

УДК 329.8; 329.051; 329.058  
DOI 10.31857/S032120680001079-0

## АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ В КАНАДЕ

© 2018 г. **Т.А. Щукина\***

Статья поступила в редакцию 24.04.2018.

*В статье рассматриваются основные положения новой концепции культурной политики, принятой канадским правительством в сентябре 2017 г. и получившей название "Креативная Канада". Особое внимание уделено анализу роли, места и методам государственной поддержки канадского контента в условиях глобального цифрового пространства.*

**Ключевые слова:** культура Канады, канадская культурная политика, "Креативная Канада", канадский контент, цифровые технологии.

В сентябре 2017 г. либеральное правительство Канады в лице министра наследия Канады Мелани Жоли (*Mélanie Joly*) выступило с новой инициативой в области культурной политики, получившей название "Креативная Канада" (*Creative Canada*). По сути, положения этой концепции предусматривают широко-масштабный пересмотр практически всех аспектов государственной политики в сфере культуры. О серьёзности намерений правительства свидетельствует тот факт, что министр заявила о возможном изменении механизма действия Закона о вещании (*Broadcasting Act*) и Закона о телекоммуникациях (*Telecommunications Act*), а также о ревизии мандатов таких организаций, как Канадская комиссия по радио, телевидению и телекоммуникациям (ККРТТ) (*Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission*) и Канадская вещательная корпорация (*Canadian Broadcasting Corporation/Radio-Canada*). Особое внимание в предложениях правительства уделено анализу роли и места канадского контента (*Canadian content*) в условиях современного мирового цифрового пространства. Как отмечала газета "Глоб энд мейл" (*Globe and Mail*), это можно считать одним из самых существенных мероприятий канадского правительства в области культурной политики, предпринятых за последнюю четверть века, с тех пор как в 1991 г. были внесены изменения и дополнения в Закон о вещании правительством Б. Малруни (*Brian Mulroney*)<sup>1</sup>.

---

\* **ЩУКИНА Татьяна Александровна** – старший научный сотрудник Института США и Канады РАН. Российская Федерация, 121069 Москва, Хлебный пер., 2/3 (tatshchukina@gmail.com).

<sup>1</sup> Daniel Leblanc. Ottawa announces sweeping CanCon review // The Globe and Mail. April 23, 2016. Available at: <http://beta.theglobeandmail.com/news/national/exclusive-canadian-heritage-announces-sweeping-canconreview/article29722581/?ref=http://www.theglobeandmail.com&> (accessed 01.02.2018).

Повышение интереса к культурной составляющей в ходе дальнейшего развития страны в немалой степени было связано с тем, что в 2017 г. Канада отмечала 150-ю годовщину своей государственности. В опубликованных правительством к этой дате документах подчёркивалось, что сегодня очень своевременно начать разговор о том, какова роль культуры в будущем развитии Канады и участия государства в культурных процессах. Также прозвучало заявление о необходимости реформирования и даже кардинальной перестройки модели, в соответствии с которой государство должно обеспечить поддержку творческим процессам в условиях образования глобального рынка культурных товаров и услуг, существующего в едином мировом цифровом пространстве. Были определены три главные составляющие, на которых базируется новая концепция правительства: 1) оказание финансовой помощи представителям творческих профессий и менеджерам в сфере культуры; 2) стимулирование создания и продвижения канадского контента внутри страны и за её пределами; 3) укрепление системы национального вещания и сети региональных и местных новостей<sup>2</sup>.

Канаду по праву можно считать одной из стран, сумевших создать собственную, довольно эффективно действующую модель культурной политики, главными целями которой являются поощрение культурного творчества и обеспечение как можно более широкого доступа своих граждан к образцам как национальной, так и зарубежной культуры. На формирование канадской культурной модели большое влияние оказали такие факторы, как англо-французское двуязычие, культурно-этническое многообразие, толерантность и уважение к соблюдению прав человека, приверженность демократическим принципам. Важным результатом в связи с этим является тот факт, что канадская культура за последние десятилетия не только заняла достойные позиции на родине, но и получила широкое международное признание.

Имена представителей современной канадской культуры известны во всём мире. Писательница Элис Манро (*Alice Munro*), работающая в жанре короткого рассказа, первой среди канадцев была награждена Нобелевской премией по литературе (2013 г.). Вместе с другими авторами, такими как Майкл Ондатже (*Michael Ondaatje*), Маргарет Этвуд (*Margaret Atwood*), Ян Мартел (*Yann Martel*), она также стала лауреатом престижной Букеровской премии (*Man Booker Prize*). Писатель гаитянского происхождения, франкоканадец Дани Лаферрьер (*Dany Laferrière*) получил Приз Медиси (*Prix Médicis*), канадская писательница и поэтесса Кэрол Шилдс (*Carol Shields*) была удостоена Пулитцеровской премии (*Pulitzer Prize*). Театральный деятель Робер Лепаж (*Robert Lepage*) – один из самых востребованных в мире авангардных режиссёров-постановщиков, сочетающий в своём творчестве различные виды искусства – театр, кино, музыку, видео- и мультимедийные жанры. Знаменитый “Цирк дю Солей” (*Circus du Soleil*), созданный франкоканадцем Ги Лалиберте (*Guy Laliberte*), уже давно превратился в одну из самых крупных компаний на глобальном рынке развлекательной индустрии, и, хотя она уже не является чисто канадской, её всё равно можно считать самым известным и успешным канадским культурным брендом [Щукина Т.А., 2017: 312].

