



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент искусств и дизайна

Воробьева Елена Сергеевна

**СУБКУЛЬТУРА АНИМЕ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

(на примере Юга Дальнего Востока)

**Диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии по
специальности 24.00.01 – «Теория и история культуры»**

г. Владивосток
2021 г.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. СУБКУЛЬТУРА АНИМЕ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ГРУППА	26
1.1 Генезис субкультуры аниме в Японии и странах Запада и ее становление в России.....	26
1.2 Место аниме-фэндома в российской культуре.....	45
1.3 Ценности и практики субкультуры аниме: социальное и символическое измерение.....	76
Глава 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ И ВОСПРИЯТИЕ СУБКУЛЬТУРЫ АНИМЕ В РОССИИ.....	104
2.1 Репрезентация субкультуры аниме в виртуальном пространстве.....	104
2.2 Репрезентация субкультуры аниме в реальном пространстве.....	121
2.3 Восприятие субкультуры аниме в современном российском обществе.....	152
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	185
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	193
ПРИЛОЖЕНИЯ	215

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В XXI веке основное направление модернизации футурологи связывают с цифровой экономикой, искусственным интеллектом и робототехникой, а осуществлять все эти смелые мечты и решать проблемы киберкультуры предстоит новому «цифровому поколению» («digital natives») молодежи – в том числе российской.

«Цифровые племена», т.е. молодежные субкультуры, обитающие преимущественно в Сети, возникают и сменяются быстрее, чем старшее поколение успевает их изучить и выработать адекватные механизмы взаимной адаптации. Одной из наиболее многочисленных и креативных молодежных субкультур является аниме-культура. В то же время субкультура аниме живет достаточно долго, чтобы на ее примере можно было изучить одну из немногих глобальных (транснациональных) культур, в которых у России есть свое «представительство», т.е. локальный автономный аниме-фэндом. Способы существования такой субкультуры, как и реакция на нее различных групп российского общества высвечивают многие скрытые процессы и тенденции современной России.

Многие эксперты видят главную проблему современности в атомизации общества, культурном разрыве между поколениями, утрате традиционного культурного наследия¹. С этой точки зрения является актуальным изучение опыта Японии, где манга и аниме используются как вспомогательный инструмент для переноса элементов традиционной культуры в современную реальность и механизм социализации молодежи. Субкультура аниме в этом контексте может рассматриваться как социокультурный институт, в рамках которого осуществляется как трансляция культурных ценностей и образцов, так и обратная связь –

¹ См. например: Дубин Б. Социальная атомизация как наследие и данность // Индекс/Досье на цензуру. 2009. № 29. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.index.org.ru/journal/29/01-dubin.html> (Дата обращения 10.10.2019).

интерпретация, критика и изменение этих культурных кодов со стороны молодого поколения.

Субкультура аниме, как и иные фанатские (фэндомные) молодежные объединения, относится к «культуре соучастия» – малоизученному явлению, учитывая его сравнительную новизну для России. «Культура соучастия» обладает самостоятельной ценностью для тех, кто разделяет ее язык и ценности, но следует указать также на ее социальную значимость: у нее есть альтруистический и творческий потенциал, который может реализоваться на практике, в том числе и в виде «социального бизнеса» и «социально ориентированных НКО» (наряду с волонтерскими, спортивными, зоозащитными и экологическими движениями).

Изучение дальневосточной специфики субкультуры аниме является актуальным, т.к. в ее рамках формируются своеобразные формы межкультурного обмена России со странами АТР, преимущественно Японией. Межкультурные контакты, осуществляемые в рамках аниме-ивентов (культурных мероприятий) способствуют улучшению как культурного, так и экономического климата и добрососедских отношений.

Таким образом, научное изучение субкультуры аниме является актуальным и может иметь как теоретическую, так и практическую значимость.

Степень изученности проблемы. Как общая проблематика молодежи и молодежных субкультур (теория), так и изучение субкультуры аниме начались на Западе.

При изучении молодежи внимание исследователей постепенно смещалось с биологических и психофизиологических особенностей молодого возраста на социокультурные аспекты. Так, Ж.-Ж. Руссо в 1762 г. одним из первых выделил юность (15 – 20 лет) как особый этап человеческой жизни, когда наступает зрелость чувств, возникает интерес к ближнему и обществу, пробуждается чувство любви, наступает половая зрелость. Ж.-Ж. Руссо

писал: «Мы рождаемся, так сказать, дважды: один раз, чтобы существовать, другой – чтобы жить; один раз для рода, другой для пола»¹. Австрийский психолог Ш. Бюлер впервые ввела термин «пубертат» для объяснения психологических аспектов полового созревания. С ним связывают такие особенности отрочества (12-17 лет) как стремление к отрицанию, проявление упрямства, негативизма, нигилизма. Из-за них подростки и юноши (18-21 гг.) оказываются в промежуточном положении: и среди детей, и среди взрослых они чужие. Отчуждением молодежи, как от родительской семьи, так и от «большого общества» объяснялась склонность подростков и юношей образовывать «группы равных», т.е. неформальные группы ровесников².

Социокультурный подход уделяет основное внимание месту и роли молодежи в обществе: главным критерием отнесения к отрочеству (подросткам) и юности (молодежи) является обучение в средней школе или ВУЗе, а критериями обретения зрелости являются получение постоянной работы (дохода) и вступление в брак. Таким образом, юность стала рассматриваться как период социализации, разучивания социальных ролей и обретение социального статуса³. Такая социализация осуществляется как в формальных (школа, армия, трудовой коллектив), так и неформальных (добровольных) объединениях, к которым относятся молодежные субкультуры.

Российская (постсоветская) молодежь как социокультурная группа стала объектом изучения в трудах И.С. Кона, В.Т. Лисовского, Е.Л. Омельченко и др.⁴. Особый интерес для сравнения социокультурных

¹ Руссо Ж.-Ж. Эмиль, или о воспитании. М.: Андроникум, 2017. С. 198.

² Левинова С.И. Молодежная субкультура. М.: Фаир-Пресс, 2004. С.16.

³ Манхейм. К. Диагноз нашего времени. М., 1994; Miles S. Youth Lifestyles in a Changing World Open. Buckingham, Philadelphia, University Press; 2000.

⁴ Кон И.С. Психология юношеского возраста. М.: Книга по Требованию, 2013. – 176 с.; Социология молодежи / Под ред. В.Т. Лисовского. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1996. – 460 с.; Омельченко Е.Л. Молодежь России: из XX в XXI век. // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2007. № 3 (8). С. 82-87.

характеристик молодежи разных поколений представляют исследования коллектива Института социологии РАН под руководством М.К. Горшкова и В.В. Петухова, проведенные в 2000 и 2007 гг.¹. Дальневосточная молодежь исследована в работах А.Ю. Завалишина и Н.Ю. Костюриной. Диссертанту представляется ценной их идея о том, что молодежные субкультуры являются не формой аномии или девиации, а, напротив, вариантом сверхнормативности².

В классических теориях под молодежными субкультурами понимались молодежные меньшинства, относительно независимые течения, имеющие стилистические различия, отражающие изменения классовой структуры. В рамках этих теорий изучались стиль одежды, манера поведения, язык, атрибуты субкультуры. Однако это направление ограничивалось классовым подходом, рассмотрением молодежной суб- и контркультуры как низовой, а отчасти и девиантной по сравнению с «высокой» классической культурой большинства³.

Классовый подход к молодежным субкультурам развивали Дэвид Доунс и Пол Уиллис, подкрепляли обширным эмпирическим материалом социологи Бирмингемской школы. Во многом из критики классового подхода родились гендерное (А. Макробби и Д. Гарбер) и расовое направление изучения молодежных субкультур. В 1970-1980-е годы прошлого столетия развивались идеи ритуального сопротивления (С. Холл и

¹ Молодежь новой России: какая она? Как живет? К чему стремится? Информационно-аналитический бюллетень ИС РАН. М., 2000. С. 83—162. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты. Информационно-аналитический бюллетень ИС РАН. — М.: Институт социологии РАН, 2007. — 95 с.

