

Катасонова Е.А. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры. М.: Вост. лит., 2012. 357 с.

Японская массовая культура, которая наряду с автомобилями, электроникой и другими японскими товарами превратилась в важную статью экспорта Японии, актуальна не только внутри страны, но и далеко за ее пределами. В наши дни японская массовая культура, сохраняя свои уникальные национальные особенности, все шире вторгается в мировое культурное пространство и начинает формировать вкусы нового поколения и на Востоке и на Западе, включая и Россию. Это сделало ее не только мировым увлечением, но и предметом серьезных научных исследований, которые осуществляются в ведущих научных и учебных центрах многих стран.

Весьма показательно, что по этой тематике читаются специальные курсы более чем в 50 крупнейших университетах мира, там же регулярно проводятся международные семинары. На сегодняшний день написано больше 200 монографий, в которых подчеркивается необычайная актуальность изучения японской массовой культуры для понимания как современного японского общества, так и его культурной составляющей.

В самой же Японии изучение отечественной массовой культуры началось лишь в послевоенные годы, хотя на Западе ее исследованием занялись еще в 1930-е годы. Среди японских специалистов по массовой культуре следует назвать имена Като Хидэтоси, Адзума Хироки, Ямагути Юми, среди зарубежных — Дональд Ричи и Марк Шиллинг. В нашей стране пионером в этой области научных знаний стало доктор исторических наук Елена Леонидовна Катасонова, перу которой принадлежит более 30 статей, посвященных вопросам современной массовой культуры Японии.

Недавно она представила читателю свою новую книгу под весьма необычным названием «Японцы в реальном и виртуальном мирах. Очерки современной японской массовой культуры», которая вышла в издательстве «Восточная литература» при поддержке Японского фонда. Эта книга — своеобразная энциклопедия, охватывающая все основные сферы японской массовой культуры, — от комиксов *манга* и анимации *анимэ* до поп- и рок-музыки,

от уличной моды до постмодернистского искусства, включая и такую сравнительно новую область современной культуры, как киберкультура и т.д. Большое внимание уделено современным молодежным субкультурам, их взаимосвязи с социокультурными процессами, происходящими в японском обществе и мире. Автор знакомит нас с реальным и виртуальным мирами, в которых живет современная японская молодежь.

Монография условно разделена на четыре больших тематических блока. Первый блок называется «Генезис». В нем рассмотрена история возникновения японской массовой культуры, ее древние национальные истоки и иностранные заимствования. Особенно подробно освещается культура эпохи Эдо, ставшая историческим прототипом многих современных популярных жанров, первые шаги культурной модернизации и т.д.

Второй раздел условно обозначен как «Мейнстрим». В нем автор рассказывает о японских комиксах — *манга* и их прародителях — средневековых японских свитках и гравюрах, иллюстрированной прозе *кибёси* и кукольном театре *Бунраку*, подробно анализирует творчество «бога *манга*» Тэдзука Осаму и его вклад в создание современной *манга*. Другой основной объект внимания исследователя — это прославленная японская анимация — *анимэ*, самым известным представителем которой является выдающийся режиссер Миядзаки Хаяо, работы которого можно поставить в один ряд с великим Диснеем. В монографии дается подробный анализ и сопоставление художественных особенностей двух крупнейших анимаций мира. Не менее интересна и информативна насыщенная глава, посвященная японской поп- и рок-музыке, где автор четко определяет национальное своеобразие и особенности иностранных заимствований композиторского и исполнительского искусства представителей Японии.

Третья часть — «Субкультуры», в которой ярко описываются различные явления японских молодежных субкультур, по числу которых Япония не знает себе равных в мире, много внимания автор уделяет такому популяр-

ному ныне явлению, как молодежная уличная мода. Последний раздел носит название «Постмодернизм». Акцент в нем делается на субкультуре фанатов *манга* и *анимэ* — так называемых *отаку* — явлении сложном и противоречивом, ставшим социокультурным феноменом современной Японии. Подробно рассматривается творчество представителя первого поколения *отаку* и основателя японского неопоп-арта Мураками Такаси, прослеживаются основные тенденции в становлении и развитии виртуальной культуры.