---

<sup>2</sup> Creative Canada Policy Framework. Government of Canada. Available at: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/campaigns/creative-canada/framework.html> (accessed 20.01.2018).

Многие канадские исполнители, такие как Брайан Адамс (*Brian Adams*), Селин Дион (*Celine Dion*), Нелли Фуртадо (*Nelly Furtado*), Шанайя Твейн (*Shania Twain*), Сара Маклахлан (*Sarah McLachlan*), Аланис Мориссетт (*Alanis Morissette*), Майкл Бубле (*Michael Buble*), Аврил Лавинь (*Avril Lavigne*), Дрейк (*Aubrey Drake Graham*), добились больших успехов в мировой музыкальной индустрии. В последние годы заявили о себе представители молодого поколения, получившие широкое международное признание. Здесь можно отметить Джастина Бибера (*Justin Bieber*), Эйбела Макконена Тесфайе (*Abel Makkonen Tesfaye*), канадского певца, автора песен и продюсера эфиопского происхождения, профессионально известного как Уикнд (*The Weeknd*), Алессии Кара (*Alessia Cara*), соул-певицы, которая в 2018 г. получила музыкальную премию "Грэмми" Американской академии звукозаписи в номинации "лучший новый исполнитель". Нельзя не упомянуть и о творчестве Ксавье Долана (*Xavier Dolan*), который, совмещая профессии кинорежиссёра, актёра, сценариста, художника по костюмам, продюсера, клипмейкера, был удостоен в 2016 г. Гран-при Каннского кинофестиваля за свой фильм "Это всего лишь конец света" (*Juste la fin du monde*). Премию почётного Оскара за многолетнюю творческую деятельность получил в 2018 г. знаменитый канадский киноактёр Дональд Сазерленд (*Donald Sutherland*).

Одной из современных характеристик культуры, особенно заметных в Канаде, является то, что она, выходя за грани своего традиционного выражения, всё теснее взаимодействует с высокотехнологичными областями экономики, такими как развитие компьютерных технологий, создание нового программного обеспечения, и, следовательно, может играть заметную роль в инновационной стратегии развития канадского общества. В новой концепции, представленной правительством, понятие "культурные отрасли экономики" (*cultural industries*), которым пользовались ранее и которое включало в себя традиционные экономические сферы культуры (такие как издание книг, журналов, газет, производство аудиовизуальной теле- и фильмопродукции, музыкальная индустрия), заменено на термин "креативные отрасли" (*creative industries*). Трактовка этого понятия объединяет более широкий круг творческих видов деятельности, непосредственно связанных с цифровыми технологиями – дизайн, архитектуру, моду, видеоигры, цифровые медиа и стремительно развивающиеся на их базе мультимедийные проекты. Если говорить об общих экономических показателях современного состояния культуры в стране, то её доля исчисляется 54,6 млрд долл. США, что составляет 3% ВВП. Число занятых в этой сфере составляет 630 тыс. человек (3,5% всех занятых), и, что немаловажно, они представляют высокообразованную, способную к быстрому переобучению часть рынка труда<sup>3</sup>.

Канада занимает лидирующие мировые позиции в индустрии видеоигр, и, если сравнить её с другими странами, то объём канадского рынка в этой области составляет половину американского и вдвое превосходит объём британского рынка. С 2013 г. рост этого сектора составил 31%, в стране действует около пятисот видеоигровых студий. Цифровая анимация и создание визуальных спецэффектов – ещё две сферы, в которых Канада находится в авангарде мирового раз-

---

<sup>3</sup> Canadian Content in a Digital World - Focusing the Conversation. Consultation Paper. Government of Canada. Available at: <http://www.canadiancontentconsultations.ca/Consultation-Paper> (accessed 05.12.2017).

вития. Также страна обладает очень развитой звукозаписывающей промышленностью и является третьим в мире экспортером музыкальной продукции. Интересно, что в 2016 г. из четырёх наиболее часто звучащих на различных стриминговых платформах исполнителей трое – это канадцы, а именно Дрейк, Дж. Бибер и Уикнд<sup>4</sup>.

Механизм, которым пользуется канадское правительство для претворения культурной политики в жизнь, формировался на протяжении десятилетий второй половины XX века, когда Канада встала на путь защиты своего культурного суверенитета и национальной идентичности в ответ на культурную экспансию со стороны США. Он включает различные меры, которые проводятся на трёх уровнях – федеральном, провинциальном и муниципальном. Среди основных элементов механизма федеральной культурной политики в Канаде следует отметить обеспечение законодательной базы, государственное финансирование, льготную налоговую политику, контроль над уровнем иностранного капитала, защиту прав интеллектуальной собственности, поддержку канадского контента (*Canadian content rules*) в сфере теле- и радиовещания [Шукина Т.А., 2002: 242].

