

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ МУЗЫКАЛЬНОЙ И КУЛЬТУРНОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЯ

Фу Жао

Белорусский государственный университет, факультет
социокультурных коммуникаций,
ул. Курчатова, 5, 220108, Минск, Республика Беларусь
e-mail: *jao.fzhao@yandex.by*

В статье рассматриваются состояние, перспективы и проблемы развития индустрии музыкальной культуры в Китае. Особое внимание уделяется вопросу связи музыкальной индустрии с процессами дигитализации и технологизации культуры. Выявляются актуальные характеристики музыкальной культурной индустрии Китая, к которым отнесены креативный характер современной музыкальной культуры, ее связь с экономикой и другими культурными индустриями, создание качественного музыкального продукта. Несмотря на успехи музыкальной индустрии Китая существует ряд проблем, препятствующих ее развитию. В ответ на них применяется подход «ориентировано на человека», направленный на высококачественную подготовку специалистов в сфере музыкальной культуры.

Ключевые слова: музыкальная культура; культурные индустрии; дигитализация; технологии; экономика; музыкальное образование.

THE CURRENT STATE, PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF THE CHINESE MUSIC AND CULTURAL INDUSTRY

Fu Rao

Belarusian State University,
Faculty of Social and Cultural Communications,
Kurchatov st. 5, 220108, Minsk, Republic of Belarus
e-mail: *jao.fzhao@yandex.by*

The article examines the state, prospects and problems of the development of the industry of musical culture in China. Particular

attention is paid to the issue of the relationship between the music industry and the processes of digitalization and technologization of culture. The article reveals the actual characteristics of the musical cultural industry in China, which include the creative nature of modern musical culture, its connection with the economy and other cultural industries, and the creation of a high-quality musical product. Despite the successes of the music industry in China, there are a number of problems that hinder its development. In response to them, a “human-centered” approach is applied, aimed at high-quality training of specialists in the field of musical culture.

Key words: musical culture; cultural industries; digitalization; technology; economy; musical education.

В последние годы в области прав интеллектуальной собственности в Китае наблюдается процесс значительного улучшения состояния защиты прав интеллектуальной собственности в сфере музыкальной индустрии. Технологические инновации и развитие социальных сетей сделали «мобильную» музыку основным направлением ее потребления. Масштабы онлайн-пользователей музыки еще больше увеличились, что привело к дальнейшему развитию современной музыкальной индустрии и усилению ее связи с экономикой, а также роли в инновационной экономике в целом. В то же время по сравнению с рядом экономически развитых стран способность Китая к созданию оригинального музыкального продукта находится еще не на достаточно высоком уровне, а соответствующая правовая система несовершенна. Нуждается в совершенствовании и процесс подготовки профессиональных кадров. Все это стало проблемами, ограничивающими развитие музыкальной культурной индустрии Китая.

Индустрия музыкальной культуры относится к ряду видов деятельности, связанных с производством, распространением, обслуживанием и потреблением музыкального контента. Важнейшим звеном во всей производственной цепочке является обеспечение качественной музыкальной продукцией, ключевыми элементами которой являются творческий, авторский и иной нематериальный капитал [1, с. 3].

Создание и дальнейшее продвижение продукта музыкальной индустрии обладает следующими характеристиками: 1) наличие идеи, креативности; 2) владение необходимыми теоретическими и практическими компетенциями; 3) понимание того, что культурный музыкальный продукт обладает качеством высокой добавленной стоимости; 4) связан с экономикой и фактически инкорпорирован в ее сферу.

Современное музыкальное творчество должно сегодня соответствовать критерию оригинальности, а создатели культурного продукта должны обращать внимание на самые разные нюансы его создания и продажи. Это значит, что автору/авторам произведения необходимо выстраивать связи, осуществлять коммуникацию с дизайнерами, стилистами, продюсерами, промоутерами и т.д. Современный продукт уже не является результатом творчества только одного человека – скорее, он плод (со) авторства многих людей. Немалое значение имеет и умение преодолеть ограниченность традиционных рамок мышления, что инициирует способность к созданию новых идей, требует вдохновения, творческого воображения.

Производство высококачественной музыкальной продукции требует глубоких теоретических знаний. Стиль, техника и выразительность работы отражают теоретические знания автора, его культурную философию и мировоззрение.

Музыкальная культурная индустрия в немалой степени представляет собой высокоразвитую дигитальную сферу, тесно связанную или даже включенную в экономику. Поэтому она должна обладать высоким уровнем технического развития, особенно по мере того, как платформа цифровой музыки становится все более и более совершенной [2, с. 104]. Это предполагает формирование разнообразной музыкальной среды, ее качественного с точки зрения технической доступности контента, а также предоставление такого продукта, который вызывает у пользователя желание и готовность платить. Очевидно, что затраты на высококачественную техническую оснащенность, запись, пользование, продвижение продукта существенно по-

вышает его стоимость. Эту особенность, как и ценностно-духовное содержание музыкальных произведений нужно учитывать при их производстве и поступлении на рынок.