² Завалишин А.Ю., Костюрина Н.Ю. Молодежь 2010: гуманитарная катастрофа откладывается // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2017. Т. 14. № 4. С. 67-72; Завалишин А.Ю., Костюрина Н.Ю. От аномии к сверхнормативности: молодежь в поисках границ // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре технического университета. 2017. № 3(31). С. 91-96.

³ Fine, G. A., Kleinman, Sh. Rethinking Subculture: An Interactional Analysis//The American Journal of Sociology. Univ. of Chicago, 1979. Vol.85, No.1. P. 1–20; Смелзер Н. Дж. Социология //СоцИс. 1990. № 12. С. 119-137; Thompson, Kenneth. Moral Panics. New York: Routledge, 1998.

Т. Джефферсон)¹, идеи субкультурной стилизации как способа групповых идентификаций (М. Брейк), а также семиологии (Д. Хебдидж)². Весомый вклад в понимание феномена субкультур внесли интеракционисты. С. Коэн на примере английских молодежных объединений проследил, как возникает «моральная паника» по отношению к молодежным субкультурам³, в дальнейшем теорию моральной паники развивали Э. Гуд, Нахман Бен-Иегуда, С. Критчер⁴.

Позднее, отношение к субкультурам и поп-культуре изменились. Теперь они считаются скорее «передовым краем» культуры, где вырабатываются и апробируются новые идеи, ценности, стили жизни. Популярная культура (поп-культура) рассматривается не как сниженный массовый вариант элитарной культуры, а как часть культуры повседневности, обладающей качеством «верховной реальности»⁵. С 1990-х годов общепринятым стало определение субкультур, данное Дороти Холланд, как «способов жизни, выстроенных вокруг выразительных традиций и стилей»⁶. Генри Дженкинс выдвинул термин «культура соучастия» (participatory culture), который подчеркивает, что субкультуры

¹ Hall S. Resistans Through Rituals. Youth Subcultures in Post-War Britain / S. Hall, T. Jefferson. London: Hitshinson, 1976.

² Hebdige D. Subculture: The Meaning of Style / D. Hebdige. London; New York, 1979.

³ Cohen S. Folk Devils and Moral Panics. The Creation of the Mods and Rockers / S. Cohen. Oxford: Basil Blackwell, 1972.

⁴ Critcher, C. Moral Panic Analysis: Past, Present and Future. Sociology Compass, 2008. № 2 P. 1127–1144; 73. Goode, Erich, Nachman Ben-Yehuda. “Moral Panics: Culture, Politics, and Social Construction.” Annual Review of Sociology. Vol. 20, 1994. Pp. 149–171.

⁵ Бауман З. Мыслить социологически / З. Бауман. М.: Аспект Пресс, 1996. 255 с.; Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности / П. Бергер, Т. Лукман. М.: Медиум, 1995. 334 с.

⁶ Holland, D. Book Review: Feminism and Youth culture: Jackie to Just Seventeen by Angela McRobbie. Boston: Unwin Hyman, 1991 // American Journal of Sociology. 98(1). July 1992. P. 180.

вырабатывают многообразие фанатских сообществ и практик, которые становятся альтернативой культуре потребления¹.

Среди западных ученых, изучающих субкультуру аниме, велика роль бывших участников аниме-фэндома, знающих его изнутри². Среди российских исследователей активным участником аниме-фэндома является Б. Иванов³.

Российскими (советскими) учеными понятие «субкультура» не использовалось до 1980-х годов, а первые эмпирические исследования появились в конце «перестройки». Молодежные субкультуры (к которым в то время относились хиппи, панки, рокеры, «Система» и др.) тогда называли «неформальными». Л.А. Радзиховский (1988 г.) определял неформальные молодежные объединения (НМО) исходя из их функции как «социально-психологическое явление, представляющее собой попытку адаптации молодых людей к тем проблемам, с которыми они сталкиваются в подростковом и юношеском возрастах, в течение того периода, когда они постепенно входят в самостоятельную жизнь в современных конкретно-исторических условиях⁴.

Иные взгляды на субкультуры в терминах выбора жизненного стиля появились в России в конце XX века. Начиная с этого времени, отмечают

¹ Jenkins H. Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture. Routledge, 1992. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://epdf.pub/textual-poachers-television-fans-and-participatory-culture-studies-in-culture-an.html> (Дата обращения 12.12.2019)

² Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom (Дата обращения 28.09.2019); Kasa, Naomi. Constructing Animerica: History, Style, and Spectatorship of Anime in the United States. (MA thesis, Regent University, 16 March 2005). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bibfan.de/frindres.php?such=%26Ocirc;tomo%2C+Katsuhiko&sziel=bind> (Дата обращения 25.04.2018)

³ Иванов Б. А. Аниме в России // Аниме и Манга в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://animemanga.ru/Articles/russia.shtml> (Дата обращения: 29.11.2017); Иванов Б.А. Введение в японскую анимацию. 2-е изд. М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2002. 336 с.

⁴ Радзиховский Л.А. Изучение психологических особенностей неформальных молодёжных объединений // Вопросы психологии. 1988. № 4. С.182.

специфику становления субкультур в нашей стране. Их рассматривают как временные объединения, возникшие под влиянием глубинных изменений, происходящих в обществе¹.

Наиболее детально феномен молодежных субкультур анализируется в работах Е. Омельченко, С. Левиковой, В. Лукова, исследованиях НИЦ «Регион» при Ульяновском государственном университете².

Классическое для России исследование молодежной субкультуры принадлежит Т.Б. Щепанской. Объектом исследования стала Система — сообщество, испытавшее влияние ряда субкультур (хиппи, панк, металл и др.). Это пример case study — исследования конкретного сообщества путем включенного наблюдения в период 1986 —1989 годы в аспекте их социальной прагматики — роли символов в организации социальных отношений: лидерства и следования за лидером, установления влияния и иерархии, сценария и разрешения конфликта³. В дальнейшем она продолжила изучение молодежных субкультур и их символики⁴.

Т.Б. Щепанская полагает, что «большинство известных определений культуры (и субкультуры как ее разновидности) акцентируют ограниченный набор ее основных признаков. Среди них: знаковые (общность идеологии, ментальности, символики, культурного кода, картины мира); поведенческие

¹ Шабанов Л.В. Социально-психологические характеристики молодежных субкультур: социальный протест или вынужденная маргинальность. Томск: Томский государственный университет, 2005; Борисов, И.Ю. Полоролевая дифференциация во взаимоотношениях супругов на различных стадиях жизненного цикла семьи / И.Ю. Борисов. – Самара, 2007 // Психология семьи: хрестоматия / Ред. Д.Я. Райгородский. Самара: Бахрах-М, 2007. С. 321–323.

² Другое поле: социологические практики / под ред. Е. Л. Омельченко, С. А. Перфильева. Ульяновск: Средневолжский науч. центр, 2000. 364 с.; Левикова С. И. Молодежная субкультура: учеб. пособие / С. И. Левикова. М.: Фаир-пресс, 2004. 608 с.; Луков В. А. Особенности молодежных субкультур в России / В.А. Луков // Социологические исследования. 2002. № 10. С. 79-87; Омельченко Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры = Youth Cultures and Subcultures / Е. Л. Омельченко. М.: Ин-т социологии РАН, 2000. 261 с.

³ Щепанская Т.Б. Система: тексты и традиции субкультуры. М., 2004.

⁴ Щепанская Т.Б. Символика молодежной субкультуры. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://subculture.narod.ru/texts/symbolism/index.html> (Дата обращения 12.01.2018)

(обычаи, ритуалы, нормы, модели и стереотипы поведения); социальные (социальная группа, страта и т.д., определяемая как носитель субкультуры или ее «порождающая среда») и все они вместе (культура как «целостный образ жизни»)¹.

Е.Л. Омельченко называет субкультуры, сложившиеся в конце прошлого века «постмодерными субкультурами». Их особенность состоит в том, что их трудно вписать в рамки одного замкнутого стиля. А свою идентификацию с той или иной культурной ориентацией молодежь осуществляет в терминах «нормальный, обычный» и «продвинутый, альтернативный»².