Все эти составляющие в той или иной мере нашли отражение в новой культурной стратегии правительства, но особое внимание в период её подготовки было уделено анализу роли и места канадского контента в условиях глобального цифрового пространства. С этой целью в Канаде была развернута общенациональная дискуссия, которую инициировало Министерство наследия Канады в апреле 2016 г. В дискуссии, получившей большой общественный резонанс, могли принять участие как отдельные граждане, так и представители различных организаций и учреждений культуры.

Участникам дискуссии были предоставлены самые разные возможности для выражения мнения. Был создан специальный онлайн-портал, на котором можно было поделиться своими взглядами и проголосовать по интересующим вопросам, а также подключиться к дискуссии через социальные сети. Представители культурных организаций получили возможность непосредственно озвучить своё мнение на ряде встреч и мероприятий, которые были организованы Министерством наследия Канады. Несмотря на то, что тема, сформулированная правительством, носила на первый взгляд узко направленный характер, по своей сути, в результате общественных слушаний были затронуты более широкие проблемы о современном месте и роли канадской культуры как внутри страны, так и за её пределами.

Вопросы, вынесенные для обсуждения, были обозначены в серии документов, опубликованных на сайте Министерства наследия Канады, где были сформулированы два главных направления дискуссии: во-первых, как сделать культурную продукцию, содержащую канадский контент, конкурентоспособной в условиях глобального цифрового пространства; во-вторых, какую поддержку этому процессу может оказать государство. Было отмечено, что под канадским контентом в данном случае следует понимать продукцию информационного и развлекательного плана, представленную на телевидении, радио, в кинопроиз-

---

<sup>4</sup> Creative Canada Policy Framework. Government of Canada. Available at: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/campaigns/creative-canada/framework.html> (accessed 20.01.2018).

водстве, цифровых медиа и на различных интернет-платформах, в видеоиграх, музыкальной индустрии, издании книг, газет и журналов. Итоги дискуссионного процесса были подведены и опубликованы в докладе "Канадская культура в цифровом пространстве" (*Canadian Culture in a Digital World*), который был подготовлен независимой исследовательской компанией "Ипсос" (*Ipsos*)<sup>5</sup> по заказу Министерства наследия Канады<sup>6</sup>.

Главный вопрос, который поднимался в процессе обсуждения, касался пересмотра самого понятия "канадский контент". Были высказаны различные точки зрения. Одни считали, что продукция, сделанная канадскими гражданами, автоматически может подпадать под статус канадского контента. Другие указывали на недостаточность этого критерия и отмечали, что такая продукция должна также отражать канадскую специфику в разных её проявлениях, так как, по их мнению, расширительное толкование понятия может привести к ослаблению канадской культурной идентичности. Также было высказано опасение, что в связи с тем, что интернет становится преобладающим источником получения контента, для рядового потребителя более затратной становится оплата доступа, в то время как качество потребляемого продукта может отойти на второй план. Необходимость выработки достаточно чётких подходов в этом вопросе непосредственно связано с проблемой стимулирования и поддержки труда тех, кто участвует в производстве канадской культурной продукции.

В целом идея о необходимости оказания в той или иной мере государственной поддержки производству продукции с канадским контентом была поддержана всеми сторонами, выступавшими в дискуссии. В этой связи подчёркивалось, что должен быть соблюден главный принцип существования современного культурного пространства в стране, предусматривающий, с одной стороны, создание системы эффективных мер по поощрению производителей канадского контента, а с другой стороны, гарантирование максимально широкого доступа своих граждан как потребителей не только к национальному, но и к зарубежному культурному продукту. Существенные разногласия в процессе обсуждения вызывали более конкретные вопросы, касающиеся разных аспектов практического воплощения поддержки, а именно: как адаптировать существующую модель финансирования; каковы возможные перспективы реформирования законодательной и налоговой сфер; какую роль должны играть ККРТГ и Си-биси/Радио Канада в новых изменившихся условиях; как обеспечить доступность интернета для всех граждан страны.

Политика поддержки производства и распространения канадского контента имеет давние исторические корни. В 1968 г. в стране была образована Канадская комиссия по радио и телевидению, впоследствии переименованная в Канадскую комиссию по радио, телевидению и телекоммуникациям, на которую была возложена функция регулирования процесса радио- и телевещания в стране. Исходя из положений раздела 3 Канадского закона о вещании, комиссия может выда-

---

<sup>5</sup> "Ипсос" – независимая международная исследовательская компания, образованная в Париже в 1975 г., занимается широким спектром маркетинговых и социологических исследований.

<sup>6</sup> What we heard across Canada: Canadian Culture in a Digital World. Consultation Report. February 21, 2017. Available at: <https://www.canadiancontentconsultations.ca/What-we-heard-across-Canada-Canadian-Culture-in-a-Digital-World> (accessed 12.12.2017).

вать либо возобновлять лицензии только тем национальным вещательным компаниям (включая кабельные и спутниковые), которые транслируют продукцию с канадским контентом и инвестируют в её производство. Для разных типов национальных вещательных компаний устанавливаются определённые квоты транслирования канадского контента и уровень отчислений, которые они обязаны направить на его производство. Следует отметить, что не только Канада применяет такой способ защиты своей национальной культурной продукции. Подобные механизмы защиты существуют и в других странах, таких как Мексика, Израиль, Южно-Африканская Республика, Новая Зеландия, и в некоторых других.

