическая партия Китая пока не собирается отказываться от политического контроля над прессой. Китай в последнее время наоборот, усилил контроль за СМИ, в которых есть иностранный капитал. В Китае сохраняется достаточно высокий уровень цензуры. Однако процесс рыночных реформ, бурное экономическое развитие страны неизбежно ведут к расширению контактов с внешним миром. Руководство КНР оказывается вынужденным делать общество все более открытым. В перспективе следует ожидать роста самостоятельности китайских СМИ, хотя, безусловно, идеологический контроль еще продолжительное время будет оставаться прерогативой КПК».

Соглашение NewspaperDirect и Beijing Founder Easiprint подтверждает соломонову политику Пекина. Хотя ведущие мировые издания и попадут в Поднебесную, большая часть населения страны их не увидит. Китай не выпустил зарубежные издания на массовый рынок. Речь идет лишь о том, что они будут печататься на территории КНР для иностранцев, распространяться в отелях, бизнес-центрах, посольствах, правительственных учреждениях. В лучшем случае их смогут приобрести китайские чиновники и бизнесмены, знающие английский язык.

И все же важность этого события трудно переоценить. Например, несколько лет назад появление в киосках некоторых китайских отелей журналов Newsweek и Forbes произвело эффект разорвавшейся бомбы, вызвав скандал. Тогда Главному государственному управлению КНР по делам прессы и издательств пришлось оправдываться, заверяя, что эти издания печатаются не на территории материкового Китая, а в Гонконге и на Тайване.

Нынешнее событие в первую очередь порадует США, которые продолжают критиковать КНР за отсутствие свободы слова. Американская печать — проводник идеи свободных ценностей и американской демократии в мировом масштабе. Китайские власти понимают опасность подобного влияния на умы своих граждан, поэтому двери на рынок СМИ открывают неохотно.

Таким образом, можно сделать следующие выводы по данной главе.

Книгораспространение в Китае происходит через стационарные магазины, которые в свою очередь делятся на магазины с большой площадью и разнообразным ассортиментом и магазины, которые ориентируются на интенсивные контакты с покупателями на базе меньшего, но тематически глубокого ассортимента.

Вторым видом книгораспространения являются книжные клубы, на долю которых приходится достаточно большой процент от всей розничной книжной торговли. Это, в частности, связано со стабильностью транспортно-посылочной службы и инфраструктуры в целом. Книжные клубы предлагают книги с огромными скидками, что привлекает к ним большое количество покупателей.

Также существует почтово-посылочная торговля, которая имеет как преимущества, так и недостатки. С одной стороны, это гарантия для издателя, которому обеспечен сбыт, особенно при предоплате, и гарантия читателю, получающему заказанную им книгу без необходимости искать ее по городам. Но, с другой стороны, работа по почтовым каталогам слишком неоперативна.

Современным книгораспространением в Китае становится интерактивная продажа книгоизданий, т.к. книги и журналы являются идеальным товаром для торговли через Интернет.

Одновременно с налаживанием внутреннего рынка китайские издательские предприятия также активно выходят на международной книжный рынок. Постепенно расширяется внешний доступ в издательском деле Китая.

# Заключение

В заключение дипломной работы можно сделать следующие выводы. На рубеже XX - XXI веков Китай добился немалых успехов в книгоиздательстве. Страна, преодолевая огромные трудности, медленно, но уверено продвигается вперед. И, хотя со времени начала преобразований в Поднебесной прошло уже более двух десятков лет, эта тема не потеряла актуальности и сегодня.

Современное книгоиздание в Китае художественной литературы коренным образом отличается от того, каким оно было раньше.

В Китае был принят ряд законов, которые значительно изменили ситуацию в издательском деле. Были сняты все ограничения на выпуск книг, введено лицензирования издательской деятельности. Наряду с государственными издательствами в Китае появилось большое количество независимых издательств.

Чтобы достичь лидирующего положения в издательском деле в КНР создалось множество крупных издательских корпораций, также эффективно осуществлялась и осуществляется реорганизация частных издательских предприятий. Также произошла смена модели книжного выпуска. Так называемая количественная модель, характерная для периода застоя, когда число названий выпускаемых книг и брошюр в течение двух десятилетий было практически неизменным и рост издательской продукции шел главным образом за счет увеличения тиража, уступила место прогрессивной качественной модели, при которой развитие книгоиздания осуществляется преимущественно путем расширения репертуара и проведения тиражной политики, соответствующей платежеспособному покупательскому спросу. Это повышает возможности выбора для отдельных граждан и социальных групп в растущем многообразии изданий.

