

DOI: 10.54631/VS.2022.62-109179

КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ И РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ ВО ВЬЕТНАМЕ

Ты Тхи Лоан¹

Аннотация: Правительство Вьетнама уделяет все большее внимание развитию отечественной культуры. Если прежде считалось, что она только «тратит деньги», существуя за счет других отраслей, то сейчас так называемый культурный капитал постепенно начинает приносить заметную прибыль. Таким образом культура становится отраслью экономики, вносящей свой вклад в ВВП страны. В статье в контексте рентабельности культурной отрасли анализируется развитие пяти так называемых культурных индустрий. Это кино, перформативные (сценические) искусства, изобразительное искусство, реклама и культурный туризм. Показана также роль и вклад культуры в социально-экономическое развитие современного Вьетнама.

Ключевые слова: культурный капитал, культурные индустрии, кино, перформативные искусства, изобразительное искусство, реклама, культурный туризм.

Для цитирования: Ты Тхи Лоан. Культурный капитал и развитие культурных индустрий во Вьетнаме // Вьетнамские исследования. 2022. Т. 6. № 2. С. 68–81.

Дата поступления статьи: 22.02.2022

Дата поступления в переработанном виде: 04.05.22

Принята к печати: 07.06.2022

Введение

Культурный капитал – понятие, введённое в 1980-х годах французским социологом Пьером Бурдьё. Оно охватывает не все элементы культуры, а только те, которые поддаются эксплуатации, включению в хозяйственный оборот, могут передаваться и участвуют в создании стоимости, полезности и прибыли в процессе хозяйственного оборота или передачи [Bourdieu 1986: 242]. Концепция культурного капитала Бурдьё, получила продолжение и развитие в работах многих исследователей, в которых содержалась и критика, и дополнения, в результате чего появилось множество различных подходов и методов анализа. Несмотря на различные интерпретации, несомненно, что с момента возникновения понятие культурного капитала оказало существенное влияние на социологию, педагогику и культурологию. В экономической науке это понятие развивал Дэвид Тросби. Согласно его теории, помимо *природного* (природных ресурсов), *материального* (материальной базы, создаваемой человеком) и *человеческого*, *культурный капитал* является четвёртым основным видом капитала для развития экономики [Throsby 1999: 4].

Во Вьетнаме впервые рассматривать культуру в качестве капитала стал Чан Динь Хьюу. Однако если в центре внимания Пьера Бурдьё находился культурный капитал личности, сформированный из капиталов семьи, образования и общества и приносящий выгоду, то Чан

¹ Ты Тхи Лоан, к. филол. н., профессор, зам. председателя Совета по науке и подготовке кадров Национального института культуры и искусства Вьетнама. Email: tuthiloanh@gmail.com.

Динь Хьюу исследует капитал общества. В его понимании культурный капитал – это именно общественное достояние, накапливаемое с течением времени и таким образом определяющее отличительные черты народа – носителя этой культуры – и свидетельствующее о его творческом потенциале [Trần Đình Hượu 2011]. В отличие от Чан Динь Хьюу, в фокусе внимания которого только нематериальная культура, Чан Хью Зунг продвинулся дальше, включив в понятие культурного капитала также и материальные аспекты [Trần Hữu Dũng 2002]. В свою очередь Чан Тхи Ан, полагая культурный капитал общественным достоянием, тем не менее утверждает, что культурный капитал только тогда приобретает свойства капитала, когда отчуждается от общества и становится отдельной ценностью, которую можно использовать и из которой можно извлекать выгоду, например, для развития туризма или других культурных индустрий [Trần Thị An 2018].

Изучение культурных индустрий значительно продвинулось за рубежом, особенно в странах, где они развивается наиболее заметно – в США, Великобритании, Франции, Японии, Корею, на Тайване и др. Во Вьетнаме первые исследования этого явления в основном шли по пути углубления понимания его сущности, а также критериев размежевания отдельных культурных индустрий [Mai Hải Oanh 2006]; их особенностей и роли для национального экономического развития [Nguyễn Thị Hương 2008]; теоретических и практических аспектов их развития конкретно во Вьетнаме [Đặng Hoài Thu, Phạm Bích Huyền 2012] и др. В последние годы исследователи все более концентрируются на способах привлечения ресурсов, мерах по развитию культурных индустрий [Đỗ Thị Thanh Thủy 2014]; возможностях, вызовах и проблемах их развития во Вьетнаме [Phát triển công nghiệp 2017]; роли этого явления в формировании мягкой силы Вьетнама [Sức mạnh mềm 2021].

Комплексное исследование развития культурных индустрий во Вьетнаме является довольно новой темой, эта ниша остаётся практически не занятой. Кроме того, почти совсем не изучен вопрос, как практически приложить теорию культурного капитала к развитию отдельных культурных индустрий.

Определение культурного капитала Вьетнама

Культура Вьетнама – многоцветная палитра, вобравшая в себя культурные ценности пятидесяти четырёх братских народов, населяющих страну. Каждый народ является носителем колоссального наследия и многовековых традиций. С точки зрения **материальной культуры**, Вьетнам – страна «тысячи лет, десяти тысяч предметов»² – это сокровищница всевозможных архитектурных объектов, городов и крепостей, императорских усыпальниц, культурно-исторических мест. Всё это – источник культурного капитала, обладающего потенциалом для освоения, использования и развития культурных индустрий, в первую очередь туризма. По состоянию на январь 2022 г., во Вьетнаме насчитывалось восемь достопримечательностей, включенных ЮНЕСКО в Список объектов всемирного культурного и природного наследия³, более 4000 объектов, имеющих статус памятников национального значения, более 9 000 объектов, охраняемых на провинциальном уровне [Bộ Văn hóa 2022].

² Оригинальное выражение «ngàn năm văn vật» является распространённой во Вьетнаме метафорой описания места, богатого в культурном и историческом отношении. (Примеч. пер.)