Для радио и телевидения были разработаны разные системы определения параметров, по которым делается заключение, отвечает та или иная программа или передача требованиям канадского контента. Так, например, для определения характера музыкального произведения (песенного жанра) на наличие в ней канадского контента используются четыре показателя, а именно: национальность композитора, исполнителя, автора текста и место производства записи (*MAPL system*). Если по крайней мере два показателя являются "канадскими", то музыкальный продукт отвечает требованиям канадского контента<sup>7</sup>. ККРТТ следит за соблюдением квот обязательного транслирования музыкального канадского контента на радио, в зависимости от типа и целевой аудитории радиостанции. С момента их введения в 1971 г. квоты неоднократно пересматривались.

С целью определения канадского контента в телевизионной продукции ККРТТ использует положения программы сертификации (*Canadian Program Certification*). Телепродукция отвечает требованиям канадского контента, если удовлетворяет следующим критериям: 1) продюсер должен быть канадцем и отвечать за все стадии производства продукта; 2) в парах "режиссёр – сценарист" и "два ведущих актёра" хотя бы один должен быть канадцем; 3) 75% производственных расходов и 75% расходов на стадию "постпродакшн" (монтаж, озвучание, компьютерная графика и др.) должны быть оплачены канадцами или канадскими компаниями. Также применяется оценка по десятибалльной системе, которая действует с 1984 г. и учитывает национальную принадлежность представителей основных творческих позиций проекта. Например, если в производстве участвует канадский режиссёр или сценарист, программа получает по два балла, за участие канадского актёра, композитора, оператора, художника присваивается по одному баллу<sup>8</sup>.

Исходя из соответствия положениям программы сертификации и набранным баллам канадские компании могут рассчитывать на финансовую помощь государства в осуществлении своих проектов через Канадский медиа фонд (*Canadian Media Fund*), средства которого формируются из бюджетных ассигнований и обязательных отчислений канадских кабельных, спутниковых и IPTV-компаний<sup>9</sup>. Фонд находится в ведении Министерства наследия Канады. Также в

---

<sup>7</sup> Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission. Available at: <https://crtc.gc.ca/eng/info-shu/r1.htm> (accessed 05.02.2018).

<sup>8</sup> Ibidem.

<sup>9</sup> IPTV (интерактивное телевидение) – технология цифрового телевидения в сетях передачи данных по протоколу IP, используемая операторами цифрового кабельного телевидения.

стране существует ряд независимых частных фондов (*Independent Production Funds*), которые поддерживают производство канадского художественного контента в цифровом формате. Согласно установленным ККРТТ нормам, Канадский медиа фонд может выделить финансовую помощь, если проект набрал десять баллов из десяти возможных. Что касается частных фондов, то в 2017 г. для них обязательный уровень баллов был снижен с восьми до шести.

С тех пор как были введены правила регулирования и поддержки канадского контента на радио и телевидении, произошёл качественный скачок в развитии информационных технологий. Раньше, в рамках традиционных СМИ, процесс определения критериев и квоты распространения культурной продукции с канадским контентом, за соблюдением которых была ответственна ККРТТ, был ограничен по сути границами государства и хоть и широким, но всё же фиксированным количеством каналов. В современных условиях, с одной стороны, меняется сам процесс производства контента, в котором может принимать участие гораздо большее количество людей, используя свои компьютеры, планшеты и смартфоны, что, несомненно, снижает стоимость такой продукции, по сравнению с расходами компаний на эти цели; с другой стороны, интернет становится для потребителя практически главным источником получения информации и контента.

Изменения, касающиеся структуры производства, распространения и потребления контента, в Канаде проявляются особенно наглядно, что связано с высокой степенью доступности в стране интернета. 93% канадцев являются пользователями интернета либо через домашние компьютеры, либо посредством мобильных устройств<sup>10</sup>. Согласно проведённым в ходе дискуссии опросам, канадцы проводят в интернете в среднем 21 час в неделю. По данным на 2015 г., смартфонами пользовалось 70% населения, а среди представителей молодого поколения в возрасте от 18 до 34 лет эта цифра увеличивается до 90%. Две трети респондентов отметили, что интернет к 2020 г. станет для них основным источником получения контента<sup>11</sup>.

В марте 2015 г. ККРТТ объявила о существенном пересмотре в сторону снижения установленных ею квот для транслирования канадского контента в телевизионном вещании, а именно для местных и специализированных телеканалов. "Телевизионные квоты – это полнейший анахронизм в век практически неограниченного выбора", – заявил тогдашний председатель комиссии Жан-Пьер Блаэ (*Jean-Pierr Blais*)<sup>12</sup>. И хотя основное требование об обязательности соблюдения 50%-ной квоты транслирования канадского контента в прайм-тайм (с 18 до 23 часов) осталось в силе, для местных телестанций квота для периода дневного вещания вообще ликвидировалась (раньше она составляла 55%), для специализированных телевизионных каналов она была определена в 35% (прежде уста-

---

<sup>10</sup> What we heard across Canada: Canadian Culture in a Digital World. Consultation Report. February 21, 2017. Available at: <https://www.canadiancontentconsultations.ca/What-we-heard-across-Canada-Canadian-Culture-in-a-Digital-World> (accessed 12.12.2017).