Особого внимания заслуживает глава «Вместо заключения. Массовая культура как «мягкая сила» Японии». Это итоговый концептуальный раздел книги, в которой автор показывает, что собой представляет японская массовая культура в целом, каково ее место в мире, как она вписывается в процесс глобализации, как помогает Японии укреплять свое положение и влияние в мире. «Как указывает эксперт из «Media Lab» Массачусетского технологического института Накамура Итии, «японское общество превратилось из индустриального в поп-культурное»¹. «Многие аналитики всерьез расценивают успех японской поп-культуры как шанс дополнительного стимулирования развития экономики страны»².

Е.Л. Катасонова в своем исследовании поэтапно прослеживает историю становления и развития концепции культурной дипломатии Японии, которая начала складываться еще в 1960-х гг. С начала 1980-х гг., стремясь привести в соответствие с экономическими достижениями свой уникальный культурный потенциал, а заодно и создать культурные предпосылки для дальнейшего продвижения бизнеса, японские власти взяли курс на активную пропаганду своей национальной культуры за рубежом, сделав культурную дипломатию одной из основ своей внешней политики. Тогда же Токио принял политическую доктрину под названием «Эпоха культуры». В 1990-е гг. Япония стремилась предстать перед миром уже в новом облике, создать благоприятный имидж на международной арене. «Взяв курс на развитие экспорт-ориентированной экономики японцы поняли, что успех в торговле с другими странами и укрепление положения Японии на международном рынке зависит не только от цены и качества товара, но и от социально-психологических факторов, среди них важную роль играет стереотип восприятия Японии и японцев, сложившийся в других странах. Стала очевидной настоятельная необходимость формирования положительного имиджа Японии и японцев за

рубежом, заключающегося в ознакомлении народов мира с наилучшими образцами и достижениями японской культуры. При этом, важное значение стало также придаваться знакомству японцев с достижениями мировой культуры.

Сегодня распространение японской культуры за рубежом является одним из приоритетов не только культурной, но и экономической политики Японии»³. Позже в 2000 гг. основные усилия государства сосредоточились на глобализации японской культуры. «Японская культура является средством повышения статуса Японии среди стран мирового сообщества. Как отмечают сами исследователи: «Япония является высокоразвитой в экономическом отношении державой. Однако тот вес, который она сегодня имеет на мировой арене, ее не вполне устраивает. Формирование имиджа Японии как высокоразвитой державы нацелено на обретение ею большего политического влияния. С этой точки зрения, культура и ее распространение имеют огромное значение для обеспечения национальных интересов Японии за границей»⁴. Взятый Японией почти 50 лет назад политический курс, начинает давать результаты.

Новые глобальные задачи заставили Японию кардинально переориентироваться в своей культурной стратегии. В японском обществе и правительственных кругах росло понимание того, что путь к культурному лидерству лежит не через пропаганду исключительности японской национальной культуры, а главным образом, через распространение массовой культуры, бурное развитие которой объясняется в первую очередь сущностью потребительского общества, а также стремительным развитием новых технологий. В отличие от традиционной японской культуры, не всегда доступной для понимания широкому кругу читателей и зрителей, японская массовая культура, построенная по мировым канонам этого жанра, при всем своем выраженном национальном колорите обладает универсальностью, обеспечивающей ей «доходчивость» даже в аудитории, весьма далекой от дальневосточной цивилизации. «Новый курс японской культурной дипломатии, обозначившийся в конце 1990-х гг., — указывает Е.Л. Катасонова, — базировался на трех важнейших факторах: качественно новых технологических возможностях предоставления любого продукта, ориентированности на все слои населения, готовности к адаптации материала под любые региональные и местные условия»⁵.

При этом показательно, что по про-

гнозу японского журналиста Нисида Хидэхару, опубликованному в японском издании журнала «Форбс», в нынешних условиях такие отрасли культурной индустрии, как мода и производство товаров с «культурным контентом» (манга, анимэ, компьютерные игры), т.е. всего того, что может передаваться на цифровых носителях и относится к разряду киберкультуры, получит дальнейшее развитие и будет «серьезным источником выживания японской экономики»⁶.