³ В их числе комплекс памятников Хьюэ, бухта Халонг, исторический город Хойан, святилище Мишон народа чам, цитадель Тханглонг в Ханое, Национальный парк Фонгня–Кебанг, цитадель династии Хо, ландшафтный комплекс Чанган.

Среди них – множество известных культурно-исторических памятников, связанных с национальными героями, деятелями культуры, историческими событиями; архитектурно-художественных, археологических и ландшафтных памятников; памятников истории революции. Все эти объекты могут стать точками притяжения для внутреннего и международного туризма.

Музейная система Вьетнама, в которую входят 148 организаций, занимается сохранением большей части культурного наследия прошлого, представленного в виде артефактов, национальных сокровищ, реликвий, раритетов и т.д. Успешная работа с документальными свидетельствами и артефактами в экскурсионных, исследовательских, образовательных и популяризационных целях ведется в таких музеях, как Вьетнамский музей этнологии, Исторический музей Вьетнама, Вьетнамский музей изящных искусств, Музей провинции Куангнинь и др.

В отношении **нематериальной культуры**, страна «тысячи лет и прекрасных историй»⁴ Вьетнам – также неисчерпаемый кладёз духовных традиций. По состоянию на октябрь 2021 г., 14 объектов страны включены в Списки объектов всемирного нематериального наследия человечества и объектов, нуждающихся в срочной охране (ЮНЕСКО), семь – в список документального наследия программы «Память мира»⁵, 396 – в национальный Список объектов нематериального наследия. Кроме того, бесчисленное количество духовных ценностей запечатлены в литературе, музыке, театре, изобразительном искусстве, религиозных верованиях, праздничных обрядах, традициях, обычаях и т. п.

В сфере **музыки**, будучи многонациональным государством, где у каждого народа свой набор мелодий и музыкальных инструментов, Вьетнам обладает большим разнообразием. Каждый его регион имеет свой ярко выраженный звуковой колорит: в провинции Бакнинь – народное пение *куанхо* (quan họ)⁶; в провинции Нгетинь⁷ – мелодии *ви* и *зам* (ví giã̃m)⁸; в Южном Вьетнаме – камерная ансамблевая музыка и пение *донкатайты* (đòn ca tài tử); а также придворная музыка императорского дворца в Хюэ *няняк* (nhã nhạc) (рис. 1); пространство культуры гонгов в провинциях плоскогорья Тэйнгвен (cồng chiêng)⁹; *байчой* в Центральном

⁴ Выражение «ngìn năm vãn hiếp» – идущая из конфуцианства метафора духовного богатства места. (Примеч. пер.)

⁵ Программа ЮНЕСКО по защите всемирного документального наследия, принятая в 1992 г. (Примеч. пер.)

⁶ Традиционное пение, распространённое в дельте реки Красной, состоящее из поочередно пропеваемых мужчинами и женщинами музыкальных фраз, обычно в форме вопрос–ответ. (Примеч. пер.)

⁷ Указанная провинция существовала до 1991 г., сейчас на её месте образованы две провинции: Нгеан и Хатинь. В настоящее время название «Нгетинь» используется для сокращённого наименования обеих провинций. (Примеч. пер.)

⁸ *Ви* и *зам* представляют собой мелодическое чтение стихотворных текстов. Часто исполняются в бытовых ситуациях: при полевых работах, плавании на лодках или при укачивании ребенка. (Примеч. пер.)

⁹ Ритуальная музыка (Примеч. пер.)

Вьетнаме (bài chòi)¹⁰; пение *сам* (hát xẩm)¹¹, *качу* (ca trù)¹², *ван* (hát vãn)¹³, *соан* (hát xoan)¹⁴ и др. Местные музыкальные инструменты также очень самобытны, они изготавливаются из природных материалов: различных видов бамбука, горных пород, рога буйвола. Это флейта *шао* (sáo), рог *тува* (tù và), ударный инструмент *тханьла* (thanh la), щелевой барабан *мо* в форме рыбы (mõ), барабаны *чонг* (trống), щипковый монохорд *данбау* (đàn bầu), трубчатые ксилофоны *дантрынг* (đàn t'rung) и *клонгпут* (klông put) и др. К этим инструментам проявляется большой интерес за рубежом.



Рис. 1. Придворная музыка императорского дворца в Хюэнян. Фото из открытых источников

Современная популярная музыка Вьетнама, основываясь на собственных традициях и впитывая западные, активно развивает многие течения, начиная с *тиенчиен* (tiền chiến)¹⁵, *тинькхук* (tình khúc)¹⁶, *болеро*¹⁷, «красной» музыки¹⁸, «молодой» музыки¹⁹, «лёгкой» музыки²⁰ до современных. На сегодняшний день во Вьетнаме присутствуют практически все «глобальные» музыкальные жанры: поп, рок, джаз, ритм-н-блюз, хип-хоп, рэп и др.

¹⁰ Практика, соединяющая музыку, поэзию, перформанс, живопись и литературу. Как правило, выделяют две формы: «представление *байчой*» и «игры *байчой*». (Примеч. пер.)

¹¹ В настоящее время редкое народное искусство. Традиционно было распространено в Северном Вьетнаме, исполнялось слепыми музыкантами под собственный аккомпанемент. Сюжеты для *сам* заимствовались из популярных произведений вьетнамской литературы, а мелодии иногда брались из других жанров, а также сочинялись специально для *сам*. (Примеч. пер.)

¹² Северовьетнамское искусство стихотворной мелодекламации под аккомпанемент лютни и барабана. В доколониальные времена исполнялась на званых вечерах элиты и при дворе императора. (Примеч. пер.)

¹³ Ритмическое пение, сопровождающее обряды в честь Богини-Матери. (Примеч. пер.)

¹⁴ Обрядовая музыка и пение, исполняемые в первые весенние месяцы, как правило, в храмах и общинных домах. (Примеч. пер.)

¹⁵ Дословно «до войны» — общее название музыкальных течений во Вьетнаме с начала XX в. до 1945 г. (Примеч. пер.)