Две культурные стратегии – «нормальная» и «продвинутая» – не были изолированными, происходил обмен культурными формами, переход от одной стратегии к другой. В дальнейшем представители «продвинутой» стратегии сохранили тенденцию к тусовкам, стремились к индивидуализации, их центрами стали клубы, кафе, бары. Среди «нормальных» доминировал конформизм: их ценностями была стабильность и безопасность³.

Разные ракурсы научной проблематики, так или иначе связанной с молодежными субкультурами, поднимаются в работах таких исследователей, как Л.Г. Ионин⁴, Т.В. Латышева⁵, О.А. Райхштат⁶ Л. Эррера и др. В

¹ Щепанская Т.Б. Субкультуры // Современный городской фольклор. М.: РГГУ, 2003; Щепанская Т. Антропология молодёжного активизма // Молодёжные движения и субкультуры Санкт-Петербурга (социологический и антропологический анализ). СПб.: Норма, 1999. С. 262 - 302.

² Омельченко Е.Л. Субкультуры и культурные стратегии на молодежной сцене конца XX века: кто кого? // Неприкосновенный запас. М., 2004. № 4 (36).

³ Логвинов И.Н., Логвинова М.И., Логвинова Т.И. Ценностные ориентации представителей современных молодежных субкультур досуговой и учебно-профессиональной направленности. // Концепт (эл. журнал). 2014. № 2666-2670.

⁴ Ионин Л.Г. Парад меньшинств. М.: Московский Дом книги, 2014.

⁵ Латышева Т.В. Феномен молодежной субкультуры: сущность и типы. // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 93-101.

⁶ Райхштат О.А. Молодежные субкультуры в российском обществе: теоретические подходы и современные практики. Автореф... канд. соц. наук. Казань, 2006. 28 с.

частности, Л.М. Эррера считает возможным различать три типа (или группы) молодежных субкультур: музыкально-ориентированные, художественно-имиджевые, философско-мировоззренческие¹. В.А. Луков выделяет объединения, возникшие на основе интеллектуальных интересов молодежи, обозначая их как «романтическую компенсацию повседневной рутины». Это объединения реконструкторов, диггеров, археологов-любителей и т.п. К ним можно отнести и активных анимешников². В последнее время наряду с термином «молодежные субкультуры» в том же значении используется название «молодежные культуры». Это означает нормализацию самого феномена, молодежные субкультуры рассматриваются уже как норма, а не отклонение от нее³.

Что же касается научного анализа непосредственно субкультуры аниме, то разные ракурсы этого явления становились темами исследований таких ученых как А.Х. Габдуллина (субкультура аниме рассматривается в контексте глобализации), Е.О. Самойлова (анализируется эстетика аниме), Е.И. Чикурова и С.А. Богомаз, А.В. Будниковой⁴ (проводится компаративный анализ субкультур) и ряда других⁵. Д.Е. Липаева в кандидатской диссертации

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/molodezhnye-subkultury-v-rossiyskom-obschestve-teoreticheskie-podhody-i-sovremennye-praktiki#ixzz60FCs8y2e> (Дата обращения 13.03.2018)

¹ Эррера Л. М. Психологические аспекты изучения особенностей молодежных субкультур // Среднерусский вестник общественных наук. 2011. №3. С.64–67.

² Луков В. А. Особенности молодежных субкультур в России / В.А. Луков // Социологические исследования. 2002. № 10. С. 84.

³ Рябинина А.М. «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999-2017 года) // Артикульт. 2018. 29(1). С. 109-127.

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://articult.rsuh.ru/articult-29-1-2018/articult-29-1-2018-ryabinina.php> (Дата обращения: 18.01.2020)

⁴ Будникова А.В. Влияние стиля аниме на современную моду // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3-6. С. 98-100; Будникова А.В. Общее и особенное в субкультурах готов и аниме-отаку // Символ науки (Уфа). 2016. № 12-3 (24). С. 256-259.

⁵ Самойлова Е.О. Эстетика аниме // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2010. №1. С.198-203; Чикурова Е.И., Богомаз С.А. Личностные особенности представителей двух молодежных субкультур // Вестник Томского гос. ун-та. 2011. № 351. С.140-144; Габдуллина А.Х. Язык и субкультура аниме в контексте глобализации // Челябинский гуманитарий. 2012, № 1(18). С. 34-37.

и ряде статей, глубоко анализирует образы, символы и проблематику «бытия-небытия» в аниме¹. А.М. Рябинина анализирует специфику косплея, как фанатской практики и выявляет отношение к нему в российском обществе по публикациям СМИ².

Значение аниме для Японии исследовано в книге Е.Л. Катасоновой³ и в диссертации В.Ю. Леонова⁴. В диссертации и статье Е.С. Сычевой анализируется использование в аниме и манга культурных кодов традиционной японской культуры и педагогическое значение этих жанров для воспитания японской молодежи⁵.

Генезис и становление аниме в России раскрыты в работах Б.А. Иванова, Ю.В. Леонова и др.⁶ А.Н. Наймушина в кандидатской диссертации и ряде статей уделила внимание процессам культурной диффузии японского аниме в Россию⁷. Она показывает, что несколько волн такой диффузии (1980-

¹ Липаева Д.Е. Категория бытия-небытия в пространстве культурного диалога Запада и Востока: (на примере аниме): автореф. дис. канд. культурологии: Краснодар, 2019; Липаева Д.Е. Анимация в пространстве визуальной культуры Японии // Aspectus. 2015. № 4. С. 54-60 и др.

² Рябинина А.М. «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999-2017 года) // Артикульт. 2018. 29(1). С. 109-127. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://articult.rsuh.ru/articult-29-1-2018/articult-29-1-2018-gyabinina.php> (Дата обращения: 18.01.2020)

³ Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: Очерки современной японской массовой культуры. М.: Восточная литература, РАН, 2012. 150 с.

⁴ Леонов В.Ю. Проблемы развития манга и аниме в художественной культуре Японии второй половины XX - начала XXI в. Дисс. канд. искусств. М., 2015. 196 с.

⁵ Сычева Е.С. Традиционная культура Японии в современной массовой культуре (на примере аниме и манга): дис. ...канд. культурологии. М., 2016. 179 с.; Сычева Е.С. Традиционные ценности в современной массовой культуре Японии // Вестник МГИМО-Университета. – 2014. – № 2 (35). – С. 260-263.

⁶ Иванов Б.А. Введение в японскую анимацию. 2-е изд. М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2002. 336 с.; Леонов В.Ю. Становление аниме, его отличительные стилистические особенности, различия с манга и художественно-технологические этапы создания // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 12-3 (26). С. 99-103.

⁷ Наймушина А.Н. Диффузия культуры как предмет социально-философского исследования: на примере диффузии анимэ в России: дис ... канд. философских наук. Ижевск, 2016. 218 с.; Наймушина А.Н. К истории распространения аниме в России //

е гг., 1990-е – первая половина 2000-х гг. и вторая половина 2000-х – 2010-е гг.) породили различия в ментальности соответствующих молодежных поколений, «выросших» на определенных аниме-продуктах.

В статье В.Д. Балуба ставится задача выделить и систематизировать творческие практики и формы досуга «анимешников». Автор доказывает, что участники этой субкультуры являются не просто пассивными потребителями специфического культурного продукта, которым является аниме, но и реализуют свои художественно-эстетические потребности в виде довольно активной и разнообразной собственной творческой деятельности¹. В.Б. Хасьянов и А.С. Зайцев проанализировали субкультуру аниме на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области². По их данным, активных участников субкультуры не более 1,5 – 2 тыс. чел. (ок. 2% молодежи), из них более 78% активно занимаются творчеством, участвуют в организации аниме-мероприятий – косплеев, вечеринок и т.п.

Изучение субкультуры аниме в России антропологическими (качественными) методами было предпринято Ю.Д. Михайловой. Материалы о деятельности российских фанатов аниме и манга были собраны ею в ходе встреч и бесед с ними за период с 1996 по 2004 год, включая результаты опроса 200 человек, проведенного в Петербурге в марте 2004 года, данные из Интернета, рисунки фанатов в стиле манга, а также журналы, популяризирующие японскую массовую культуру в России³.