Связь продукции музыкальной индустрии с экономикой проявляется не только в контексте ее характеристик как товара, но и в форме включенности в другие области культурных индустрий – туристической, спортивной, а также в сферу образования. Новое развитие отрасли проявляется в комплексной системе, в которой восходящий и нисходящий потоки взаимодействуют друг с другом, и каждый элемент связи поддерживает друг друга. Основная концепция построения этой системы заключается в формуле «Контент-ориентированный, инновации побеждают».

Комплексное развитие музыкальной культуры может создать больше возможностей и для инвестиционных стратегий, и для развития экономики государства в целом. Судя по состоянию индустрии музыкальной культуры можно утверждать, что текущая ситуация в индустрии музыкальной культуры Китая постоянно улучшается.

Свидетельством этому является внедрение элементов технологических инноваций во все уровни индустрии музыкальной культуры, что обеспечило музыкальные компании техническими условиями для точного понимания основных потребностей потребителей и придавало новый импульс развитию отрасли [3, с. 57]. Например: «умные» колонки с функцией голосового взаимодействия и технология “Dolby Atmos/X-DMAX” (это музыкальный эффект, сочетающий динамические объекты и новый способ направленного микширования звука и саундтрека, так что аудитория окружена звуком во всех направлениях), реализующие распространение звука в трехмерном пространстве, изменили качество восприятия музыки и усилили спрос на потребление музыкальной продукции. Эти инновации способствовали глубокой интеграции индустрии музыкальной культуры Китая и индустрии технологий, а также способствовали интеграции и развитию индустрии музыкальной культуры

и других отраслей. Так, сотрудничество между Midear IQiyi-видео и Kugou-музыка создали новый способ органической интеграции традиционных домашних технологий и музыкальной индустрии, реализовав трансграничное взаимодействие игр, музыки и традиционного производства.

Приведем еще один пример. Музыкальный фестиваль туризма, который проводится в разных местах Китая, благодаря уникальной комбинации «музыка и туризм», ставит своей целью предоставить потребителям музыки высококачественный и разнообразный туристический опыт через знакомство с музыкальными традициями разных культурных сообществ.

В последние годы музыкальная и культурная индустрия Китая быстро развивается. Однако наряду с этим существуют и определенные проблемы. В наш цифровой век развитие индустрии музыкальной культуры может не только улучшить культурные потребности и художественные достижения людей, но и расширить потребление, увеличить возможности трудоустройства и стабилизировать экономический рост. Поэтому дальнейшее развитие индустрии музыкальной культуры и решение социально-культурных и экономических проблем в Китае стало главным приоритетом.

Уровень музыкального образования определяет качество музыкальных кадров, и деятельность различных музыкальных учреждений в области образования и обучения должна быть, на наш взгляд, улучшена. Поэтому в систему подготовки кадров необходимо внедрять национальный и мировой актуальный опыт, инновационные формы и способы обучения. Данный тезис относится не только к подготовке исполнителей, музыкантов, но и промоутеров, менеджеров, маркетологов, специализирующихся в области культурных индустрий. Кроме того, отделы культурного образования на всех уровнях системы образования должны интегрировать ресурсы музыкального образования и оказывать всестороннюю поддержку музыкальным талантам. Музыкальная индустрия по-прежнему нуждается в стандартизации законодательства. Это касается в первую очередь такого

явления, как музыкальное пиратство. Мы полагаем, что необходимо увеличить штрафы за нарушение прав на видео- и музыкальные произведения, увеличить размер компенсации за ущерб, причиненный авторам. В целом, система защиты авторских прав должна работать эффективнее. Это обеспечит надежную правовую защиту для большинства владельцев авторских прав на музыку.

Еще одним аспектом развития китайской музыкальной индустрии является принцип «ориентировано на человека». Он направлен на удовлетворение вкусов, потребностей разной аудитории, с одной стороны. С другой – нацелен на воспитание и развитие эстетического вкуса потребителей. В связи с этим важно учитывать фактор так называемой любительской музыки и непрофессиональных авторов и музыкантов, чье творчество востребовано массовой аудиторией, а также независимых исполнителей. Например, Netease- музыка и другие компании запустили планы поддержки независимых музыкантов для всестороннего продвижения – системы независимых музыкантов.

Литература

1. 陈光曦:《中国社会科学:中国音乐产业的创新发展路径》,中国社会科学院,北京,2018,47页.=Чэнь, Гуанси. Китайские социальные науки: путь инновационного развития музыкальной индустрии Китая / Гуанси Чэнь. – Пекин: Китайская академия социальных наук, 2018. – 47с.
2. 王靖一:《艺术研究:音乐文化产业的发展与大庆城市音乐文化建设》,哈尔滨师范大学,哈尔滨,2016年,105页.=Ван, Цзинь. Исследования в области искусства: развитие индустрии музыкальной культуры и создание музыкальной культуры города Дацин / Цзинь Ван. – Харбин: Издательство Харбинского педагогического университета, 2016. – 105 с.
3. 胡慧源:《中国出版:新版权环境下中国数字音乐产业链整合模式研究》,中国新闻出版社,北京,2017年,第11期,57-60页.=Ху, Хуэйюань. Китайское издательство / Хуэйюань.Ху // Исследование способа интеграции сети цифровой музыкальной индустрии Китая в новую среду авторского права. – 2017. – №11. – С. 57-60.