<sup>11</sup> Canadian Content in a Digital World - Focusing the Conversation. Consultation Paper. Government of Canada. Available at: <http://www.canadiancontentconsultations.ca/Consultation-Paper> (accessed 05.12.2017).

<sup>12</sup> CRTC eases Canadian-content quotas for TV // CBC News. Posted: March 12, 2015. Available at: [www.cbc.ca/news/business/crtc-eases-canadian-quotas-for-tv-1.2992132](http://www.cbc.ca/news/business/crtc-eases-canadian-quotas-for-tv-1.2992132) (accessed 08.02.2018).

навливалась в размере от 15 до 85%). Также были изменены условия об обязательном инвестировании со стороны вещательных компаний части своих доходов в производство канадского контента. В мае 2017 г., при возобновлении лицензий для крупных канадских вещательных компаний “Белл” (*Bell*), “Корус” (*Corus*) и “Роджерс” (*Rogers*), ККРТГ понизила обязательный уровень отчислений этих компаний на производство канадского контента с 10 до 5%, зафиксировав его и для всех остальных.

Решение ККРТГ было подвергнуто резкой критике со стороны министра наследия Канады Мелани Жоли, которая потребовала от комиссии пересмотреть решение. Позиция правительства была поддержана деятелями культуры Канады, среди которых выступили представители Гильдии писателей Канады (*The Writers Guild of Canada*), союза “Юнифор” (*Unifor*), объединяющего 13 тыс. работников канадских медиа. ККРТГ, которая находилась в тот период в стадии смены руководства, обязалась представить новую стратегию своей деятельности в ближайшем будущем. Как комментирует сложившуюся ситуацию Майкл Гейст (*Michael Geist*), профессор Оттавского университета, специалист по правовым вопросам в области интернета и электронной торговли, ККРТГ стремится переформатировать механизм регулирования с целью создания такого канадского контента, который был бы более востребован на глобальном уровне, что вызывает противодействие со стороны канадских компаний, привыкших полагаться на поддержку государства<sup>13</sup>.

В ходе дебатов было отмечено, что необходимость реструктуризации системы государственного финансирования выходит на первый план, так как численность производителей канадского контента в современных условиях значительно возрастает. Участники дискуссии подчёркивали, что многие создатели контента, размещающие его на разных интернет-платформах, вообще лишены доступа к получению какого-либо вида поддержки. В этом контексте были обозначены некоторые направления, в русле которых следует реформировать структуру финансирования: пересмотр критериев определения, что является канадским контентом в современных условиях, включая возможную оценку его с точки зрения соотношения в нём категорий культурной ценности и коммерческой выгоды; создание более гибкой системы мер распределения государственных средств; привлечение частных капиталовложений и расширение частногосударственного партнёрства в этой сфере. Так, например, среди конкретных предложений по модернизации структуры финансовой помощи был высказан ряд пожеланий, а именно: дополнить существующую систему грантов возможностью предоставления и получения кредитов, выделять гранты не на весь цикл производства культурного продукта, а на его определённые стадии.

Другое существенное направление полемики заключалось в обсуждении произошедших за последнее время изменений в сфере вещания и анализе их последствий для распространения и потребления канадского контента. Если раньше потребитель был более жёстко привязан к фиксированной сетке вещания, то сейчас он обладает практически неограниченными возможностями выбора контента в любое удобное для него время через кабельные, спутниковые и другие телеком-

---

<sup>13</sup> Ibidem.

муникационные сети, среди которых ведущую роль играет интернет. Наряду с оказанием провайдерских услуг, интернет сейчас является крупнейшим производителем и поставщиком контента через свои платформы – “Фейсбук” (*Facebook*), “Гугл” (*Google*), “Эпл” (*Apple*), “Нетфликс” (*Netflix*) и другие.

Эти американские сетевые компании-гиганты, распространяя свою продукцию на территории других стран, в том числе Канады, не имеют там даже офисов, не обладают юридическим статусом и, следовательно, не платят налоги, получая гигантские доходы. В отличие от канадских компаний они, по сути действуя на территории Канады, ничего не инвестируют в производство продукции с канадским контентом, обеспечивая себе тем самым более привилегированное экономическое положение. Следует отметить, что с этой проблемой сталкиваются многие страны, но её решение в ближайшем будущем представляется весьма туманным из-за отсутствия чёткого законодательства в этой сфере.

Не стала исключением и Канада, где в последние годы широко дебатировался вопрос о введении так называемого интернет-налога (*Internet tax*), т.е. налога, которым бы могли облагаться иностранные интернет-компании, услугами которых пользуются канадские граждане. В свете этого большой общественный резонанс в стране приобрёл прецедент с американской компанией “Нетфликс”, одним из ведущих мировых поставщиков фильмов и сериалов на основе потокового мультимедиа. В Канаде “Нетфликс” начала работать с 2010 г., с тех пор количество её подписчиков в стране многократно увеличилось, достигнув нескольких миллионов. Получая огромные доходы, в Канаде компания не платила никаких налогов, что, естественно, вызвало протест со стороны представителей канадского медиабизнеса. Так, например, члены Канадской ассоциации медиапродукции (*Canadian Media Production Association*), объединяющей около 350 независимых медиакомпаний по всей стране, отмечали, что бесконтрольная деятельность таких компаний, как “Нетфликс”, создаёт угрозу для выживания национальной телеиндустрии и подрывает саму систему создания и поддержки продукции канадского контента<sup>14</sup>.