Социально-экономическое управление: теория и практика. Изд-во Ижевского гос. техн. ун-та. 2010. № 2 (18). С. 165–169.

¹ Балуба В.Д. Художественно-эстетическая деятельность представителей субкультуры аниме // Самореализация личности: воспитание и самовоспитание студентов: Сб. трудов по материалам XII международной молодежной научно-практической конференции. Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2015. С. 165-169.

² Хасьянов В. Б. Субкультура аниме как культурно-информационный феномен (на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области) / В. Б. Хасьянов, А. С. Зайцев // Научный диалог. — 2014. — № 11 (35): Психология. Педагогика. — С. 75–88.

³ Mikhailova Y.D., Torchinov E.A. Images at an Impasse: Anime and Manga in Contemporary Russia // Japan and Russia. Three Centuries of Mutual Images. Folkestone: Global Oriental,

Психологические аспекты молодежных субкультур (в том числе аниме) анализируют И.Ю. Лебедева, Я.В. Лапчук и др.¹ Большая их часть объективирует и «медикализует» молодежные субкультуры, т.е. предполагает, что участие в субкультуре – определенное отклонение от медицинской нормы, которое нуждается в коррекции. Например, по мнению Л.В. Шабанова: «Советский Союз перестал существовать, были отброшены ценности, безусловно, необходимые молодежи. На их месте возникла пустота, которая была заполнена по-разному. Обычной стала ситуация, в ходе которой люди начали объединяться в молодежные движения, часто основанные на псевдоценностях, демонстрирующих пародию на реальную жизнь»².

Н.А. Носов и А.М. Орлов рассматривает специфику современной культуры и молодежных субкультур в связи с виртуальной реальностью³.

В.И. Ильин рассматривает субкультуру аниме как часть процесса «истернизации» (влияние Востока как противоположность «вестернизации» - влияния Запада). При этом истернизация очень часто принимала

2008. Р. 175-191. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mangalectory.ru/articles/ml68> (Дата обращения 11.05.2018)

¹ Лапчук Я.В. Подростковая субкультура отаку (аниме): факторы включенности и меры профилактики // Вестник ТОГИРРО (Тюмень). 2015. № 1 (31). С. 439-441; Лебедева И.Ю. Проблема социального одиночества и аномии у представителей неформальных молодежных сообществ (на примере аниме-субкультуры) // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. №6 (7). С. 27-29; Лякина Я.С., Голубятников А.А., Дмитриева Н.А. Личностные особенности подростков и молодежи, увлекающихся аниме, и их связь с формированием психопатологических проявлений // Современные проблемы клинической психологии и психологии личности. Новосибирск: Изд-во ННИГУ, 2017. С. 202-209; Мордвинова Е., Попова А. Влияние японской анимации на самореализацию современных подростков // Воспитание в современном культурно-образовательном пространстве: сборник статей. – 2016. – С. 175-178.

² Шабанов Л.В. Социально-психологические характеристики молодежных субкультур: социальный протест или вынужденная маргинальность. – Томск: Томский государственный университет, 2005.

³ Носов Н.А. Виртуальная цивилизация // Виртуальные реальности в психологии и психопрактике. Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 1. М., 1995. С. 105–116. С. 108; Носов Н.А. Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора: дис. ... доктора псих. наук. М., 1994. 283 с.; Орлов А.М. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания. М., 1997.

парадоксальные формы: 1) восточное влияние на русскую повседневную культуру часто оказывалось через западные страны; 2) из стран Востока импортировались товары, изначально появившиеся в западной культуре, но производимые в дальнейшем в восточных государствах¹.

Отдельные аспекты молодежных субкультур Юга Дальнего Востока (преимущественно Приморского края и г. Владивостока) анализируются в работах Л.А. Мельниковой (татуировки) и Н.А. Свиридова (адаптационные механизмы)². Правовые рамки существования молодежных субкультур в Хабаровском крае исследуются в работе Н.В. Яровенко³. Краткий очерк молодежных субкультур ДФО дает Л. Тимкова⁴. О.В. Чибисова в исследованиях субкультур Хабаровского края отмечает факт малой изученности молодежных субкультур различных краев и областей России в целом и их роли в региональной культуре, в частности⁵.

Анализ научной литературы показывает, что в изучении субкультуры аниме преобладают работы эмпирического уровня, посвященные отдельным аспектам этой культуры. Диссертации В.Ю. Леонова, Е.С. Сычевой, А.Н.

¹ Ильин В.И. (2019) Истернизация русской повседневности: история и современность // Мир России. Т. 28. № 2. С. 25–41.

² Мельникова Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологи. Владивосток, 2015. 215 с.; Свиридов, Н.А. Адаптационные процессы в среде молодежи. Дальневосточная ситуация / Н.А. Свиридов // Социологические исследования – 2002.– № 1.– С. 90 – 95.

³ Яровенко Н. В. Особенности правового регулирования государственной молодежной политики Российской Федерации и Хабаровского края // Молодой ученый. — 2018. — № 23. — С. 165-167. — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/209/51151/> (дата обращения: 21.01.2020).

⁴ Тимкова Л. Эстетика аниме и специфика ее восприятия в пространстве дальневосточного региона // Личность, творчество, образование в социокультурном пространстве Дальнего Востока России. Материалы заочной Всероссийской научно-практической конференции / ФГБОУ ВПО «Хабаровский государственный институт искусств и культуры». – 2014. – С. 154-162.

⁵ Чибисова О.В. Взаимодействие молодежных субкультур Хабаровского края: дис. ... канд. культурологии. Комсомольск-на-Амуре, 2011. – 192 с.

Наймушиной и глава из диссертации А.Х. Габдуллиной¹, посвященные аниме как жанру искусства или части массовой культуры, носят философский, искусствоведческий и филологический характер, а не культурологический. Обобщающего исследования субкультуры аниме как социокультурного феномена, с учетом как ее транснационального характера, так и локальных вариантов, пока не существует.

Объект исследования – транснациональная субкультура аниме (аниме-фэндом) как социокультурная группа, объединенная вокруг аниме как жанра искусства, в которой существуют реальные коммуникации – сетевые связи, синхронизация стиля и образа жизни через общие культурные образцы.

Предмет исследования – российский сегмент субкультуры аниме (аниме-фэндома) на примере Юга Дальнего Востока России.

Цель исследования – дать целостное представление о субкультуре аниме как социокультурной группе и образно-символической системе, определить ее специфику на Юге Дальнего Востока. Данная цель определила постановку конкретных **исследовательских задач**:

1. Выявить общее и особенное в становлении субкультуры аниме в Японии, странах Запада и России, в том числе на российском Дальнем Востоке.
2. Определить место, т.е. типологические особенности и количественные параметры аниме-фэндома в российской молодежной культуре.
3. Охарактеризовать ценности и практики субкультуры аниме: социальное и символическое измерение
4. Показать способы и формы репрезентации субкультуры аниме в виртуальном пространстве

¹ Габдуллина, А.Х. Когнитивные основания и лингво-культурологические факторы заимствований из японского языка. Дисс. канд. филол. наук. Челябинск, 2012. 241 с.

5. Проанализировать репрезентацию субкультуры аниме в реальном пространстве

6. Охарактеризовать восприятие субкультуры аниме в современном российском обществе

Географические рамки исследования включают Юг Дальнего Востока в составе Приморского и Хабаровского краев и Сахалинской области.

Хронологические рамки включают конец 1990 – 2019 гг. К концу 1990-х гг. относится массовое распространение жанра аниме в России, возникновение и становление субкультуры аниме происходит в 2000-е гг., а в 2010-е происходит стабилизация и нормализация аниме-фэндома.

Методология и методы исследования. При работе над диссертационным исследованием использовались культурологические теоретические подходы, методологические принципы и методы.