¹⁶ Общее название музыки Южного Вьетнама времен Вьетнамской войны. Представлена в основном медленным роком. (Примеч. пер.)

¹⁷ Также иногда называется «желтой музыкой», популярный жанр на Юге Вьетнама времен Вьетнамской войны. (Примеч. пер.)

¹⁸ Просторечное название революционных и военных песен, популярных до середины 1970-х годов. (Примеч. пер.)

¹⁹ Популярная музыка 1950–1960-х годов, берущая начало на Юге Вьетнама, основана на современных французских и американских ритмах, также называется «зеленой» музыкой. (Примеч. пер.)

²⁰ Популярная музыка 1980-х годов, также сформировавшаяся на Юге Вьетнама под влиянием современных (на тот период времени) западных течений. (Примеч. пер.)

Рис. 2. Театр кукол на воде.

Фото из открытых источников

Театр Вьетнама

основывается, с одной стороны, на традиционных театральных формах, имеющих

многовековую историю, таких как *тео* (chèo)²¹, *туонг* (tuồng)²² (также называемый пением *бой* или *бо* – hát bội, hát bộ), театр кукол (на сцене – *gối sạp*, на воде – *gối nước*) (рис. 2) и др.; с другой – на *высоких*



театральных формах, начавших развиваться только около ста лет назад и ставших результатом восприятия западной культуры: это *кайлыонг* (cải lương)²³, театрализованное пение Хюэ (sa kịch Huế), песенное представление *байчой* (sa kịch bài chòi), театрализованное народное пение Нгетинь (kịch hát dân ca) и др.; а также *иностранных театральных жанрах*, пришедших во Вьетнам только в XX в.: драма, балет, опера, цирк, варьете, концертные программы и т. д. Вместе с тем существует театр национальных меньшинств, например, *робам* (robam) и *куке* (kukê) кхмеров Южного Вьетнама, театр тямов, хоа (китайцев) и других народов. С переходом страны к рыночной экономике перформативные искусства раскрываются всё ярче. Каждый год выходят сотни новых постановок в разных жанрах. В то же время новые театральные формы, такие как цирк, иллюзионистские шоу, варьете, показ мод (дефиле), современный перформанс также переживают бурное развитие, собирая большие аудитории и большую прибыль.

Традиции **изобразительных искусств** Вьетнама уходят корнями в глубокую древность: к созданию первых изображений на бронзовых донгшонских барабанах²⁴, со временем достигших расцвета в произведениях скульптуры, религиозной и дворцовой архитектуры времен династий Ли, Чан, Ле. Убранство традиционного общинного дома *динь* является одним из характерных проявлений этих традиций. Живопись возникла позднее с появлением картин на шёлке, психологического портрета, росписи храмов, реалистического портрета, лаковой живописи, резьбы по дереву, придворной живописи и народного лубка (районы Донгхо, Хангчонг, Кимхоанг и др.). К моменту восшествия на престол династии Нгуен вьетнамские изобразительные искусства в основе своей уже сформировались и отражали основные черты феодального искусства страны. С начала XX в. под влиянием

²¹Народная комическая опера, исполняющаяся под открытым небом странствующими полупрофессиональными труппами. (Примеч. пер.)

²²Традиционные танцевально-музыкальные драматические представления, возникшие при императорском дворе. (Примеч. пер.)

²³Дословно «реформированный театр»; форма современной вьетнамской фольклорной оперы, сочетающая элементы традиционного театра *туонг*, народных песен Южного Вьетнама, классической музыки и современного разговорного жанра. (Примеч. пер.)

²⁴ Ритуальные музыкальные инструменты доисторической археологической культуры бронзового века, существовавшей на территории полуострова Индокитай. Получила название по местечку Донгшон в Северном Вьетнаме, где впервые были обнаружены её следы.

западной культуры в этой сфере произошли значительные сдвиги. «Золотое поколение» художников, вышедших из Высшей школы изящных искусств Индокитая (среди которых можно назвать такие известные группы, как «Чи, Лан, Ван, Кан»²⁵, «Фай, Санг, Лиен, Нгием»²⁶, «Фо, Тхы, Лыу, Дам»²⁷), вывело искусство Вьетнама на новый уровень, приблизив его к мировому. В текущих условиях глобализации современное искусство Вьетнама представлено всеми направлениями: от реализма, сюрреализма, импрессионизма, абстракционизма и полуабстракционизма до постмодернистских течений, таких как инсталляция, перформанс, видеоарт, бодиарт, комьюнити-арт, цифровое искусство (диджитал-арт) и др.

Вьетнам также известен своими **праздниками**, их насчитывается около восьми тысяч, среди которых более семи тысяч – народные и глубоко самобытные [Сұс Vãn hóa cơ sở 2008]. Многие масштабные колоритные торжества: обряды культа поклонения королям Хунгам, фестиваль в пагоде Хыонг, фестиваль в честь легендарного героя Святого Зонга, фестиваль в честь духа-покровительницы храма Бачуасы на горе Сам, праздник Фузэй, праздники в храмах До, Чан, песенный фестиваль Лим и др. вкуче с современными мероприятиями, такими как фестиваль фейерверков в Дананге, фестиваль цветов в Далате, фестиваль кофе в Буонметхуоте, являются важными формами притяжения внутренних и международных туристов и вдобавок дают возможность представить и реализовать товары местного производства.

Вьетнам также известен как страна **традиционных ремесленных поселений**: по всей стране насчитывается более двух тысяч деревень, специализирующихся на уникальных художественных промыслах. Их продукция неизменно пользуется любовью как местных жителей, так и иностранных гостей. Это керамика деревень Батчанг, Фуланг, Чудау, Хыонгкань; резьба по камню в Нонныок, Ниньван; серебряные изделия в Донгсам, Диньконг, Чаукхе; медное литье в Нгуса, Чадук, Диенфыонг; резьба по дереву в Донгки, Тхиетунг, Чангсон; ручная вышивка в Куатдонг, Тханьха, Ванлам; ткани Ванфук, Лакхе и др.