Требования о необходимости регулирования деятельности “Нетфликс” выдвигались практически с самого начала её присутствия на поле канадского интернета. Так, например, Си-би-си предложила обязать любой стриминговый сервис, зарабатывающий в Канаде более 25 млн долл.\* в год, делать отчисления в Канадский медиа фонд. В 2011 г. ККРТТ не смогла найти веских доводов заставить “Нетфликс” пойти на это, мотивируя тем, что на тот момент американская компания не занималась непосредственно созданием контента и работала только в режиме потокового сервиса.

Разногласия по вопросу условий деятельности “Нетфликс” и подобных ей компаний в Канаде ещё больше обострились в ходе предвыборной кампании 2015 г. Лидер консерваторов С. Харпер старался убедить избирателей, что если они проголосуют за либералов, то те введут налог на операции иностранных интернет-компаний, а это неизбежно повлечёт увеличение для канадцев платы

---

<sup>14</sup> Daniel Tencer. Netflix regulated by CRTC? CMPA says yes // The Huffington Post Canada. 02.12.2014. Available at: [www.huffingtonpost.ca/2014/02/12/netflix-canada-regulation-concan\\_n\\_4773460.html](http://www.huffingtonpost.ca/2014/02/12/netflix-canada-regulation-concan_n_4773460.html) (accessed 15.02.2018).

\* Здесь и далее – канадские доллары, если не указано иное.

за пользование интернетом. И хотя Дж. Трюдо в ходе своей кампании не заострял особого внимания на этом вопросе, его основной лозунг "не повышать налоги на средний класс" и обещание его выполнить сыграли ключевую роль в решении проблемы с интернет-налогом. Когда уже после победы либералов ряд депутатов от правящей и Новой демократической партии выступили с предложением о его введении, Дж. Трюдо решительно выступил против: "Мы не собираемся повышать налоги на средний класс посредством введения налога на широкополосный интернет"<sup>15</sup>. По его мнению, введение такого налога неизбежно приведёт к увеличению стоимости доступа канадцев к интернету, что противоречит его предвыборным обещаниям. Неизменность своей позиции по этому вопросу премьер-министр ещё раз подтвердил во время дебатов в Палате общин в феврале 2018 года.

Другим важнейшим решением, последовавшим в результате урегулирования ситуации с компанией "Нетфликс", стало достигнутое в 2017 г. между ней и федеральным правительством соглашение, согласно которому компания обязалась инвестировать в течение пяти лет 500 млн долл. США в производство канадской культурной продукции, так как в настоящее время "Нетфликс" является не только стриминговым сервисом, но и крупным производителем собственного онлайн-контента. По условиям соглашения, выделенные средства предназначены для производства культурной продукции на территории Канады и не будут непосредственно направлены в Канадский медиа фонд. И хотя М. Жоли подчёркивала, что инвестиции пойдут на поддержку канадского контента, пока неясно, куда конкретно будут направлены выделенные ресурсы.

То, что "Нетфликс" пошла на уступки, явилось следствием продуктивного переговорного процесса между представителями бизнеса и государством. Степень настойчивости, которую проявила канадская сторона в достижении этого компромисса, свидетельствует о том, что проблемы реструктуризации системы финансирования в области культуры, поиск новых форм в этом направлении, по сути, заняли основное место в новой культурной концепции либералов.

Ситуация, когда в перспективе всё большее количество канадцев будет перемещаться в интернет, отказываясь от услуг кабельных и спутниковых компаний, неизбежно приведёт к сокращению поступлений в Канадский медиа фонд. В этих условиях перед правительством стоит нелёгкая задача поиска новых источников финансирования, несмотря на то, что государственный бюджет 2016 г. выделил на культурные статьи рекордную сумму в 1,9 млрд долл., рассчитанную на пятилетний срок<sup>16</sup>. Следует отметить, что это были самые крупные ассигнования, направленные на цели культуры в канадском бюджете за последние тридцать лет. То, что новая культурная концепция получила весомую экономическую подпитку ещё на начальной стадии разработки, свидетельствует, по видимому, о серьёзности планов кабинета либералов. Хотя нельзя отрицать и

---

<sup>15</sup> Netflix tax? Trudeau say no to MPs' proposed broadband internet levy // CBC News. Posted: June 15, 2017. Available at: [www.cbc.ca/news/politics/web-streaming-tax-proposal-commons-committee-1.4161645](http://www.cbc.ca/news/politics/web-streaming-tax-proposal-commons-committee-1.4161645) (accessed 20.02.2018).

<sup>16</sup> Budget 2016. Chapter 5. Investing in Arts and Culture. Available at: [https://www.budget.gc.ca/2016/docs/plan/ch5-en.html#\\_Toc446106809](https://www.budget.gc.ca/2016/docs/plan/ch5-en.html#_Toc446106809) (accessed 15.12.2017).