В качестве общетеоретического использован междисциплинарный социокультурный подход, объединяющий социологический и семиотический подходы к изучению субкультур. Междисциплинарность позволяет гибко сочетать номотетику (генерализацию, объяснение) на макро-уровне и идиографию (индивидуализацию, понимание) на микро-уровне.

В рамках социологии, субкультура аниме рассматривается как конкретное социальное образование (группа, сообщество, социальная среда или сегмент общества), выделенное по структурно-функциональным признакам. Поведенческие нормы, идеи и артефакты образуют субкультуру – единый устойчивый комплекс – только в том случае, если разделяются некоторым множеством людей, служат основанием и символом их общности, основой самоидентификации.

В контексте семиотического подхода, субкультура аниме описывается как знаковая система. Субкультура аниме предстает и может быть описана, как процесс функционирования нескольких культурных кодов: вербального (сленг, тексты), предметного, телесного (в том числе актуального: значимые

действия, жесты; соматического — символика тела, его облика, включая прическу, макияж, пирсинг, гигиенические требования и т. д.), пространственного и временного¹.

При осуществлении исследования использованы методологические принципы целостности (холизма) и историзма. Принцип *целостности* при изучении субкультуры аниме заключается в выявлении как макросоциального и глобального культурного контекста (социокультурной среды), в котором она действует, так и внутренних смыслов, практик, символов этой субкультуры и ее общего стиля. Принцип *историзма* требует рассматривать субкультуру аниме в контексте конкретного исторического времени и исторических условий ее возникновения и развития².

В исследовании использованы историко-генетический и компаративный (сравнительный) методы как в диахронном (когда мы говорим о разных этапах существования аниме), так и в синхронном (сходство и отличие аниме в России, Японии и странах Запада) вариантах; также применялись методы структурно-функциональный, типологии, классификации и интерпретации.

Эмпирическая (прикладная) часть исследования субкультуры аниме (на примере Юга ДФО) опирается на количественные (анализ статистики, анкетирование) и качественные методы – включенное наблюдение, case study (исследования конкретного случая) и социо-прагматический анализ (анализ действия символика (культурных кодов) в социальном пространстве).

Социологический опрос (анкетирование) проводился без строгой выборки, методом фокус-групп в 2016-2017 гг.: учащиеся и студенты разных ВУЗов в нескольких городах Приморья ответили на вопросы анкеты (более 600), а часть из них устно дала более развернутые ответы (интервью).

¹ Щепанская Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура» // В сб. Социология вчера, сегодня, завтра. Под. Ред. О.Б. Божкова. СПб., 2011. С. 157.

² Морозова С.В., Оржековская Л.В., Якушкина Н.В. Культурология: Учебное пособие. Ч. 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hi-edu.ru/e-books/xbook880/01/part-002.htm>

Интервьюирование и наблюдение за участниками субкультуры продолжалось в 2018 г., в частности был проведен экспресс-опрос и беседы с участниками фестивалей (всего 150 респондентов), что нашло отражение в полевом дневнике автора.

Социо-прагматический анализ применительно к субкультуре аниме позволил выделить действие символов: обозначение границ (свой/чужой), символической маркировки пространства, телесности, общения, социальной иерархии, практик инициации и социализации. Символическая система образует единый стиль (язык) субкультуры, который фиксируется в текстах, фотографиях, видеоизображениях.

Включенное наблюдение применялось как в виртуальном пространстве (посещение и общение на форумах, чатах, соцсетях, где собираются анимешники), так и в реальном пространстве – во время посещения аниме-фестивалей (во Владивостоке и Уссурийске), косплеев и клубов фанатов аниме во Владивостоке, Уссурийске, Хабаровске.

Источниковая база исследования представлена комплексом источников, которые можно разделить на вербальные и визуальные.

Вербальные источники подразделяются на письменные и устные.

Письменные источники включают:

- законодательные акты
- документы органов власти, официальных учреждений
- тексты на аниме-сайтах,
- субкультурные самодельные журналы (фанзины, фанфики)
- материалы СМИ (в том числе электронных)
- результаты анкетирования.

Устные источники включают:

- интервью (аудиофайлы)
- речь актеров в аниме-продукции
- речь участников субкультуры на любительских видео-роликах.

Вербальные источники можно разделить на внутренние тексты субкультуры (которые анимешники производят и используют для себя) и внешние, в которых органы власти, «нормальные» несубкультурные граждане или представители других субкультур выражают свое отношение к анимешникам.

К *визуальным* источникам относятся, прежде всего, сами аниме-фильмы и сериалы, а также фото- и видеоматериалы, связанные с деятельностью субкультуры: фотографии, скриншоты и плакаты героев аниме, фото и видео участников субкультуры, сделанные как в повседневной жизни, так и во время субкультурных событий – тусовок, фестивалей косплеев. Визуальные источники имеют решающее значение для изучения социальной прагматики субкультуры аниме и особенно ее репрезентации. Объем визуальных источников, особенно в сети Интернет настолько велик, что проблема заключается не в их поиске, а в корректном отборе и интерпретации.

Особым (синтетическим) видом источников являются *ресурсы Интернет*. Аниме развивается настолько быстро, что многие феномены этой субкультуры, как и рефлексии на них существуют только в Сети. На сайтах и форумах, посвященных аниме, анимешники выкладывают новости, объяснение субкультурных терминов и ссылки на новейшую англоязычную научную литературу и ее переводы, что позволяет отнести эти сайты к внутренним текстам субкультуры.

Эмпирическая (прикладная) часть исследования опирается на результаты анкетирования более 600 человек; неформализованные интервью – 20 человек: диктофонные аудиофайлы (с последующей расшифровкой) и записи в «Полевом дневнике автора» за 2017-2018 гг.; экспресс-опрос на аниме-фестивалях – 150 чел.; мониторинг СМИ и Интернет-сайтов – более 80 единиц (при этом, если единицей является сайт – на нем обычно размещены десятки текстов, сотни фильмов и тысячи комментариев). Англоязычные

материалы (научные и популярные тексты) самостоятельно переведены с английского языка.

Комплексное использование выявленных источников позволило достичь цели и решить поставленные в исследовании задачи.

Научная новизна исследования. Научная новизна заключается во впервые проведенном анализе субкультуры аниме как социокультурной группы и символической системы, между которыми существует «бесшовное соединение».

Научной новизной отличаются следующие положения:

1. Доказано, что участники аниме-фэндома используют транслируемые аниме образы и модели поведения как образцы для самопознания, самовоспитания и апробации в группах единомышленников.

2. Определено, что субкультура аниме в России находится в стадии количественного роста (экспансии) как по числу участников, так и по количеству субкультурных мероприятий и расширению их географии.

3. Сформулировано, что ценностное ядро субкультуры аниме строится вокруг переживания и преодоления «травмы модернизации» молодым человеком и обществом, в котором он живет.

4. Выявлено, что репрезентация субкультуры аниме в виртуальном и реальном пространстве образует единый универсум, где повседневная жизнь постоянно стилизуется в духе аниме (мозфицируется), а все моменты субкультурной жизни фиксируются и размещаются он-лайн, происходит многократная переинтерпретация отдельных сюжетов, образов, поступков.

5. Показано отношение российского общества к субкультуре аниме в диапазоне от «моральной паники» до поддержки, с общим трендом к «нормализации».

6. Введены в научный оборот новые источники и эмпирический материал – внутренние тексты культуры (интервью, заметки, комментарии участников субкультуры).

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическая значимость заключается в обобщении и концептуализации разрозненных эмпирических данных о российском сегменте глобальной субкультуры аниме в комплексном социокультурном исследовании. Использование концепций «культура участия», «моральная паника», «травма модернизации» при проработке проблем взаимодействия одной из популярных молодежных субкультур и современного российского общества может расширить теоретико-методологические возможности разработки данной проблематики применительно к другим субкультурам и/или в иных географических рамках и получить новое культурологическое знание.

Собранный эмпирический материал и научные результаты могут использоваться в обобщающих трудах по истории культуры России и Дальнего Востока, в преподавании общих и специальных курсов («Культура Дальнего Востока», «Молодежные субкультуры» и др.). Полученные данные могут использовать в экспертной деятельности, связанной с реализацией молодежной политики в Приморском крае, в реализации культурных проектов в сфере рекреации и событийного туризма.