Последние годы характеризуются значительным расширением репертуара, что тесно связано с деятельностью независимых издательств. Значительно больше стало любовных романов, детективов, фантастики, мемуаров, биографий. Также в Китае наблюдается бурное развитие рынка иных форм издательской деятельности (аудиопродукция, интернет-издания и т.д.).

Книжный рынок становится более цивилизованным, т.е. рынок и его отношения начинают диктовать издательскую политику, ориентированную на потребительский спрос.

При анализе вопросов книгораспространения выяснилось, что книгораспространение в Китае происходит в основном через стационарные магазины, которые в свою очередь делятся на магазины с большой площадью и разнообразным ассортиментом и магазины, ориентирующиеся на интенсивные контакты с покупателями на базе меньшего, но тематически глубокого ассортимента.

Также системой книгораспростанения выступают книжные клубы, на долю которых приходится достаточно большой процент от всей розничной книжной торговли. Это, в частности, связано со стабильностью транспортно-посылочной службы и инфраструктуры в целом. Книжные клубы предлагают книги с огромными скидками, что привлекает к ним большое количество покупателей.

Также существует почтово-посылочная торговля. Современным книгораспространением в Китае становится интерактивная продажа книгоизданий, т.к. книги и журналы являются идеальным товаром для торговли через Интернет.

Одновременно с налаживанием внутреннего рынка китайские издательские предприятия также активно выходят на международной книжный рынок. Постепенно расширяется внешний доступ в издательском деле Китая.

# Список использованных источников

1. Алимов И.А., Ермаков М.Е., Мартынов А.С. Срединное государство: Введение в традиционную культуру Китая. М.: Изд. дом «Муравей», 2003. — 287 с.

2. Аленичев В., Кузин Ф. Современные проблемы книгоиздания в Китае// Книга: исследования и материалы.- М., 2005. — 162 с.

3. Бухштаб Б.Я. Проблемы типологии литературно- художественных изданий// Книга: исследования и материалы. — М., 2006. — 134 с.

4. Бичурин Н.Я. Статистическое описание Китайской империи. М., 2002. — 321 с.

5. Ван Гуйсян. Высшее библиотечно-библиографическое образование в Китае: становление и современное состояние. Тамбов: Изд-во МИНЦ, 2004. — 36 с.

6. Голыгина К.И. «Великий предел»: Китайская модель мира в литературе и культуре М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 2005. — 363 с.

7. Делюсин Л.П. Реформация китайского социализма. М., 2003. — 76 с.

8. Дикарев А.Д., Лукин А.В. Три путешествия по Китаю. М.: Молодая гвардия, 2001. — 239 с.

9. Даньшина И., Дымов А. Панорама книжного рынка КНР. Современное состояние. Анализ спроса // Книжное дело. — 2007.-№4.

10. Егоров К.А. Представительная система Китая: история и современность. М.: Спарк, 2005. — 240 с.

11. Иванчиков А.Г. Теоретические и практические аспекты привлечения иностранной технологии в КНР. М.: Наука, 2006. — 140 с.

12. Кравцова М.: Е. История культуры Китая: Учебное пособие для вузов. СПб.: Лань, 2002. — 415 с.

13. Куликов В.С., Бергольцев Л.Е.; Корнюшин В. Н. Китай: Фотоальбом с текстом. - М.: Планета, 2004. — 288 с.

14. Концепция развития книгоиздания в КНР // Книга: Исследования и материалы. — М, 2001. — 106 с.

15. Кравцова М.Е. История искусства Китая. М., 2004. — 149 с.

16. Литература и искусство КНР / Отв. ред. В.Ф. Сорокин. М.: Наука. Гл. ред. вост. лит., 2003. — 237 с.

17. Ларин В.Л. По Юго-Западному Китаю. М.: Наука. Гл. ред. вост. лит., 2000. — 264 с.

18. Манежев С.А. Иностранный капитал в экономике КНР. М.: ИДВ, 2005. — 274 с.

19. Майсурадзе Ю.Н. Статистика Китая настораживает, книгоиздание обнадеживает // Витрина, 2007. — №10.

20. Морозовский М.Д. Рынок художественной литературы // Кн. дело, 2007. — №6.

