

© Фэн Цзунжэнь, 2022

УДК 008

DOI: 10.24412/2308-1031-2022-2-207-214

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ В КНР

Фэн Цзунжэнь¹

¹ Хулунбуирский университет, 021000, Средняя дорога Чингисхана, Хулунбуир, Автономный район Внутренняя Монголия, Китайская Народная Республика

Аннотация. Статья посвящена исследованию основных форм институционализации культурных индустрий и стадий развития культурной политики в Китайской Народной Республике в рамках креативной экономики. Проблемы развития художественной культуры в контексте становления культурных индустрий в Китае еще не стали предметом углубленного культурологического анализа. Поэтому с использованием общенаучного метода выполнен культурологический анализ механизмов и направлений институционализации художественной культуры в качестве главного ресурса становления культурных индустрий в КНР, исследован методологический потенциал институционализма в исследовании художественной культуры. Показано, что проблематика, связанная с формами институционализации культурных индустрий в КНР, вплотную соприкасается с вопросом природы креативности и творчества, который не получил определенного отклика в научной среде. В заключении делается вывод о том, что на сегодняшний день выделяют такие направления институционализации художественной культуры, как стратегия стандартизации производства, стратегия имитации, стратегия сотрудничества или коллаборации, стратегия торговли, развитие кластеров, креативные сообщества. С учетом этих обстоятельств рассмотренный подход является востребованным наукой, так как подразумевает изучение художественной культуры не только в динамике, но и в статике, противоречивости и изменчивости.

Ключевые слова: институционализм, художественная культура, культурные индустрии, креативность, стратегия, культурный продукт

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Фэн Цзунжэнь. Основные формы институционализации культурных индустрий в КНР // *Вестник музыкальной науки*. 2022. Т. 10, № 2. С. 207–214. DOI: 10.24412/2308-1031-2022-2-207-214.

THE MAIN FORMS OF INSTITUTIONALIZATION OF CULTURAL INDUSTRIES IN THE PRC

Feng Zongren¹

¹ Hulunbuir University, 021000, Hulunbuir, Inner Mongolia Autonomous Region, People's Republic of China

Abstract. The article is devoted to the study of the main forms of institutionalization of cultural industries and stages of development of cultural policy in the People's Republic of China within the framework of the creative economy. The problems of the development of artistic culture in the context of the formation of cultural industries in China have not yet become the subject of in-depth cultural analysis. Therefore, using the general scientific method, a culturological analysis of the mechanisms and directions of the institutionalization of artistic culture as the main resource of the formation of cultural industries in China was carried out, the methodological potential of institutionalism in the study of artistic culture was investigated. It is shown that the problems associated with the forms of institutionalization of cultural industries in the People's Republic of China are closely related to the question of the nature of creativity and creativity, which has not received a definite response in the scientific

community. In conclusion, it is concluded that today there are such areas of institutionalization of artistic culture as the strategy of standardization of production, the strategy of imitation, the strategy of cooperation or collaboration, the strategy of trade, the development of clusters, creative communities. Taking into account these circumstances, the considered approach is in demand by science, since it implies the study of artistic culture not only in dynamics, but also in statics, inconsistency and variability.

Keywords: institutionalism, artistic culture, cultural industries, creativity, strategy, cultural product

Conflict of interest. The author declares the absence of conflict of interests.

For citation: Feng Zongren (2022), "The main forms of institutionalization of cultural industries in the PRC", *Journal of Musical Science*, vol. 10, no. 2, pp. 207–214. DOI: 10.24412/2308-1031-2022-2-207-214.

В сегодняшнем обществе наблюдается картина, характеризующаяся не только уменьшением доли сельского хозяйства и промышленности в экономической сфере, но и ростом сектора производства благ и услуг. Все больше исследователи обращаются к проблеме места и роли культурной сферы в становлении экономики и развитии сектора культурных индустрий. При этом активнейший рост цифровой экономики, возникновение иных секторов производства влияют на формы, содержание и функции художественной культуры. Поэтому возникает необходимость в комплексном изучении настоящего этапа становления художественной культуры в рамках развития культурных индустрий. В подобном исследовании теоретико-методологическим базисом будет являться институционализм, позволяющий анализировать рассматриваемую сферу в свете взаимодействия всех отраслей культурных институций.