Положения, выносимые на защиту:

1. Субкультура аниме является *глокальным* (глобальным/локальным) феноменом – она существует в виде небольшого сообщества с экзотическими для местной культуры интересами на локальном уровне, но в то же время является частью мировой аниме-культуры с миллионами участников.

2. Социальная функция аниме – *символическая инициация*. Аниме как искусство через систему образов усиливает образ инициации и/или травмы, возводит ее в идеальный тип, но в то же время, в силу своей условности позволяет пережить ее, сублимировать и преодолеть в форме катарсиса.

3. Аниме-фэндом входит в более крупное молодежное направление – *гиков*, объединяющее любителей виртуальной реальности: искусств, игр,

гаджетов, фантастики и косплея. «Гики» являются наиболее прогрессивной частью современного «цифрового поколения» молодежи.

4. Символический язык аниме вышел далеко за пределы аниме-фэндома и превращается из специфического субкультурного языка в повседневный (вернакулярный) язык «большой» культуры.

5. Способ взаимодействия анимешников с «большой» культурой является современным и ненасильственным: они расширяют реальный мир за счет включения в него элементов, связей и отношений, выработанных в виртуальной концептуальной вселенной и «прошедших испытания» в группах меньшинств (субкультуре).

6. Широкое распространение аниме, особенно среди подростков и молодежи, сделали субкультуру аниме общественно значимой и породило общественный запрос на контроль за ней. Адекватные формы этого контроля, которые устраивали бы обе стороны, пока не выработаны. По этой причине вокруг аниме-сообщества иногда возникают *моральные паники*.

7. Субкультура аниме на Юге Дальнего Востока находится в стадии роста: первая волна широкой популярности аниме относится к 2005-2010 гг., однако и число участников, и число мероприятий, связанных с аниме, растет с каждым годом, расширяется также география аниме-фэндома. В 2017 г. Дальнего Востока достигла «корейская волна» – мода на южнокорейское аниме манхва и музыку К-поп, а также молодежные сериалы дорамы, следующие стилистике аниме. Благодаря пограничному положению Дальнего Востока и наличию корейской, японской и китайской диаспор, а также туристов из Восточной Азии дальневосточная молодежь имеет возможность непосредственно наблюдать и перенимать эту моду (аниме-фэшн) в реальном времени. Сам российский Дальний Восток, как ближайший к странам АТР «Запад» служит предметом изображения и рефлексии в аниме-культуре.

Апробация результатов исследования. Основные результаты научного исследования были апробированы в 5 публикациях, 3 из них в изданиях перечня ВАК и в выступлениях на ряде конференций международного, общероссийского и регионального уровней.

Публикации:

1. Воробьева Е. С. Точки соприкосновения культур: Россия-Япония. – В кн.: Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований. 4-5 марта 2013 г.: Материалы международной практической конференции. – М., 2013. – 210 с. – С. 27 – 33.

2. Воробьева Е. С. Трансформация российской ментальности в процессе глобализации. – В кн.: Россия, Запад и Восток: диалог культур: сб. статей Первой Международной молодежной научно-практической конференции /отв. ред. С.К. Гураль. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2014. – 390 с. – С. 10 – 13.

3. Воробьева Е. С. Языковые проблемы двух культур. Материалы VI международной научно-практической конференции «Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований» 22-23 июня 2015г. North Charleston, USA , том 1.

4. Воробьева Е. С. Россия и Япония: опыт культурной модернизации. – Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение (Научный журнал) / отв. ред. Зелева Т. В. Томск: Изд-во ТГУ. 2016. №4(24). – 264 с. – С. 42 – 46.

5. Воробьева Е. С. Почему молодежь увлекается аниме? (Результаты опроса молодежи в Приморском крае). – Миссия конфессий (Научный и общественно-политический журнал) / отв. ред. Рябова Е.Л. М.: Международный издательский центр «Этносоциум». 2017. № 27. – 112 с. – С. 75–78.

6. Воробьева Е. С. Генезис субкультуры аниме в Японии, странах Запада и ее становление в России. – Миссия конфессий (Научный и

общественно-политический журнал) / отв.ред. Чапкин С. В. М.: Международный издательский центр «Этносоциум». 2020. №48 (Т.9.Ч.7). – С. 813-815

Конференции: участие в международных практических конференциях.

- Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований. 4-5 марта 2013 г.: Материалы международной практической конференции. Москва, 2013.

- Первая Международной молодежной научно-практической конференции. Томск, 2014г. (заочно)

- VI международная научно-практическая конференция «Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований» 22-23 июня 2015г. North Charleston, USA , том 1

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, разделенных на 3 параграфа каждая, заключения, списка использованных источников и литературы (191 п.), а также 13 Приложений.

Глава 1. СУБКУЛЬТУРА АНИМЕ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ГРУППА

1.1 Генезис субкультуры аниме в Японии и странах Запада и ее становление в России

Четкое определение понятия «субкультура» затруднено из-за многозначности лежащего в его основе понятия культуры. Фактически, каждый исследователь вынужден формулировать собственное определение, исходя из того, какие аспекты или темы были в центре его внимания¹. Суммируя определения субкультуры в 1979 году, Г.А. Файн и Ш. Клейнман подразделяют их на два класса: одни из них подчеркивают идеационные составляющие (базовые ценностные ориентации, нормы, «разделяемое понимание», мировоззрение, темы или «фольклорные идеи»); другие определения акцентируют материальные, «видимые» признаки субкультуры (разделяемое поведение (практики), артефакты), т. е. в краткой формулировке субкультура описывается как разделяемые (в определенном кругу людей — сегменте общества или сообществе, группе) информация и поведение² или «любая система норм и ценностей, которая выделяет группу из большого сообщества»³. Именно это определение культуры мы далее используем в качестве рабочего.

При анализе субкультуры аниме мы ставим перед собой задачу изучить ее и как реальную социальную группу, со своей структурой, нормами и

¹ Соколов К., Осокин Ю. Художественная жизнь и социокультурная стратификация общества // Художественная жизнь современного общества. Т.1. Субкультуры и этносы в художественной жизни. Отв. ред. К. Б. Соколов. СПб., 1996. С. 16–36; Омельченко Е. Молодежные культуры и субкультуры. Серия «Специализированные курсы в социологическом образовании». М.: Институт социологии РАН, 2000.

² Fine, G. A., Kleinman, Sh. Rethinking Subculture: An Interactional Analysis // The American Journal of Sociology. Univ. of Chicago, 1979. Vol.85, No.1. P. 1–20. P. 5. Цит. по: Щепанская Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура» // В сб. Социология вчера, сегодня, завтра. Под. Ред. О.Б. Божкова. СПб., 2011. С. 157.

³ Смелзер Н. Дж. Социология // Социс. 1990. № 12. С. 131.

взаимоотношениями и как ценностную и символическую систему, со специфическими формами репрезентации.

Следует также отметить, что аниме является субкультурой только с точки зрения наблюдателя, остающегося в рамках государственных границ, поскольку в поле его зрения оказываются, как правило, локальные сообщества или группы взаимодействующих сообществ, символически отделяющие себя от большинства населения. Однако реально надо учитывать, что свои символы эти сообщества разделяют с другими, находящимися в разных точках мира. Между поклонниками аниме существуют реальные коммуникации — сетевые связи и синхронизация через общие культурные образцы. Следовательно, (суб)культура аниме является глокальной, т.е. проекцией транснациональной/глобальной культуры в локальный контекст. Следовательно, при изучении российского и дальневосточного варианта субкультуры аниме, необходимо учитывать те ее образцы, которые ей предшествовали или сосуществуют с ней в других локациях (прежде всего в Японии и на Западе)¹.

Субкультура аниме (отаку, аниме-фэндом) как социокультурная группа возникла вокруг аниме и манги как жанров искусства. Мир аниме и манги похож на метафору теории «большого взрыва». Это огромная и все время расширяющаяся вселенная, возникшая из изначального энергетического ядра и сложно структурированная в различных жанровых и тематических блоках.