Вьетнам – также страна с развитой изысканной **национальной кухней**, в которой сочетаются вкусовые нотки как Азии, так и Европы. В последние годы вьетнамская кухня громко заявила о себе в разных уголках планеты, удостоившись заслуженной похвалы ведущих мировых шеф-поваров и кулинарных изданий. В 2019 г. телеканал CNN поместил кухню Вьетнама в топ-10 лучших кухонь мира. В декабре 2020 г. известный австралийский туристический журнал *Lonely Planet* назвал Вьетнам лучшим направлением для индивидуальных туристов с точки зрения кулинарии, пояснив, что «если и выбирать “лучшую из лучших” среди национальных кухонь Юго-Восточной Азии, то это будет вьетнамская» [Mặt nãm vưот bảo: 16.02.2021].

Вместе с тем национально-культурное многообразие всех 53 национальных меньшинств Вьетнама, некоторые из которых до сих пор придерживаются традиционного уклада жизни, многообразие форм проявления культуры – это неисчерпаемый источник ресурсов для производственного освоения и создания экономической стоимости.

²⁵ Группа названа по именам художников – Нгуен Зя Чи (1908–1993), Нгуен Тьонг Лан (1906–1946), То Нгок Ван (1908–1954), Чан Ван Кан (1910–1994). (Примеч. пер.)

²⁶ Группа названа по именам художников – Буй Суан Фай (1920–1988), Нгуен Санг (1923–1988), Зыонг Бить Лиен (1924–1988), Нгуен Ты Нгием (1922–2016). (Примеч. пер.)

²⁷ Группа названа по именам художников – Ле Фо (1907–2001), Май Чунг Тхы (1906–1980), Ле Тхи Лыу (1911–1988), Ву Као Дам (1908–2000). (Примеч. пер.)

Развитие культурных индустрий во Вьетнаме

В традиционном вьетнамском обществе к людям искусства относились пренебрежительно, если не с презрением, считая, что они только «небо копят». Вплоть до эпохи Обновления (*Дой мой*) на них смотрели как на нахлебников, способных жить только за счет государственных дотаций из средств, получаемых от других отраслей. Только когда страна перешла на модель рыночной экономики, производство продукции и предоставление услуг в сфере культуры стали развиваться самостоятельно, постепенно выводя культуру из статуса отрасли, «только умеющей тратить», в «умеющую зарабатывать», способную создавать экономическую стоимость и могущую стать передовой индустрией.

Коренной переворот в отношении правительства Вьетнама к развитию культурных индустрий произошёл благодаря участию в Конвенции об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения, принятой ЮНЕСКО в 2005 г. Связь между двумя понятиями – «культура» и «индустрия» – подразумевала производство ряда товаров и услуг с «культурным» содержанием, но в промышленных масштабах, с целью создания высокой экономической стоимости. Однако в фокусе понятия «индустрии» собраны не столько *производственные процессы*, сколько *унификация* продукции и *рационализация* технологий её предложения и распределения.

Под руководством ЮНЕСКО и исходя из собственных потребностей страны, правительство Вьетнама кардинально изменило своё понимание роли и функций культуры: из области высоких духовных ценностей, не имеющих коммерческого значения, культура становится сферой, стоящей в авангарде экономического роста, участвующей в создании основы устойчивого развития.

В 2016 г. после многочисленных обсуждений, исследований и дополнений премьер-министр Вьетнама подписал *Стратегию развития культурных индустрий Вьетнама на период до 2020 г. с перспективой развития до 2030 г.* [Chiến lược phát triển: 08.09.2016], которая определила 12 основных культурных индустрий страны: реклама; архитектура; программное обеспечение и игры; ремёсла и дизайн; кино; издательское дело; мода; перформативные искусства; изящные искусства, фотография и выставочное дело; радио и телевидение; культурный туризм.

Основное внимание Министерства культуры, спорта и туризма, согласно Стратегии, сосредоточено на развитии пяти культурных индустрий – туризма, перформативных искусств, изобразительного искусства, кино и рекламы.



Рис.3. Новая достопримечательность «Золотой мост» близ Дананга привлекает множество туристов. Фото из открытых источников

Солидный культурный капитал в сочетании с природными красотами, благоприятным климатом и гостеприимным населением стали движущей силой развития вьетнамского туризма. До

пандемии COVID-19 туристическая отрасль Вьетнама росла с завораживающей быстротой. Только за три года, с 2016 по 2018 г., количество гостей из-за рубежа удвоилось – с 8 до 16 млн человек. 2019 г. оказался для отрасли рекордно прибыльным благодаря 85 млн внутренних и 18 млн международных туристов. Доля этой сферы в приросте ВВП страны также уверенно растет с каждым годом²⁸. Конкурентоспособность туристической отрасли Вьетнама в международных рейтингах постоянно повышается, например, в рейтинге Всемирного экономического форума (ВЭФ) Вьетнам поднялся на 12 позиций с 75-го места (из 141) в 2015 г. до 63-го (из 140) в 2019 г., став одной из десяти стран мира, где туризм растет наиболее быстро [Năm 2019, du lịch Việt Nam: 01.01.2020]. В 2019 г. Вьетнам также удостоился звания «Ведущего туристического направления мира в сфере наследия» и Всемирной туристической премии «World Travel Awards 2019» как ведущее туристическое направление в Азии на протяжении двух лет подряд [Du lịch Việt Nam: 27.12.2019] (рис. 3). Авторитетный американский туристический журнал Condé Nast Traveler (CNTraveler) поместил Вьетнам на 9-ю позицию среди 20 лучших стран для путешествия в 2020 г. [Một năm vượt bão: 15.02.2021]. В регионах, где находятся объекты культурного и природного наследия, такие как бухта Халонг, комплекс памятников Хюэ, исторический город Хойан, ландшафтный комплекс Чанган и др., доход от туризма составляет значительную долю местного бюджета. Этнокультурный плюрализм национальных меньшинств также становится благодатной почвой для развития этнографического туризма в горных районах Тэйнгуен, Шапа, Банлак и др. Всё большим спросом пользуются посещения народных праздников, мест духовного паломничества, центров народных художественных промыслов, а также агротуризм, приключенческий туризм и деловой туризм в форме MICE²⁹.