Актуальность использования институционализма в изучении художественной культуры обусловлена объективно. Эта концепция позволяет исследовать социокультурные изменения как факторы, определяющие институционализацию художественной культуры. Анализ ин-

ститута художественной культуры в виде явления действительности и научного понятия, его эволюции, природы и состояния в контексте работ исследователей институционализма считается крайне актуальным. Учитывая все изложенное, приходим к выводу, что с научной точки зрения использование концепции институционализма во время исследования специфики художественной культуры правомерно.

Следует отметить, что в научной литературе нет четкого определения институционализации художественной культуры не только в онтологическом, но и гносеологическом подходе, что демонстрирует отрицательное воздействие на процесс его изучения. Это обусловлено полисемией явления, его многосложностью. По мнению П. Бергера и Т. Лукмана, «институционализация имеет место везде, где осуществляется взаимная типизация опривыченных действий деятелями разного рода. Иначе говоря, любая такая типизация есть институт...» (Бергер П., 1995, с. 92).

Что касается степени изученности проблемы, то в исследовательской литературе выделяют несколько способов изучения художественной культуры как социального института: институциональный, структур-

но-функциональный и теорию культурных индустрий.

Представителями институционального подхода, рассматривающими художественную культуру в роли социального института, а также специфику его деятельности, являются О. Конт, Э. Дюркгейм, П. Бергер, Т. Парсонс, Т. Лукман, У. Митчелл, Г.Е. Гун, Т. Веблен, Б. Малиновский, А.Ю. Демшина и др. Они считают, что институционализация – это результат развития общественных институтов. По мнению Г.В. Осипова, институционализация – это «...образование стабильных образцов социального взаимодействия, основанного на формализованных правилах, законах, обычаях и ритуалах... Правовое и организационное закрепление сложившихся в обществе форм поведения, отношений...»¹.

Ключевые принципы социологического подхода социального конструктивизма Т. Лукмана, П. Бергера и системно-функционалистского подхода к обществу Н. Лумана дали возможность проанализировать стадии развития культурных индустрий и основные типы, формы институционализации художественной культуры на рассматриваемой территории. Согласно Т. Лукмана и П. Бергера, к институционализации относят динамический процесс, в котором выделяются три стадии. Н. Луман в рамках структурно-функционального подхода полагает, что институционализация – это процесс эволюционного роста общества, а не его итог.

В теории культурных индустрий (Э. Пратт, Д. Хейзмондал, Ф. Матарассо, Ч. Лэндри и М. Пахтер) художественная культура и искусство

предстают в виде экономической ценности и фактора роста общества. Данная теория раскрывает механизмы и направление институционализации художественной культуры в качестве главного ресурса развития культурных индустрий в КНР (Фэн Цзунжэнь, 2017).

Перечисленные подходы взаимосвязаны и демонстрируют различные значения одного явления. В рамках нашего исследования был применен институциональный подход, представленный в трудах Т. Лукмана, Н. Лумана, Г. Спенсера, О. Конта, Т. Парсонса, Э. Дюркгейма и др.

Выделяют несколько причин использования ключевых положений институционализма к исследованию явлений художественной культуры:

- возможность обобщения идей различных теоретико-методологических подходов;
- осуществление исследования социокультурных преобразований, их факторов;
- методика изучения эволюции художественной культуры в виде сфер социальных отношений;
- присутствие инструментов исследования взаимосвязи культурных институций и культурных ценностей;
- методика изложения социокультурных практик в настоящий момент;
- инструментарий описания характеристик явлений художественной культуры.

Аналитический обзор данных характеристик продемонстрировал, что проблемы художественной культуры в рамках дальнейшего развития культурных индустрий автономного района Внутренняя Монголия Китайской Народной Рес-

публики (АРВМ КНР) на данный момент пока еще не стали предметом детального, углубленного культурологического анализа.

Целью исследования является определение теоретико-методологических оснований изучения институционализации художественной культуры и ключевых форм институционализации культурных индустрий в КНР с помощью социокультурного анализа.