21. Поройкова О.А. Книгоиздание Китая в зеркале статистики // Витрина, 2007. — №7-8.

22. Серебряный А.Я., Скрипкин А.С. Китай: Краткий исторический словарь / Волгогр. гос. ун-т. Волгоград, 2007. — 247 с.

23. Сергеев Г.И. От дибао до «Жэньминь жибао»: путь в 1200 лет: (История средств массовой коммуникации Китая). М.: Иэд-во Ун-та дружбы народов, 2002. — 225 с.

24. Соловьев В. Экономические перспективы издательской деятельности // Библиотека., 2004. — №7.

25. Состояние книжного дела в Китае: анализ, проблемы, перспективы // Кн. бизнес., 2007. — №5.

26. Сладковский М.И. Знакомство с Китаем и китайцами. М., 2003. — 218 с.

27. Телешевская А.М. Общественное сознание КНР: (Опыт методико-концептуального анализа). М., 2002. — 77 с.

28. Терентьев-Катанский А.П. С Востока на Запад: (Из истории книги и книгопечатания в странах Центральной Азии). М.: Наука Гл. ред. вост. лит., 2000. — 232с.

29. Условия деятельности на рынках зарубежных стран: (Импортные потребности, экспортные возможности, законодательство, адреса) / Всерос. н.-и. конъюнктур. ин-т М-ва внеш. экон. связей РФ. Ч. 2: Китай и Тайвань / С.А.Манежев и др. М., 2004. — 126 с.

30. Фицджеральд С.П. Китай. Краткая история культуры: Пер. с англ. СПб.: Евразия, 2001. — 456 с.

31. Энциклопедия Нового Китая. М., 2006. – 729 с.