определённую степень риторики, которая присутствует в правительственных документах, посвящённых этой теме.

Значительную часть расходов предполагается направить на поддержку деятельности представителей творческих профессий через финансирование крупных государственных культурных организаций и фондов. Так, к 2021 г. предполагается в два раза увеличить бюджет Канадского совета по искусствам (*Canadian Council for the Arts*)<sup>17</sup>, выделив на эти цели 550 млн долларов. Канадский совет был образован в 1957 г. и, по сути, является основным федеральным каналом помощи в сфере искусства. Бóльшая часть полученных средств, согласно решению совета, будет направлена на инновационные проекты, которые смогут продемонстрировать органичные примеры соединения новых технологий с традиционными сферами искусства, а также на поддержку заявок тех деятелей и организаций, которые впервые подают на грант. Бюджеты таких организаций, как "Телефильм Кэнада" (*Telefilm Canada*)<sup>18</sup> и Канадское национальное управление кинематографии (*National Film Board of Canada*)<sup>19</sup> тоже будут увеличены.

Поддержку канадского контента в производстве телевизионной и цифровой медиaproдукции правительство определило как важнейший приоритет государственной культурной политики на предстоящие годы. Этот курс нашёл подкрепление в финансовых обязательствах, которые взяло на себя государство, а именно – увеличение расходов начиная с 2018 г. на поддержание бюджета Канадского медиа фонда. Одним из самых успешных проектов, осуществлённых при поддержке фонда, считается канадский научно-фантастический сериал "Тёмное дитя" (*Orphan Black*) (2013–2017 гг.), получивший 66 призов, в том числе прайм-тайм премию "Эмми" в номинации "Лучшая женская роль в драматическом сериале", которой была удостоена канадская актриса Татьяна Маслани (*Tatiana Maslany*). Также со стороны фонда был поддержан международный проект "Книга негров" (*The Book of Negroes*), в котором приняли участие Канада и ЮАР. Этот исторический мини-сериал, основанный на одноимённом романе канадского писателя Лоуренса Хилла (*Lawrence Hill*), был отмечен 19-ю наградами. В целом, переформатирование работы Канадского медиа фонда предусматривает поддержку производства канадского контента по ряду направлений, например: а) на стадии написания сценария и питчинга (т.е. презентации кинопроектов с целью нахождения инвесторов); б) создание цифрового медиаконтента в интерактивной форме. Особое внимание предполагается уделять проектам, представленным на языках коренных народов и языках меньшинств, населяющих Канаду.

Наряду с увеличением финансирования, существенное место в экономическом блоке государственной культурной политики занимают меры по обеспечению

---

<sup>17</sup> Канадский совет по искусствам действует как коронная корпорация, бюджет которой формируется из государственных источников, частных взносов и пожертвований. Проводя независимую оценочную экспертизу, оказывает финансовую помощь различным проектам в области искусств на грантовой основе.

<sup>18</sup> "Телефильм Кэнада" действует как государственная коронная корпорация с 1967 г. и оказывает финансовую поддержку развитию канадской аудиовизуальной индустрии.

<sup>19</sup> Канадское национальное управление кинематографии – государственное федеральное агентство, действует с 1939 г. как продюсер и дистрибьютор канадской фильмо- и цифровой медиaproдукции.

нию льготного налогообложения. Одной из последних инициатив правительства в этой сфере можно считать решение, принятое Канадским офисом аудиовизуальной сертификации (*Canadian Audio-Visual Certification Office – CAVCO*), о предоставлении налоговой льготы тем компаниям, которые распространяют свою аудиовизуальную продукцию онлайн, но только при условии обязательного участия канадского дистрибьютора. Предполагается, что введённые изменения смогут улучшить положение независимых канадских компаний, работающих в онлайн-пространстве.

В качестве одной из приоритетных целей в концепции "Креативная Канада" определена задача создания новых культурных площадок, своеобразных творческих центров (*creative hubs*), в которых представители творческих профессий могли бы совершенствовать свои навыки, применять инновационные подходы, обмениваться мнениями с менеджерами культурного процесса, а молодое поколение имело возможность продвигать свои стартапы. В Канаде уже существуют примеры успешной деятельности таких культурных хабов, к ним можно отнести Оттавскую площадку искусств (*Ottawa's Arts Court*), предоставляющую пространства для выступлений, Монреальское общество технологических искусств (*Montreal's Societe des arts technologiques*), объединяющее представителей культуры и науки, работающих в сфере цифровых технологий, Ванкуверский центр социальных и экономических инноваций (*Vancouver's Centre for Social and Economic Innioation*), который способствует сотрудничеству деятелей культуры, культурных менеджеров и некоммерческих организаций. На это направление в бюджете 2017 г. были заложены инвестиции для Канадского фонда культурных пространств (*Canada Cultural Spaces Fund*) в размере 300 млн долл., рассчитанных на десятилетний срок. Дополнительно по линии Инфраструктуры Канады (*Infrastructure Canada*) на культурное и рекреационное развитие в провинциях и территориях было выделено 1,3 млрд долл., а через программы Министерства наследия Канады – 80 млн долл. на строительство и модернизацию образовательной инфраструктуры языковых меньшинств.