Проблематика, связанная с формами институционализации культурных индустрий в КНР, вплотную соприкасается с вопросом природы креативности и творчества, который не получил отклика в научной среде. Некоторые исследователи сделали попытки разграничения двух типов креативности или творчества, берущих свое начало в западной и восточной культурах (Weiner R., 2000). В западных научных кругах это обосновывается противопоставлением культурных различий, которые свойственны как Востоку, так и Западу (Keane M., 2013, p. 52). По мнению М. Кина, в западной культуре творчество подразумевает возможность взглянуть на идею с совершенно других точек зрения, оно обозначает создание нового по бытийному положению, при этом возможно обучение креативности или творчеству, отдельные люди имеют предрасположенность к креативности (Keane M., 2013, p. 59).

В КНР обозначилось совершенно другое восприятие культуры в виде инструмента гармонизации общественных отношений. В этой связи «креативность» или «творчество» изредка являются полезными, так как не любая креативная или творческая деятельность приводит

к социальной гармонизации. По средством анализа истории восточных стран исследователи сделали попытку рассмотреть креативность и творчество в восточной культуре. К примеру, в трудах М. Пуэтта изучена история развития креативности в КНР (Puett M., 2001). Другой ученый – Д. Кишник – проанализировав историю КНР, утверждал, что первоначальный этап роста креативных индустрий в КНР сопряжен с установлением буддийских идей, влияющих как на культурную, так и на экономическую сферы (Kieschnick J., 2003). Вместе с тем М. Кин связывал начальные признаки становления креативной экономики и системное применение термина «креативность» в КНР с осуществляемыми реформами начиная с конца XX в. (Keane M., 2013, p. 67).

В КНР распространено несколько иное понимание искусства, нежели на Западе. Если западное искусство было общедоступно только избранным, то для восточных государств оно было составной частью повседневной культуры (Sinha K., 2008). Именно с помощью понятия «креативное общество» осмысливается проблематика становления культурных индустрий в КНР (Li Wuwei, 2011). Это же понятие направлено на исследование процессов, происходящих в социальном и культурном развитии.

Дальнейшее развитие культурных индустрий – это неотъемлемая проблема политики КНР в сфере экономики и культуры, так как культура здесь считается важнейшим средством осуществления политики «мягкой силы» (Keane M., 2013, p. 50). Возникшая несогласован-

ность в формах институционализации культурных индустрий в КНР выявляется тенденцией на увеличение неопределенности. Согласно данным 2009 г. в КНР насчитывалось более 4000 частных официально зарегистрированных организаций, изготавливающих аудиовизуальную продукцию (Keane M., 2013, p. 78).

Политические меры КНР, нацеленные на изменение экономики в сторону предоставления услуги, опираются на культурный опыт своих потребителей и других государств. В первую очередь это касается Южного региона Азии. Вопреки существующим ограничениям КНР продолжает наращивать импортную продукцию культурных индустрий из близлежащих стран (Gerth K., 2010). Подобное несоответствие в торговом балансе культурных индустрий послужило причиной появления в 2007 г. в КНР политики «мягкой силы», в основе которой находится концепция о креативности как патриотическом долге. Такая политика развития креативной экономики побуждает людей покидать работу в госучреждениях культурной сферы ради организации малого бизнеса (Keane M., 2013, p. 79).

Можно выделить несколько ключевых стадий в политике КНР, сосредоточенной на создании предпосылок становления индустрии культуры:

– первый этап (1978–1997 гг.) характеризуется тем, что КНР была открыта для различных преобразований, правительство было нацелено на построение социалистической рыночной экономики, культурные потребности людей росли исходя из уровня их благосостояния;

– второй период (1998–2002 гг.) обусловлен тем, что государствен-

ные органы активно применяли ресурсы модернизации в культурной сфере, шло формирование отдела по культурным индустриям при министерстве культуры, государство реформировало учреждения в сфере культуры путем вовлечения частных инициатив, а культура КНР состояла из неприбыльных культурных ценностей и культурных активов, приносящих прибыль и управляемых частным бизнесом;

– третий период (2003–2011 гг.) характеризуется тем, что стартовал ряд пилотных проектов, демонстрирующих успех инвестиционных инициатив в рамках креативной экономики, прослеживалась динамика роста культурных индустрий по разным показателям, начался запуск масштабных преобразований культурных индустрий (Hardy Yong Xiang, 2014);

– четвертый этап (2011–2020 гг.) позиционируется в виде «золотого века» становления культурных индустрий КНР, когда функционируют их институты (Hardy Yong Xiang, 2014, p. 4).