Для подтверждения реальности подобного прогноза, автор обращается к опыту Японии конца 1980-х — начала 1990-х гг., когда японская экономика переживала период стагнации, вошедший в историю как «потерянное десятилетие». Показательно, что именно в эти трудные годы креативная индустрия сделала резкий скачок в своем развитии. Достаточно сказать, что, если в 1989 г. вся креативная индустрия заработала 15 трлн (150 млрд иен), то в 1999 г. ее доходы составили 28 трлн иен (280 млрд долл.), то есть за 10 лет прирост составил 86%⁷. Более того, экспорт продуктов культурной индустрии увеличился за 1996–2006 гг. более чем в 3 раза — с 837 млрд иен (8 млрд долл.) до 2,5 трлн иен (25 млрд долл.)⁸. Для сравнения отметим, что за этот же период японский экспорт в целом вырос примерно на 68% — с 44,7 трлн иен (447 млрд долл.) до 75,2 трлн иен (752 млрд долл.)⁹. Таким образом, рост экспорта товаров культурной индустрии в значительной степени опережал расширение объема общего экспорта. Достаточно сказать, что на популяризацию *манга* и *анимэ* в Европе японское правительство выделило 147 млн иен (1,3 млн долл.)¹⁰.

Автор убедительно показывает в своей книге, как в наши дни Япония проводит «мирное завоевание» не только экономического, но и культурного и информационного пространства. Для современной Японии уже не стоит вопрос о разделении культурной продукции на «национальную» и «глобальную». Фактически сегодня Япония и идеологически, и коммерчески, и технологически начинает формировать новую среду обитания, в которой национальность потребителя в конечном счете не важна. Создается такой новый продукт, который, ассоциируясь по базовым признакам с Японией, тем не менее, носит универсальный характер и обеспечивает глобальное проникновение на мировой рынок¹¹.

Книга Е.Л. Катасоновой обладает ря-

дом весьма важных и ценных достоинств. Во-первых, это — первое комплексное исследование японской массовой культуры. В ней подробно рассмотрены особенности возникновения и развития этого феномена в общем контексте многовековой истории японской культуры с учетом тех кардинальных политических, общественных и социокультурных трансформаций в стране и в мире, которые произошли во второй половине XX в. — первом десятилетии XXI в. Особенно актуальным представляется изучение тесной связи современной массовой культуры Японии с художественным наследием страны и ее богатыми национальными традициями, выявление путей их адаптации к потребностям современной жизни. Во-вторых, современную Японию очень трудно понять без изучения и понимания современной культуры, ее изучение дает возможность понять современное настроение японской молодежи. В-третьих, появление книги о японской массовой культуре является особенно актуальным, т.к. в России японская поп-культура с каждым годом приобретает все большую популярность. Не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в регионах проводятся тематические фестивали и другие мероприятия по ознакомлению с явлениями современной японской культуры. В-четвертых, в России нет семинаров по современной японской культуре, поэтому данная книга позволяет ликвидировать пробел в знаниях.

Монография Е.Л. Катасоновой основывается на большом библиографическом материале — монографиях и статьях известных японских, российских и зарубежных исследователей, значительном информационном массиве российской и зарубежной периодики, а также личном опыте автора, которому посчастливилось наблюдать многие из описываемых явлений собственными глазами и быть знакомым с известными представителями японской культурной индустрии. Книга написана на основе междисциплинарного подхода: культурологии, социологии, истории, политологии, а потому рассчитана на широкий круг специалистов: культурологов, социологов, ученых-востоковедов, преподавателей ВУЗов. При этом ее основной целевой аудиторией является молодежь, которая год от года демонстрирует возрастающий интерес к японской массовой культуре, а через культуру — к изучению и пониманию Японии.

-
1. Иомиури Симбун. 21.05. 2006.
 2. *Катасонова Е.Л.* Японцы в реальном и виртуальном мирах. Очерки современной японской массовой культуры. М., 2012, С. 311.
 3. *Железняк О.Н.* Культурная политика Японии на современном этапе // Япония наших дней. (Гэндай-но Нихон). 2009. № 2. С. 71.
 4. Там же. С. 72.
 5. *Катасонова Е.Л.* Указ. соч. С. 317.
 6. Forbes. Japan. 2009. March. P. 16.
 7. Soft Power. 2008. P. 130.
 8. Ibid. P. 141.
 9. Ibid. P. 141.
 10. URL: <http://kamp.org.ua>.
 11. *Катасонова Е.Л.* Указ. соч. С. 317.