

ZACHTE MACHT TEGEN CULTURELE EVOLUTIE

Meer en meer infiltreren westerse invloeden in het alledaagse leven in China. Daar moet een dam tegen opgeworpen worden.

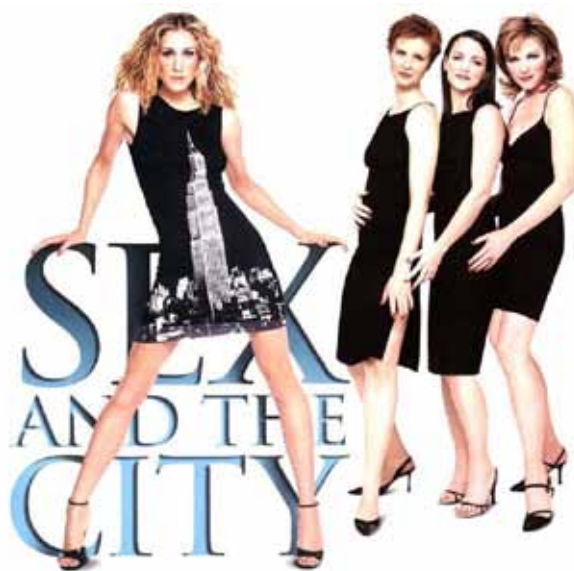


TEKST: BERT VAN DIJK
(FREELANCECORRESPONDENT IN SHANGHAI)

China produceerde vorig jaar vijfhonderdtwintig films en is daarmee na de Verenigde Staten en India qua producties het derde filmland ter wereld. Als het gaat om het aantal televisieseries is China zelfs de grootste. Mooie statistieken, maar de kwantiteit staat in schril contrast met de kwaliteit. China importeert vijftien keer zo veel televisieseries als het exporteert. En hoewel het land elk jaar maar een beperkt aantal buitenlandse films toelaat in de Chinese bioscopen, voeren die stevast de lijstjes aan van best bezochte films.

Chinezen kijken liever naar *Sex and the City*, *Two and a Half Men* of populaire Koreaanse en Japanse series dan naar eigen producties. Het is de Chinese regering een doorn in het oog, want met de populariteit van buitenlandse series sluipt ook steeds meer buitenlandse invloed het land binnen. Of het nu gaat om een snel opkomende koffiecultuur die het traditionele theedrinken dreigt te verdringen of om de bewustwording van Amerikaanse, Koreaanse en Japanse kleding en elektronicamerken, televisie en de film spelen een belangrijke rol in het overbrengen van culturele invloed.

China is ook een van de belangrijkste producenten van elektronica, maar is dat vooral in opdracht van buitenlandse merken als Apple en Google, die hun telefoons door Chinezen in elkaar laten schroeven. Apple-producten zijn mateloos populair in China vanwege hun ontwerp en gebruiksgemak, terwijl lokale merken vooral populair zijn vanwege hun lage prijs. Of China ooit grote creatieve ondernemers zal weten voort te brengen, is volgens experts in China maar zeer de vraag, gezien de relatief onderont-



wikkelde creativiteit in de culturele en electronicsector.

BEPROEFD RECEPT

En dus moet er wat gebeuren. Tijdens een recente plenaire vergadering van het Centraal Comité van de Communistische Partij China werd daarom een richtlijn aangenomen die China's culturele macht – in China aangeduid als de 'zachte macht' in tegenstelling tot de economische en politieke 'harde' macht – moet vergroten en tegelijkertijd China's cultuur beter voor het voetlicht moet brengen. Het was voor het eerst in vijftien jaar dat de leiders zich bogen over cultuur. "We moeten een antwoord vinden op de vraag wat het Chinese volk moet doen na hun economische vooruitgang", aldus Wan Junren, filosofieprofessor aan de Tsinghua Universiteit in Peking.

Het Westen hoeft zich voorlopig nog geen zorgen te maken. Het plan van aanpak om de culturele sector in China vooruit te hel-

pen, concentreert zich vooral op meer geld en fysieke infrastructuur. Het is in China, waar nog steeds hele sectoren planmatig worden ontwikkeld, een beproefd concept. Maar het is de vraag of je een culturele sector kunt laten opbloeien zonder juist ook wat aan de sociale omgeving te doen. Zolang Chinezen niet vrij zijn om te lezen wat ze willen, in bioscopen alleen door de overheid goedgekeurde films draaien en kritiek op de overheid in elke kunstvorm onmogelijk is, is het bijna ondenkbaar dat China binnen afzienbare tijd een dynamische bron van creativiteit zal worden.

WATER NAAR DE ZEE

Creativiteit en ondernemerschap gedijen het beste als kunstenaars en ontwerpers niet binnen door de overheid gestelde kaders hoeven te denken, maar als ze juist buiten de gebaande paden mogen treden en voor problemen oplossingen mogen vinden die 'out of the box' zijn. Het huidige onderwijssysteem en het politieke klimaat in China staan daar juist haaks op. En zolang de overheid niet bereid is dat te veranderen, maakt het niets uit hoeveel miljarden de overheid aan promotie en ontwikkeling van de culturele sector spendeert, het blijft water naar de zee dragen.

Het ziet er voorlopig niet naar uit dat daar snel verandering in komt. De Chinese leiders kwamen tijdens de plenaire vergadering overeen dat de geplande culturele hervorming het promoten van "de socialistische kernwaarden" ten doel moet hebben. Een maatschappijkritische cultuur en een bloeiende internationale entertainmentsector hoeven we dus voorlopig niet te verwachten in China. ■