Все государственные меры, обеспечивающие эффективное развитие культурных индустрий, характеризуются в качестве всесторонних. Так, М. Кин выделяет несколько ключевых стратегий, задействованных руководством Китая для организации полноценной креативной экономики. Он утверждает, что общим является политическая воля увеличить объем высококачественной продукции культурных индустрий в китайском экспорте и преодолеть китайские колорит и этничность в производимых товарах и предоставляемых услугах (Keane M., 2013, p. 80).

Подобные стратегии предоставляют возможность оценить все разнообразное количество форм институционализации культурных индустрий в КНР и порядок их развития. Среди основных стратегий можно выделить следующие:

1. Стандартизации производства, которая обеспечивается пониженной стоимостью рабочей силы в КНР.

2. Имитации, заключающаяся в импорте прототипа, создании его местного варианта в промышленных масштабах (Yu Hua, 2010).

3. Сотрудничества (коллаборации) при помощи совместного производства с дальнейшим продвижением технологий и знаний в разнообразных формах.

4. Торговли, которая заложена в основу стратегии «мягкой силы» и подкреплена устранением различных запретов внутри страны (Woodside A., 2006).

5. Развитие кластеров в качестве основной формы укрепления мягкой силы через индустриальную культуру (Keane M., 2013, p. 92–93).

В рамках нашего исследования кластерная форма институционализации культурных индустрий будет особенно важной, так как, по мнению Юнлио Хэ, именно она и является наиболее эффективным путем развития экономики отдельных регионов (Jinliao He, 2013). Он объясняет это тем, что концентрация инфраструктуры на отдельной территории служит источником конкуренции, ведущей к повышению производительности труда в целом и улучшению качества производимых товаров или оказываемых услуг.

6. Креативные сообщества в виде социальных сетей способствуют широкому охвату как национальной, так и международной аудиторий.

Данная форма институционализации креативных индустрий относится к новой, а значит в ее осмыслении отсутствует консенсус в научном сообществе. Юнлио Хэ полагает, что развитие территорий креативных индустрий является частным случаем кластерной стратегии, и поэтому не выделяет его в самостоятельный тип институционализации. Он считает, что при создании креативных сообществ реализуются те же принципы, что и при развитии кластеров (Jinliao He, 2013).

Перечисленные формы институционализации культурных индустрий и стадии развития культурной политики в КНР в становлении креативной экономики указывают на целый ряд проблем. Проведенный в статье анализ позволил выявить методологический потенциал институционализма в исследовании художественной культуры.

Институционализация художественной культуры представляется в виде многомерного, противоречивого, динамичного, связанного с творчеством процесса, который осуществляется в многообразных областях искусства и является сложным объектом исследования. Этот факт обуславливает необходимость применения для исследования художественной культуры теоретико-методологической основы. Рассмотренный подход востребован наукой, так как предполагает рассмотрение художественной культуры в ее динамике, противоречивости, устойчивости и изменчивости. Институционализация художественной культуры вмещает в себя все ее институции, а также внеинституциональные образования, взаимодействие с другими сферами общественной жизни.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Социологический энциклопедический словарь: На рус., англ., нем., фр. и чеш. яз. /

под ред. Г.В. Осипова. М.: ИНФРА-М-НОР-МА, 1998. С. 105.

ЛИТЕРАТУРА

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

Фэн Цзунжэнь. Сохранение и продвижение художественной культуры АРВМ КНР: Ордос как культурный проект // Вестник КемГУКИ. 2017. № 39. С. 72–78.

Gerth K. As China goes, so goes the world: How Chinese consumers are transforming everything. N. Y.: Hill and Wang, 2010. P. 48.