На сайте «Анимэ-спирит ТВ» выделено 36 жанров аниме и манги: боевик, боевые искусства, вампиры, гарем, детектив, для детей, драма, история, киберпанк, комедия, меха (механизмы, чаще — гигантские боевые человекоподобные роботы), мистика, музыкальное, научная фантастика, ОВА (эротика), парапсихология, пародия, приключения, повседневность, полнометражные, постапокалиптика, психология, романтика, самурайский боевик, сверхъестественное, сёдзё (рассчитаны на девушек в возрасте от 12

¹ Шепанская Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура»... С. 175.

до 18 лет), сёнэн (для старших мальчиков и юношей с 12 до 18 лет), сёнэн-ай (о любви между юношами; изображает романтические, но не сексуальные отношения между юношами или молодыми мужчинами), сейнен (аниме для взрослых мужчин от 18 до 25-40 лет), спорт, триллер, ужасы, фантастика, фэнтези, школа, экшен, этти (эротика, но не порнография)¹.

На сайте «Аниме» есть данные о дополнительных жанрах: добуцу – «пушистики» (о человекоподобных «пушистых» существах), «идолы» (связано с поп-звездами и музыкальным бизнесом), хентай (содержит эротические или порнографические сцены, имеет возрастное ограничение 18+)².

Мировой успех японского аниме, как жанра искусства является культурным феноменом, сопоставимым с явлением «японского экономического чуда» и это означает, что в этих весьма экзотических для западной (в том числе российской) культуры сюжетах были затронуты какие-то важные для современности вопросы, транслированы востребованные ценности и образы.

Углубляясь в историю вопроса возникновения аниме в Японии, можно констатировать, что предшественниками этого популярного в Японии жанра стали манга и лайт-новел. В отношении манги следует помнить, что, по сути, речь идет о комикс-культуре, в рамках которой манга выступает и как форма изобразительного искусства, и как литературное произведение. Причем, манга может быть написана в самых разных жанрах – приключение, фантастика, спорт, ужасы, романтика. Как правило, манга рисуется в черно-белых красках. Менее характерными для японских комиксов оказываются манги цветные.

¹ Animespirit.tv. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://animespirit.tv/> (Дата обращения 12.01.2018)

² Жанры аниме и манги // Аниме [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web2.z-kurs.ru/index.php/24-zhanry-anime-i-mangi> (Дата обращения 12.01.2018)

Другим предшественником аниме можно считать лайт-новел – японский роман с иллюстрациями, обращенный к подростковой и молодежной аудитории. По стилю иллюстрации лайт-новел напоминают мангу, но их объем значительно уступает объему текста, вследствие чего такой роман весьма незначительно отличается от прозы как таковой¹.

Наиболее заметным различием между манга и аниме является замещение графического текста на звуковое сопровождение. Озвучивают аниме актёры сэйю. Их работа способствует усилению эмоционального ряда композиции и помогает лучше раскрыть авторский замысел. Поскольку «манера анимационных персонажей говорить запоминается не меньше, чем сами персонажи; отличные, контрастирующие характеристики голосов делают диалоги не менее важными, чем собственно анимация»².

Интересен тот факт, что если в России, Европе, Америке «озвучкой» занимаются актёры театра и кино, то в Японии, напротив, сэйю изначально являются актёрами озвучивания и только потом могут начать, например, сниматься в кино. При этом это очень уважаемая профессия: помимо озвучивания, сэйю должны обладать привлекательной внешностью, хореографическими навыками и хорошими вокальными данными, поскольку важную роль в создании особой атмосферы играет музыка, влияющая на общее настроение произведения и подчёркивающая динамику композиционного ряда. Для музыкальных композиций в аниме нередко приглашаются профессиональные исполнители³.

¹ Липаева Д.Е. Анимация в пространстве визуальной культуры Японии // *Aspectus*. 2015. № 4. С. 54-60.

² Леонов В.Ю. Становление аниме, его отличительные стилистические особенности, различия с манга и художественно-технологические этапы создания // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 12-3 (26). С. 100.

³ Леонов В.Ю. Становление аниме, его отличительные стилистические особенности, различия с манга и художественно-технологические этапы создания // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 12-3 (26). 103.

Классическое японское аниме появляется в послевоенные годы, когда на развитие аниме большое влияние оказала американская анимация и, в частности, творчество Уолта Диснея. Так, главный герой манга и аниме-сериала «Astro Boy» мангаки и режиссёра Осаму Тэдзуки имеет явное сходство с диснеевскими героями: у него большие глаза, характерные для стиля рисунков Диснея и ранее не используемые в манга и аниме. Считается, что творчество Осаму Тэдзуки стало основной стилистической составляющей визуального ряда классических манга и аниме. В 1961 году Тэдзука основал собственную анимационную студию «Муси Продакшнс» («Mushi Productions»). В 1963 году «Муси» выпустила анимационный сериал «Могучий атом». Успех «Могучего Атома» был столь значителен, что уже к концу 1963 г. в Японии было создано еще четыре студии телевизионной анимации. Первым жанром аниме в Японии был жанр «сёнэн» – фильмы для мальчиков, сюжет которых посвящен приключениям и проблемам взросления подростков.

В 1966 г. студия «Тоэй Дога» выпускает первый и невероятно успешный аниме-сериал для девочек (сёдзё-аниме) – «Ведьма Салли» («Махоцукай Салли», 1966-1968). Новый жанр рассказывает историю взросления, только не мальчика, а девочки. Сюжет часто связан с превращениями главной героини или с высвобождением каких-то ее скрытых способностей (мифологическое отражение физиологических процессов женского взросления).

В 1968 г. команда молодых сотрудников студии «Тоэй Дога» во главе с режиссером Исао Такахатой и аниматором Хаяо Миядзаки выпустила один из первых культовых аниме-фильмов – «Приключения Хорса – храброго солнечного принца» («Таиё но Одзи Хорс но Дайбокэн»). Он стал особенно популярен среди студентов (напомним, что это период массовых студенческих выступлений во всем мире). Это был первый аниме-фильм, завоевавший столь взрослую аудиторию. Также он считается первым

фильмом «канона Миядзаки» и первым фильмом, над которым Миядзаки работал вместе с Такахатой¹.

В 1969 г. начал выходить самый долгий в истории человечества телевизионный анимационный сериал – «Садзаэ-сан» по мотивам уже упоминавшейся манги Матико Хасэгавы. Его показ не закончен по сию пору, уже несколько поколений японцев выросли, наблюдая за приключениями Садзаэ и ее семьи.

В том же 1969 г. вышли два хорошо известных в России фильма студии «Тоэй Дога» – «Кот в сапогах» («Нагагуцу о Хайта Нэко») режиссера Кимио Ябуки (его главный герой стал символом студии) и «Корабль-призрак» («Сора Тобу Юрэйсэн») режиссера Икэды Хироси. В оба эти фильма Миядзаки внес существенный вклад, и оба они сейчас считаются классикой японского детского кино. В этом же 1969 г. Тэдзука создал первый полнометражный аниме-фильм «для взрослых» «1001 ночь» («Сэня Ития Моногатари») по мотивам знаменитых арабских эротических сказок. Это был первый полнометражный эротический мультфильм в мировой истории. В 1971 г. тот же Тэдзука выпустил полнометражное аниме «Клеопатра» («Cleopatra») – смелую эротическую пародию на исторические фильмы из римской жизни с множеством намеренных несообразностей и анахронизмов.

В 1970-е г. широкое распространение получили аниме про гигантских роботов (меха-сэнтай): «Роботы Гетта» («Гетта Робо», 1974-1976), «Инопланетный робот Грендайзер» («UFO Robot Grendaizer», 1975-1977), «Стальной Джииг» («Котэцу Джииг», 1975-1976), «Неуязвимый робот Комбаттер-V» («Тёдэндзи Робо Комбаттер-V», 1976-1977), «Межпланетный робот Дангвард Эйс» («Вакусэй Робот Дангвард Эйс», 1977-1978), «Непобедимый и единственный Дайтарн 3» («Мутэки Кодзин Дайтарн 3», 1978), «Далтаниос, робот будущего» («Мирай Робот Далтаниос», 1979) и некоторые другие. Популярными также были аниме про команду друзей,

¹ Иванов Б. Введение в японскую анимацию. М., 1999. С. 47.