Выдвинутые правительством инициативы включают также предложения по реформированию законодательной базы механизма культурной политики в Канаде. Как отмечалось выше, предполагается внести изменения в редакции Закона о вещании, Закона о телекоммуникациях, а также Закона об авторском праве (*Copyright Act*) с целью привести их положения в соответствие с глобально изменившимися реалиями. Канадской комиссии по радио, телевидению и телекоммуникациям, которая играет ключевую роль в процессе государственного регулирования сферы вещания, поручено представить рекомендации и разработать меры по поддержке и продвижению канадского контента.

Ведущую роль в производстве и распространении канадского контента играет Канадская вещательная корпорация (Си-би-си/Радио Канада), являясь самой крупной национальной государственной компанией в области теле- и радиовещания в стране. Исторически сложилось, что Си-би-си играет в Канаде ключевую роль в формировании общего культурного фона в стране, объединяя своими трансляциями как центральные, так и самые отдалённые регионы. В ходе дискуссии о будущем канадского контента в цифровую эпоху её участники подчёркивали, что значение национальной общегосударственной сети вещания,

и в связи с этим Си-би-си, нельзя недооценивать, так как они выполняют важную функцию в демонстрации канадской культурной идентичности и разнообразия. Общая квота канадского контента, зафиксированная ККРТТ для Канадской вещательной корпорации, установлена в размере 60%, хотя передачи этого сегмента составляют подавляющую часть вещания компании. В настоящее время новости Си-би-си являются самыми востребованными и популярными у канадского потребителя.

Когда в марте 2016 г. правительство Канады объявило решение о рекордном за последние десятилетия инвестировании в сферу культуры, отдельной статьёй был обозначен бюджет Си-би-си в размере 675 млн долл., рассчитанный на период до 2020–2021 гг. При этом было оговорено, что основная доля выделяемых компании средств должна быть потрачена на поддержку канадского контента<sup>20</sup>. В качестве рекомендаций по модернизации работы Си-би-си было предложено усилить развитие сети местных новостей, расширить деятельность в онлайн-пространстве, искать инновационные подходы и новых партнёров для производства канадского контента. Особый акцент был сделан на создание культурной продукции, посвящённой проблемам коренного населения.

Пока трудно предположить, каковы будут результаты практической реализации амбициозных планов либералов в сфере культуры. Однако нельзя отрицать, что они вывели культурную проблематику из тени, поставив её на одно из приоритетных мест правительственной стратегии. Одним из её ключевых вопросов, вынесенных на повестку дня, стало обсуждение роли и возможной степени участия государства в современных культурных процессах, резко меняющихся под воздействием цифровых технологий. Свою позицию по этому вопросу правительство либералов продемонстрировало, активно выступив за оказание на разных уровнях государственной поддержки производству и распространению канадского контента как внутри Канады, так и за её пределами.

### **Список литературы**

Шукина Т.А. 2002. Политика Канады в сфере культуры // Канада: взгляд из России. Экономика, политика, культура. Москва: Издательство "Анkil", 288 с.

Шукина Т.А. 2017. Канадский бренд в мировой культуре // Канада: современные тенденции развития. К 150-летию государства. Москва: Издательство "Весь Мир", 432 с.

### **References**

Shchukina T.A. 2002. Politika Kanady v sfere kul'tury // Kanada: vzgljad iz Rossii. Jekonomika, politika, kul'tura. [Canadian Cultural Policy // Canada: A View from Russia. Economics, Politics, Culture]. Moskva: Izdatel'stvo "Ankil", 288 s.

Shchukina T.A. 2017. Kanadskij brend v mirovoj kul'ture // Kanada: sovremennye tendencii razvitija. K 150-letiju gosudarstva. [Canadian Brand in the World Culture // Canada at 150: The Main Trends]. Moskva: Izdatel'stvo "Ves' Mir", 432 s.

---

<sup>20</sup> Media in Canada. Available at: [mediacanada.com/2017/02/02/cbc-to-nearly-triple-canconspending-in-2017-18/](http://mediacanada.com/2017/02/02/cbc-to-nearly-triple-canconspending-in-2017-18/) (accessed 15.12.2017).

# Culture

## **Actual Aspects of the Canadian Cultural Policy**

*(USA & Canada Journal, 2018, no. 10, p. 113-126.*

*Received: 24.04.2018.*

SHCHUKINA Tatiana Alexandrovna, Institute for the U.S. and Canadian Studies, Russian Academy of Sciences (ISKRAN). 2/3 Khlebnny per., Moscow 121069, Russian Federation (tatshchukina@gmail.com).

*The article deals with the main aspects of the new cultural policy concept "Creative Canada", which was adopted by the Canadian government in September 2017. Special attention is paid to the analysis of the Canadian content in a digital world as well as the model for how the federal government can best support content creation and distribution.*

**Keywords:** *Canadian culture, Canadian cultural policy, Creative Canada, Canadian content, digital technologies.*

About the author:

SHCHUKINA Tatiana Alexandrovna, Senior Researcher.