Hardy Yong Xiang. Introduction: 2011–2015: Principles of national cultural strategy and cultural industries development// China cultural and creative industries report 2013. Heidelberg; N. Y.: Springer, 2014. P. 1–10.

Jinliao He. Creative industry districts: An analysis of dynamics, networks, and implications on creative clusters in Shanghai. N.Y., London: Springer, 2013. P. 21–22.

Keane M. Creative industries in China. Malden: Polity Press, 2013. P. 50–93.

Kieschnick J. The impact of Buddhism on Chinese material culture. Princeton, N.Y.: Princeton University Press, 2003.

Li Wuwei. Creativity is changing China (ed. M. Keane; trans. M. Keane, H. Li and M. Guo). London: Bloomsbury Academic, 2011. P. 48.

Puett M.J. The ambivalence of creation: Debates concerning innovation and artifice in Early China. Stanford, CA: Stanford University Press, 2001.

Sinha K. China's creative imperative. How creativity is transforming society and business in China. Singapore: John Wiley and Sons, 2008. P. 85.

Weiner R.P. Creativity and beyond: Cultures, values and change. Albany, N.Y.: State University of New York, 2000.

Woodside A. Lost modernities: China, Vietnam, Korea and the hazards of world history. Cambridge: Harvard University Press, 2006.

Yu Hua. China in ten words (trans. A.H. Barr). N.Y.: Pantheon Books, 2010. P. 194–195.

REFERENCES

Berger, P., Lukman, T. (1995), *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [Social construction of reality. A treatise on the sociology of knowledge], Medium, Moscow, 1995. 323 p. (in Russ.)

Feng Zongren (2017), "Preservation and promotion of the artistic culture of the People's Republic of China: Ordos as a cultural project", *Vestnik KemGUKI* [Bulletin of KemGUKI], no. 39, pp. 72–78. (in Russ.)

Gerth, K. (2010), As China goes, so goes the world: How Chinese consumers are transforming everything, Hill and Wang, New York. (in Eng.)

Hardy Yong Xiang (2014), "Introduction: 2011–2015: Principles of national cultural strategy and cultural industries development", China cultural and creative industries report 2013, Springer, Heidelberg, New York, pp. 1–10. (in Eng.)

Jinliao He (2013), Creative industry districts: An analysis of dynamics, networks, and implications on creative clusters in Shanghai, Springer, N.Y., London, pp. 21–22. (in Eng.)

Keane, M. (2013), Creative industries in China, Polity Press, Malden, pp. 50–93. (in Eng.)

Kieschnick, J. (2003), The Impact of Buddhism on Chinese Material Culture. Princeton University Press, Princeton, New York, 2003. (in Eng.)

Li Wuwei (2011), Creativity is changing China, M. Keane (ed.), M. Keane, H. Li, M. Guo (trans.), Bloomsbury Academic, London. (in Eng.)

Puett, M.J. (2001), The ambivalence of creation: Debates concerning innovation and artifice in early China, Stanford University Press, Stanford. (in Eng.)

Sinha, K. (2008), China's creative imperative. How creativity is transforming society and business in China, John Wiley and Sons, Singapore. (in Eng.)

Weiner, R.P. (2000), Creativity and beyond: Cultures, values and change, State University of New York, Albany, New York. (in Eng.)

Woodside, A. (2006), *Lost modernities: China, Vietnam, Korea and the hazards of world history*, Harvard University Press, Cambridge. (in Eng.)

Yu Hua (2010), *China in ten words*, A.H. Barr (trans.), Pantheon Books, New York. (in Eng.)

Сведения об авторе

Фэн Цзунжэнь, кандидат культурологии, старший преподаватель Хулунбуирского университета (АРВМ, КНР)

E-mail: fengzr@mail.ru.

Author information

Feng Zongren, Cand. Sc. (Cultural studies), Senior Lecturer at the Hulunbuir University (ARVM, PRC)

E-mail: fengzr@mail.ru.

Поступила в редакцию 16.12.2021

После доработки 06.05.2022

Принята к публикации 24.05.2022

Received 16.12.2021

Revised 06.05.2022

Accepted for publication 24.05.2022