32. http://www.asiatimes.narod.ru

33. http://www.asiapacific.narod.ru/countries/china/

34. http://www.alchina.ru

35. http://www.chinaworlds.ru

36. http://www.kitai-journal.ru

37. http://www.kitairu.net

38. http://www.mykitay.ru/gazeta

39. http://www.russian.china.org.cn

40 http://www.cybersecuriti.ru

41. http://www.chinesebooks.net

# Приложение 1

# Приложение 2

# Приложение 3

# Приложение 4

# Приложение 5

# Приложение 6

# Приложение 7

# Приложение 8

# 

1. 1 Концепция развития книгоиздания в КНР // Книга: Исследования и материалы. — М, 2001. — С. 78 [↑](#footnote-ref-1)
2. 2 Терентьев-Катанский А.П. С Востока на Запад: (Из истории книги и книгопечатания в странах Центральной Азии). М.: Наука Гл. ред. вост. лит., 2000. — С.116. [↑](#footnote-ref-2)
3. 3 Серебряный А.Я., Скрипкин А.С. Китай: Краткий исторический словарь / Волгогр. гос. ун-т. Волгоград, 2007. — С. 64 [↑](#footnote-ref-3)
4. 4 Бичурин Н.Я. Статистическое описание Китайской империи. М., 2002. — С.168 [↑](#footnote-ref-4)
5. 5 Аленичев В., Кузин Ф. Современные проблемы книгоиздания в Китае// Книга: исследования и материалы.- М., 2005. — С.89 [↑](#footnote-ref-5)
6. 6 Сергеев Г.И. От дибао до «Жэньминь жибао»: путь в 1200 лет: (История средств массовой коммуникации Китая). М.: Иэд-во Ун-та дружбы народов, 2002. — С.124 [↑](#footnote-ref-6)
7. 7 Голыгина К.И. «Великий предел»: Китайская модель мира в литературе и культуре М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 2005. — 363 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. 8 Даньшина И., Дымов А. Панорама книжного рынка КНР. Современное состояние. Анализ спроса // Книжное дело, 2007. — №4. [↑](#footnote-ref-8)
9. 9 Сладковский М.И. Знакомство с Китаем и китайцами. М., 2003. — С.202 [↑](#footnote-ref-9)
10. 10 Морозовский М.Д. Рынок художественной литературы // Кн. Дело, 2007. — №6. [↑](#footnote-ref-10)
11. 11 Соловьев В. Экономические перспективы издательской деятельности // Библиотека, 2004.-№7. — С.16. [↑](#footnote-ref-11)
12. 12 Фицджеральд С.П. Китай. Краткая история культуры: Пер. с англ. СПб.: Евразия, 2001. — С.318 [↑](#footnote-ref-12)
13. 13 Ларин В.Л. По Юго-Западному Китаю. М.: Наука. Гл. ред. вост. лит., 2000. — С.171 [↑](#footnote-ref-13)
14. 14 Манежев С.А. Иностранный капитал в экономике КНР. М.: ИДВ, 2005. — С. 46 [↑](#footnote-ref-14)
15. 15 http://www.cybersecuriti.ru [↑](#footnote-ref-15)
16. 16 Сергеев Г.И. От дибао до «Жэньминь жибао»: путь в 1200 лет: (История средств массовой коммуникации Китая). М.: Иэд-во Ун-та дружбы народов, 2002. — С.37. [↑](#footnote-ref-16)
17. 17 Манежев С.А. Иностранный капитал в экономике КНР. М.: ИДВ, 2005. — С.216 [↑](#footnote-ref-17)
18. 18 Майсурадзе Ю.Н. Статистика Китая настораживает, книгоиздание обнадеживает // Витрина, 2007. - №10. — С.32 [↑](#footnote-ref-18)
19. 19 http://www.kitai-journal.ru [↑](#footnote-ref-19)
20. 20 Состояние книжного дела в Китае: анализ, проблемы, перспективы // Кн. Бизнес, 2007. — №5. [↑](#footnote-ref-20)
21. 21 Морозовский М.Д. Рынок художественной литературы // Кн. Дело, 2007. — №6. [↑](#footnote-ref-21)
22. 22 Даньшина И., Дымов А. Панорама книжного рынка КНР. Современное состояние. Анализ спроса // Книжное дело, 2007. — №4. [↑](#footnote-ref-22)
23. 23 Даньшина И., Дымов А. Панорама книжного рынка КНР. Современное состояние. Анализ спроса // Книжное дело, 2007. — №4. [↑](#footnote-ref-23)
24. 24 Егоров К.А. Представительная система Китая: история и современность. М.: Спарк, 2005. — С.172 [↑](#footnote-ref-24)
25. 25 http://www.asiapacific.narod.ru/countries/china/ [↑](#footnote-ref-25)
26. 26 Состояние книжного дела в Китае: анализ, проблемы, перспективы // Кн. Бизнес, 2007. — №5. [↑](#footnote-ref-26)
27. 27 Куликов В.С., Бергольцев Л.Е.; Корнюшин В. Н. Китай: Фотоальбом с текстом. - М.: Планета, 2004. — С.84 [↑](#footnote-ref-27)
28. 28 Сергеев Г.И. От дибао до «Жэньминь жибао»: путь в 1200 лет: (История средств массовой коммуникации Китая). М.: Иэд-во Ун-та дружбы народов, 2002. — С.103 [↑](#footnote-ref-28)
29. 29 http://www.chinesebooks.net [↑](#footnote-ref-29)
30. 30 Поройкова О.А. Книгоиздание Китая в зеркале статистики // Витрина, 2007. — №7-8. [↑](#footnote-ref-30)
31. 31 http://www.mykitay.ru/gazeta [↑](#footnote-ref-31)
32. 32 Морозовский М.Д. Рынок художественной литературы // Кн. Дело, 2007. — №6. [↑](#footnote-ref-32)
33. 33 http://www.russian.china.org.cn [↑](#footnote-ref-33)
34. 34 Соловьев В. Экономические перспективы издательской деятельности // Библиотека, 2004. —№7. [↑](#footnote-ref-34)
35. 35 Литература и искусство КНР / Отв. ред. В.Ф. Сорокин. М.: Наука. Гл. ред. вост. лит., 2003. — 237 с. [↑](#footnote-ref-35)
36. 36 http://www.alchina.ru [↑](#footnote-ref-36)
37. 37 http://www.russian.china.org.cn [↑](#footnote-ref-37)
38. 38 Поройкова О.А. Книгоиздание Китая в зеркале статистики // Витрина, 2007. — №7-8. [↑](#footnote-ref-38)
39. 39 Условия деятельности на рынках зарубежных стран: Импортные потребности, экспортные возможности, законодательство, адреса / Всерос. н.-и. конъюнктур. ин-т М-ва внеш. экон. связей РФ. Ч. 2: Китай и Тайвань / С.А.Манежев и др. М., 2004. — С.64 [↑](#footnote-ref-39)
40. 40 http://www.asiatimes.narod.ru [↑](#footnote-ref-40)