Развитие **перформативных искусств** – это образец того, как можно успешно использовать имеющийся культурный капитал и создавать добавленную стоимость произведениям современной культуры и искусства. Никогда прежде вьетнамский музыкальный рынок и эстрада не переживали такого оживления, как сейчас. По всей стране насчитывается более 200 частных коллективов и групп, 150 клубов и около 130 государственных концертных залов. Ежегодно в среднем к постановке допускаются около 300 новых программ, около 2–4 млн наименований проходят предварительную проверку перед записью концертных и сценических номеров³⁰. Появилось много талантливых молодых исполнителей. Завоевала признание целая плеяда исполнителей V-Pop³¹, не уступающих лучшим музыкантам K-Pop и J-Pop³² (Шон Тунг М-ТР, Jack and K-ICM, Донг Ни, Ми Там, Чинь Тханг Бинь, Буй Ань Туан, EriK, Ноо Фьок Чинь и др.). Шон Тунг М-ТР в настоящее время – исполнитель с поистине колоссальной армией поклонников, всего за пару лет добившийся невероятного успеха (рис. 4). Он попал в список «30 Under 30» журнала Forbes Vietnam, занял 28-ю строчку в Billboard Social 50, стал первым артистом Юго-Восточной Азии,

²⁸ В 2015 г. она составила 6,3, в 2016 г. 6,9, в 2017 г. 7,9, в 2018 г. 8,3; в 2019 г. – 9,2 %. [Du lịch Việt Nam: 09.07.2021].

²⁹ MICE (англ. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) – область индустрии делового туризма, связанная с организацией и проведением различных корпоративных мероприятий.

³⁰ Статистика департамента перформативных искусств Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама, 2020 г.

³¹ Условное сокращение вьетнамской поп-музыки. (Примеч. пер.)

³² Южнокорейская и японская поп-музыка. (Примеч. пер.)

вошедшим в рейтинг Billboard Global Excl. U.S. (заняв 126-е место), дважды становился победителем Billboard LyricFind Global Chart. Музыка к его автобиографическому документальному фильму «Sky Tour», вышедшему в 2020 г., заняла 83-ю строчку в мировом рейтинге iTunes. Музыкальные клипы Шон Тунга М-ТР на YouTube набрали более 100 млн просмотров (среди них и те, что достигли одного миллиона просмотров всего через семь минут после выхода релиза).

Рис. 4. Певец Шон Тунг М-ТР. Фото из открытых источников



Jack (Чинь Чан Фыонг Туан) – это также событие на вьетнамской эстраде, его музыкальные композиции попадают в топ рекомендуемых на вьетнамском YouTube всего через четыре часа после их публикации. Сингл «Камелия» (Hoa hải đường) всего через 24 часа после выхода релиза вошел в топ видео «в тренде» в семи странах: Вьетнаме, Тайване, Канаде, Австралии, Германии, Индии,

Мексике, а также завоевал первые места по скачиванию в iTunes. Jack также стал первым вьетнамским артистом, удостоившимся награды «Лучший музыкальный клип» на 25-й церемонии вручения Премии азиатского телевидения (Asian Television Awards), а также занял в 2020 г. третье место среди «Топ 10 персон с наибольшим количеством поисковых интернет-запросов».

Целый ряд других молодых талантливых артистов также добились выдающихся успехов, наравне с «бой-бендами», сделавшими себе имя и ставшими новой «кастой», производящей качественный продукт и умеющей зарабатывать. Прежнее поколение звезд эстрады уступает небосклон молодым самобытным музыкантам, таким как Chillies, Ден Ву, Чук Нян, Slim V, Кхак Вьет, Нгуен Хай Фонг, Хоанг Тон, Mr. Siro, Ali Хоанг Зыонг, Only C, Зыонг Кам и др. Возникли новые музыкальные направления, такие как андеграунд, инди (независимая музыка), в которых замечательно работают Ле Кат Чонг Ли, Suboi, Dalab, Дэн, Линь Као, Тхай Ву, Mr. A, Lynk Lee, Mr. Siro и др. Это люди с особой творческой энергией и страстью, не копирующие чужие образцы, а создающие полностью оригинальные композиции. Многие из их песен по количеству прослушиваний вошли в музыкальные чарты авторитетных национальных и международных онлайн-ресурсов.

Практика показывает, что успеха добиваются те произведения, которые соединяют в себе характерные черты национального культурного капитала с лучшими образцами общемировой культуры. Культурные программы, добившиеся авторитетного международного признания и приносящие значительную прибыль, являются примерами именно такого сочетания. Здесь можно упомянуть представления вьетнамского бамбукового цирка «Моя деревня», «Teh Dar», кукольный спектакль «Ритмы родины», выступления («Засуха и дождь»,

«Роса») театра современного танца «Arabesque», шоу «Jonah show», «Ага! Ого! Шоу»³³, соединяющие в себе множество элементов танца, драмы, современного цирка, хип-хопа, изобразительных искусств, музыки, спецэффектов, света и использующие современные технологии, что делает их выступления поистине впечатляющими. Некоторые классические литературные произведения обрели второе дыхание в новых формах, например, знаменитая «Поэма о Киеу»³⁴ – смешение балета, симфонии, кинофильма. В целом, в современном Вьетнаме креативные перформативные коммерческие искусства адресованы всем возрастам, всем слоям населения любого культурного уровня, удовлетворяя все формы спроса, предъявляемого зрителем на рынке.

Изобразительные искусства также успешно используют национальный культурный капитал, уверенно выходят на международный уровень и интегрируются в рыночную экономику. В настоящее время 99 % работников этой сферы заняты в частном секторе. По всей стране сформировалась система галерей, создавших крупные каналы торговли, центры просвещения и предложения произведений искусства. Во Вьетнаме ежегодно проходит в среднем более трёхсот выставок, но 95 % из них – за счет частного финансирования. Появились профессиональные кураторы и специалисты, проводящие экспертизу, отбор произведений искусства, организующие выставки, создающие различные культурные проекты. В условиях так называемой Четвертой промышленной революции постепенно формируется обширная отрасль «цифрового (диджитал) искусства». Всё быстрее развивается соответствующий внутренний рынок, обеспечивающий продажу и обмен произведений искусства, эта деятельность активно происходит не только в лавках и галереях или у уличных антикваров, но и в Интернете, на появившихся «виртуальных аукционах».

Поколения художников (особенно из Ханоя), родившихся в 60-е, 70-е и 80-е годы прошлого века, активно заявляют о себе, выходят на международный рынок, быстро богатея благодаря своему мастерству и таланту. Растёт число художников, занимающихся *живописью* (маслом, по лаку, на шёлке, акрилом, гуашью и т.д.) или *графикой* (гравюра, плакат, шаржи, карикатура и др.); *скульптурой* (ваяние бюстов, памятников, парковых скульптур и т.п.). Появился ряд независимых объединений и центров изобразительного искусства, популярных у молодёжи и имеющих все шансы выйти на международный уровень, – San Arts, Nhà Sàn Collective, Zero Station, Manzi, Quynh Gallery, New Space Arts и др. Прикладные направления изобразительного искусства (промышленный дизайн, дизайн одежды, коммерческий дизайн, печатная гравюра, иллюстрация, полиграфический дизайн и др.) также получили широкое развитие, работающие в этой области художники имеют соответствующую профессиональную подготовку. Ежегодный доход сферы изобразительных искусств оценивается примерно в 60 млн долл. США. Средний доход коммерческой организации из этой сферы составляет около 1,8 млн долл. в год, а профессионального художника – около 18 тыс. долл. в год³⁵.

³³ Оригинальные названия: «Làng tôi», «Teh Dar», «Nhịp điệu quê hương», «Hạt hán và cơn mưa», «Sương sớm», «Jonah show», «À Ô show». (Примеч. пер.)

³⁴ «Kiều», поэма Нгуен Зу (Nguyễn Du), в русском переводе опубликованная издательством «Общественные науки» (Ханой, 2015) под названием «Киеу. Стенания истерзанной души». (Примеч. пер.)

³⁵ Статистика департамента изобразительных искусств, фотографии и выставочного дела Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама, 2020 г.

Уникальные узоры с вьетнамских донгшонских барабанов стали использоваться в дизайне различной элитарной продукции. Изображения ханойских птичьих клеток, плетёных корзин и музыкального инструмента *кхэн* (*khèn bè*), которые используют жители северных горных районов, мотивы народного лубка Донгхо, узорчатые изображения дракона, облаков с древних барельефов и др. творчески переосмысливаются в современном модном дизайне и произведениях искусства. Благодаря соответствующему дизайну цена такого изделия может вырасти в десятки, а то и в сотни раз.



Рис. 5. Вышивка на шёлке. Фото из открытых источников

Креативность вьетнамских деятелей искусства проявляется также в художественных ремёслах, высоко ценящихся как местными, так и зарубежными покупателями. Это керамика и гончарное дело, изготовление изделий из серебра, вышивка и ткачество, медное литье, плетение из бамбука; всевозможные художественные картины: вышивки, мозаики, картины из песка, витражи, на шёлке из лотоса, на натуральном шёлке (рис. 5), выжигание на бамбуковых дощечках (деревня Суанлай), картины Донгхо, сувениры и украшения из ракушек, шёлка, бумаги, бронзы, бамбука и пр. не только создают экономическую стоимость, но и

отражают национальный характер.

Вьетнамское кино – ещё одно свидетельство успешного освоения культурного капитала в целях развития и преобразования кино из «предсказуемого», «заказного» и решающего главным образом политические задачи, в кино массовое, отвечающее потребностям рынка. Сейчас в стране работают более 400 частных кинокомпаний, создающих 50–60 % всей национальной кинопродукции. Среди успешных частных кинокомпаний можно назвать Тхиен Нган, НК Film, Фьонг Нам, BHD, Чань Фьонг. Растет число частных сетей кинотеатров, привлекающих массы зрителей: CGV, Lotte Cinema, Platinum, BHD, Megastar, Galaxy и др. Ещё в 2013 г. журнал *Hollywood Reporter* включил Вьетнам в список 13 самых «кассовых» рынков, показавших наибольший годовой рост. Только за десятилетие, с 2009 по 2019 г., количество кинозалов в стране выросло более чем в 12 раз, а их доход – в 13,5 раз³⁶. Согласно *Стратегии развития культурных индустрий во Вьетнаме*, к 2020 г. киноиндустрия должна была достичь выручки в 150 млн долл. США, а в реальности уже в 2019 г. доход отрасли составил 176 млн долл., на 20 % превысив расчётные показатели.

Что касается отечественного кино, то если в 2009 г. вьетнамские фильмы собрали только 54 млрд донгов, что составило 17,9 % от дохода отрасли, то в 2019 г. сборы выросли до 1,21 млрд донгов, увеличив долю до 30 %. Количество фильмов отечественного производства год от года растёт: если на протяжении 2009–2014 гг. выпускалось примерно 15–25 фильмов

³⁶ Согласно статистике компании CJ CGV Вьетнам, в 2009 г. было всего 87 кинозалов, принёсших доход в 302 млрд донгов (13 млн долл. США), в 2019 г. было уже 1063 кинозала в 204 кинотеатрах с доходом в 4064 млрд донгов (более 176 млн долл. США).

в год, занимавших 15 % от всего проката в кинотеатрах, то 2015 г. поставил рекорд в 42 фильма, в 2016 г. был выпущен 41 фильм, в 2017 г. – 38 фильмов, в 2018 г. – 41 фильм, что превышает ориентировочные показатели, установленные *Стратегией*. Некоторые фильмы частных кинокомпаний привлекли больше зрителей, чем голливудские фильмы, одновременно бывшие в прокате, и показали высокие кассовые сборы, например, «Мне нет 18» (175 млрд донгов), «Изворотливая старая дева» / «Последнее яйцо» (165 млрд), «Вернуть беременную жену» (192 млрд), «Фурия» (200 млрд)³⁷. Несмотря на продолжавшуюся в 2021 г. пандемию, фильму режиссера Чан Тханя «Пожилой отец»³⁸ удалось собрать рекордные на сегодняшний день 400 млрд донгов. «Независимое» кино также завоевало несколько премий на крупных международных кинофестивалях. Это «Би, не бойся!», «Взмахи крыльями в Боге забытом месте», «Большой отец, маленький отец и другие истории», «Промежуточная станция», «Отец и сын», «Шонг ланг», «Лето с закрытыми глазами», «Ром», «Вкус»³⁹ и др. Телесериалы также сильно изменились, что позволяет им собирать зрителей у экранов в прайм-тайм и успешно конкурировать с южнокорейскими, китайскими и американскими аналогами («Возвращайся домой», «Кукла Куинь», «Обида длиной в жизнь», «Душевный аромат», «11 месяцев, 5 дней»⁴⁰ и др.). Возникло целое созвездие молодых кинематографистов, отличающихся высоким уровнем мастерства и яркой оригинальностью, чьи фильмы высоко оцениваются профессиональным сообществом и горячо встречаются широкой публикой. Успех отдельных кинофильмов показывает, что завоевать зрителя могут только произведения, глубоко отражающие культуру, традиции, передающие разные грани вьетнамского мировоззрения.

Реклама – отрасль, неотделимая от культуры, также добилась прорывных результатов. Любая продукция – не только рекламная, но и она в том числе – только тогда добивается успеха у населения, когда основывается на национальной культуре, отражает душу, чувства вьетнамцев, когда в ней есть оригинальность, новизна, креатив. В современном обществе потребления реклама – одна из наиболее доходных отраслей. В настоящее время во Вьетнаме работает более 7000 рекламных компаний, оказывающих услуги на разных платформах: телевидении, радио, в газетах, журналах, в Интернете, наружная реклама, полиграфическая реклама и т. д. В 2018 г. наибольший доход от рекламы среди телеканалов имела компания VTV (Вьетнамское телевидение) – 4 982 млрд донгов, далее следовали Телерадиокомпания провинции Виньлонг, Телевидение г. Хошимина, Цифровое телевидение VTC [Đạt gần 5.000 tỷ đồng doanh thu: 22.01.2019]. В эпоху Интернета онлайн-реклама привлекает 43 % вьетнамских пользователей через соцсети. Доход от цифровой рекламы во Вьетнаме оценивается в 663 млн долл., что ставит страну по этому показателю на 35-е место в мире [Năm 2018, doanh thu quảng cáo: 21.01.2019]. По инициативе Вьетнамской рекламной ассоциации (VAA) создан Институт исследований и подготовки кадров в сфере рекламы для восполнения очевидной нехватки соответствующих специалистов в национальных компаниях.

³⁷ Оригинальные названия: «Em chưa 18», «Gái già lắm chiêu», «Cua lại vợ bầu», «Hai Phượng». (Примеч. пер.)

³⁸ Оригинальное название: «Bố già». (Примеч. пер.)

³⁹ Оригинальные названия: «Bi đờng sớ», «Đập cánh giữa không trung», «Cha và con và», «Đảo của dân ngụ cư», «Cha công con», «Song lang», «Nhắm mắt thấy mùa hè», «Ròm», «Vị». (Примеч. пер.)

⁴⁰ Оригинальные названия: «Về nhà đi con», «Quỳnh búp bê», «Cả một đời ân oán», «Hương vị tình thân», «11 tháng 5 ngày». (Примеч. пер.)

В целом на сегодняшний день на культурные индустрии Вьетнама приходится 3,1 % всего ВВП страны. Правительство Вьетнама ожидает, что к 2030 г. этот показатель увеличится до 7 % ВВП, благодаря чему появится больше новых рабочих мест для населения [Chiến lược phát triển: 08.09.2016].

Заключение

Культура Вьетнама, вобравшая в себя тысячелетние традиции вьетнамской цивилизации и всё культурное многообразие проживающих в стране народов, является неиссякаемым источником гуманитарных ресурсов для использования во благо развития культурных индустрий. Это также действенный способ превращения культуры во внутренний ресурс развития, вносящий значительный вклад в рост экономики и сокращение бедности.

Развитие культурных индустрий – это также действенный способ защиты национальных ценностей, форм культурного самовыражения и национального культурного суверенитета, ограничения иностранного культурного засилья. Твёрдая поддержка развития культурных индустрий – это также способ сбалансировать накатывающую волнами мягкую силу культуры Южной Кореи, Китая, Тайваня, США и др.

Тем не менее в поддержке развития культурных индустрий необходимо уделять внимание гармонизации соотношения экономических целей с культурными; гуманитарных и культурных ценностей с коммерческими выгодами; высокой культуры со спросом на простые развлечения; распространения массовой культуры и укрепления элитарной – с тем чтобы не навредить поступательному развитию национальной культуры.

Список литературы

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Công tác văn hóa, thể thao và du lịch năm 2021 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2022 [Министерство культуры, спорта и туризма Вьетнама. Состояние сферы культуры, спорта и туризма в 2021 г. и направления деятельности на 2022 г.]. (На вьет. яз.)

Bourdieu P. The Forms of Capital / J. G. Richardson (ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood Press, 1986. P. 241–258.

Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Ban hành kèm theo Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08/9/2016 của Thủ tướng Chính phủ [Стратегия развития культурных индустрий во Вьетнаме на период до 2020 г. с перспективой до 2030 г. Опубликована в Приложении к Указу премьер-министра Вьетнама №1755/QĐ-TTg от 8 сентября 2016 г.]. URL: <https://bvhttdl.gov.vn/chien-luoc-phat-trien-cac-nganh-cong-nghiep-van-hoa-viet-nam-den-nam-2020-tam-nhin-den-nam-2030-9774.htm>. (На вьет. яз.)

Cục Văn hóa Cơ sở, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thống kê lễ hội ở Việt Nam. [Департамент общей культуры Министерства культуры, спорта и туризма Вьетнама. Статистические данные о народных праздниках во Вьетнаме]. Hà Nội: Nxb. Văn hóa Dân tộc, 2008. (На вьет. яз.)

Đặng Hoài Thu, Phạm Bích Huyền. Các ngành công nghiệp văn hóa [Данг Хоай Тху, Фам Бить Хуен. Культурные индустрии]. Hà Nội: Nxb. Lao động, 2012. (На вьет. яз.)

Đạt gần 5.000 tỷ đồng doanh thu quảng cáo, VTV tiếp tục bị cạnh tranh mạnh từ YouTube, Facebook [Достигнув дохода от рекламы почти в 5000 млрд донгов, VTV продолжает сталкиваться с сильной конкуренцией со стороны YouTube и Facebook] // Cafebiz. 22.02.2019. URL: <https://cafebiz.vn/dat-gan-5000-ty-dong-doanh-thu-quang-cao-vtv-tiep-tuc-bi-can-hanh-manh-tu-youtube-facebook-20190122095819203.chn>.

(На вьет. яз.)

Đỗ Thị Thanh Thủy. Đề phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam [До Тху Тхань Тхюу. К развитию культурных индустрий во Вьетнаме] // Tạp chí Văn hóa [Культура]. 2014. № 6 (16). (На вьет. яз.)

Du lịch Việt Nam tăng trưởng thần kỳ, đón 18 triệu lượt khách quốc tế Báo Điện tử Chính phủ // Báo Điện tử Chính phủ [Впечатляющий рост туризма во Вьетнаме, приветствуем 18 млн иностранных посетителей // Правительственная электронная газета]. 27.12.2019. URL: <https://baochinhphu.vn/du-lich-viet-nam-tang-truong-than-ky-don-18-trieu-luot-khach-quoc-te-102266235.htm>. (На вьет. яз.)

Du lịch Việt Nam: Nỗ lực chuyển mình, chủ động thích ứng trong tình hình mới [Вьетнамский туризм: усилия по трансформации и активной адаптации к новой ситуации // Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam [Электронная газета Коммунистической партии Вьетнама]]. 09.07.2021. (На вьет. яз.)

Mai Hải Oanh. Xây dựng ngành công nghiệp văn hóa ở nước ta [*Май Хай Оань*. Создание культурных индустрий во Вьетнаме] // Tạp chí Văn hoá nghệ thuật [Литература и искусство]. 2006. № 6. (На вьет. яз.)

Một năm vượt bão khó quên của du lịch Việt Nam // Tổng cục Du lịch, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch [Незабываемый бурный год вьетнамского туризма // Национальное управление туризма, Министерство культуры, спорта и туризма]. 15.02.2021. URL: <https://vietnamtourism.gov.vn/index.php/items/35618>. (На вьет. яз.)

Năm 2018, doanh thu quảng cáo số tại Việt Nam cán mốc 663 triệu USD [В 2018 году доход от цифровой рекламы во Вьетнаме достиг 663 млн долл. // Cafebiz. 21.01.2019. URL: <https://cafebiz.vn/nam-2018-doanh-thu-quang-cao-so-tai-viet-nam-can-moc-663-trieu-usd-20190121083353234.chn>. (На вьет. яз.)

Năm 2019, du lịch Việt Nam đạt kỳ tích 'vàng' tăng trưởng // Tin tức [В 2019 году туризм Вьетнама продемонстрировал «золотые» показатели роста // Новости]. URL: <https://baotintuc.vn/du-lich/nam-2019-du-lich-viet-nam-dat-ky-tich-vangtang-truong-20200101080716990.htm> 01/01/2020. (На вьет. яз.)

Nguyễn Thị Hương. Chính sách kinh tế trong văn hóa và phát triển ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam [*Нгуен Тхи Хыонг*. Экономическая политика в сфере культуры и развитие культурных индустрий во Вьетнаме] // Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông [Политическая теория и коммуникации]. Tháng Năm 2008. (На вьет. яз.)

Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam / Từ Thị Loan chủ biên [Развитие культурных индустрий во Вьетнаме / под ред. Ты Тхи Лоан]. Hà Nội: Nxb. Văn hóa Dân tộc, 2017. (На вьет. яз.)

Sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế / Nguyễn Thị Thu Phương, Cao Đức Hải đồng chủ biên [Мягкая сила культуры Вьетнама в условиях международной интеграции / под ред. Нгуен Тхи Тху Фьюнг, Као Дык Хай]. Hà Nội: Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật, 2021. (На вьет. яз.)

Throsby D. Cultural Capital // *Journal of Cultural Economics*. 1999. No. 23. С. 3–12.

Trần Đình Hượu. Vấn đề tìm đặc sắc văn hóa dân tộc [*Чан Динь Хьюу*. Проблема поиска национальных культурных черт] // Tạp chí Văn hóa Nghệ An online [Журнал культуры Нгеана]. 11.04.2011. URL: <http://www.vanhoanghean.com.vn/component/k2/30-nhung-goc-nhin-van-hoa/2343-van-de-tim-dac-sac-van-hoa-dan-toc> (На вьет. яз.)

Trần Hữu Dũng. Vốn văn hóa [*Чан Хью Зунг*. Культурный капитал] // Tạp chí Tia sáng [Искра]. Декабрь 2002. (На вьет. яз.)

Trần Thị An. Văn hóa trong phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay [*Чан Тхи Ан*. Культура в контексте устойчивого развития современного Вьетнама] // Đề tài khoa học cấp Bộ [Научное исследование по заказу министерства]. Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, 2018. (На вьет. яз.)