спасающих мир от катастрофы (сэнтай): «Команда ученых-ниндзя Гатчамен» («Кагаку Ниндзя-тай Гатчамен», 1972-1974), «Космический крейсер Ямато» («Утюу Сэнкан Ямато», 1974), «Космический пират капитан Харлок» («Утюу Кайдзоку Кэптэн Харлок», 1978) и др.

В основу характеров персонажей режиссеры сэнтай-аниме положили концепции европейского романтизма начала XIX века, а также их более поздние массово-культурные подражания. Иными словами, представления о чести, достоинстве, долге у его героев были сходны с аналогичными представлениями героев Александра Дюма и Фенимора Купера.

Именно поэтому эти сериалы были очень популярны у подростков, начавших создавать внутри школьных клубов любителей научной фантастики подразделения фэнов японской фантастики. Именно на их основе в дальнейшем в Японии создавались клубы фэнов аниме и манги.

Таким образом, можно сказать, что в 1980-х гг. аниме вступило уже сформировавшимся коммерческим искусством, гораздо более популярным в Японии, чем какая-нибудь другая национальная анимация у себя на родине.

Были заложены основные жанры – научная и сказочная фантастика, пародия, сатира и юмор, спорт и истории из жизни. Аниме четко разделилось на «мужское» и «женское» и вышло за пределы «искусства только для маленьких детей». Были созданы аниме, классические в своих жанрах. Начала активно развиваться торговля сопутствующими товарами – записями песен, книгами, костюмами, игрушками. Аниме становилось «одним из важнейших искусств» японской массовой культуры. Возникло сообщество любителей аниме, обладающее признаками субкультуры. Началась экспансия субкультуры аниме в глобальном мировом пространстве¹.

В 1987 г. на экраны Японии вышел не совсем обычный двухчасовой полнометражный аниме-фильм – «Крылья Хоннеамиз» («Орицу Утюугун – Хоннеамиз но Цубаса») студии «Гайнакс» и режиссера Хироюки Ямаги –

¹ Иванов Б. Введение в японскую анимацию. М., 1999. С. 48.

история первого космического полета и первого космонавта фантастического государства Хоннеамиз. Необычность его была не только в мастерстве, с которым молодые аниматоры создали альтернативный мир, неуловимо похожий на наш, но, все-таки, не наш, и не в невиданном до того времени качестве графики, и не в необычной музыке культового композитора Рюити Сакамото. Наиболее необычным было то, что вся команда, делавшая этот фильм, состояла из недавних студентов – фанатов аниме, до этого активно действовавших в мире непрофессиональной анимации и «любительского» бизнеса (фанарта)¹.

Анимацией как искусством в Японии увлекаются не менее 25% населения, а мангой – еще больше. Но субкультура аниме как сообщество охватывает меньший процент населения, хотя и чрезвычайно популярна среди молодежи.

В Японии для обозначения фанатов, увлекающихся аниме и мангой, используется сленговый термин «акихабара-кэй», обозначающий молодых людей, всё своё время проводящих в районе Акихабара и увлекающихся миром аниме и его элементов, таких как мэйд-кафе, идолы и компьютерные игры. Район Акихабара является важным центром японской современной культуры. В 2000-х гг. он стал прочно связан с японской игровой индустрией и крупнейшими издательствами аниме и манги. Особенностью аниме-культуры в Японии является практическая неразделимость аниме-фэндома (сообщества фанатов аниме) и аниме-фэшион (рынка модной аниме-продукции для широких слоев населения). Аниме, по сути, является в Японии частью «большой» национальной культуры, хотя консервативные слои иногда ополчаются против новейших или наиболее экстремальных проявлений аниме-культуры (фанатичных поклонников чего-либо называют в Японии «отаку»).

¹ Иванов Б. Введение в японскую анимацию. М., 1999. С. 51.

Проникновение субкультуры аниме в западные страны было непростым и весьма драматичным процессом. В Россию субкультура аниме попала не столько непосредственно из Японии, сколько из стран Запада, прежде всего США. Американские ученые рассматривают субкультуру аниме (аниме фэндом) в связи с иными молодежными движениями, генезис который восходит к увлечению научной фантастикой в 1930-1940-е гг. Именно объединения поклонников (фанатов, фэнов) фантастики стали первыми фэндомами, т.е. объединениями со своей структурой и системой внутренних отношений и связей с внешним миром. В США также оформилось разделение понятий «аниме-фэндом» как реального сообщества, объединенного общими ценностями, нормами и стилем жизни и «аниме-фэшн» – как направления моды, которое возникает на периферии аниме-фэндома и распространяет отдельные элементы эстетики аниме на все более широкие слои граждан, в том числе далеких от каких-либо субкультур. Аниме-фэндом является емким рынком, вокруг которого вырос целый сектор экономики.

Некоторые исследователи, профессионально изучающие аниме-фэндом, сами прошли через увлечение аниме и участие в субкультурных группах, что позволило им получить инсайдерскую информацию, данные включенного наблюдения, которые не может приобрести внешний наблюдатель.

Дж. Беннет в статье «Введение в историю американского аниме-фэндома» показывает некоторые важные тенденции в генезисе и развитии субкультуры аниме в США¹. Он изучал субкультуру аниме антропологическими (качественными) методами, т.е. с помощью

¹ Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. (Перевод автора дисс.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom (Дата обращения 28.09.2019) (Перевод автора диссертации)

включенного наблюдения, кейс-стади и неформализованных интервью. Его интерпретации полученного материала отличаются глубиной и тонкостью.

Дж. Беннет считает, что корни аниме-фэндома следует искать в субкультуре американских любителей научной фантастики конца 1970-х гг. Он показывает, как участники периферийных групп движения любителей научной фантастики, которые в 1970 – начале 1980-х гг. обменивались нелегальными копиями японских аниме, превратились в 1990-е годы в полностью независимое объединение групп фанатов (фэндом), которое сегодня является основой многомиллиардного рынка. Причем западный компонент аниме-фэндома автономен по отношению к японскому, так что даже американцы японского происхождения были фактически исключены из его развития.

Многие из оригинальных версий различных аниме-фильмов и сериалов намеренно бесплатно распространялись среди западных фан-групп японскими производителями во время их посещения США или участия в европейских кинофестивалях. Различные фанаты делали пиратские копии и отправляли их друзьям в разные части страны. В то время это не рассматривалось производителями аниме и прокатчиками как ущерб или незаконные действия, потому что они понимали, что американского и европейского рынка аниме тогда еще не существовало и его только предстояло создать.

Для участников фан-групп возможность получать и делиться аниме была пропуском в аниме-сообщество. Те, кто не поделился, были бы просто исключены в следующем раунде раздачи. Настоящий фанат аниме мог визуально различить копию пятого поколения от копии девятого.

Представляет интерес, чем именно аниме удалось завоевать миллионы поклонников на западе. По мнению исследователей, «в противовес подавлению инакомыслия и индивидуальности, фанаты аниме отстаивают самоопределение и личную ответственность. Принадлежать к субкультуре

значит быть другим и преднамеренно пренебрегать нормативными практиками и социальными стереотипами, а также тем, «что подумают соседи». Опыт субкультуры для молодого человека во многом является первым шагом к здоровой, целостной реализации себя как личности и социального существа, независимого от доминирующей социальной группы»¹.

Наоми Каса рассматривает аниме как средство создания мифа в постиндустриальной мировой культуре. Как и другие популярные СМИ, аниме опираются на архетипы, интерпретация которых синтезирует изменяющуюся реальность со стереотипами принимающей культуры. Несмотря на то, что идея может быть универсальной, способы ее использования и интерпретации в обществе различны во времени и пространстве, и могут изменяться в культуре по мере ее развития. Мифы все еще важны и полезны в постмодернистском мире, и аниме поощряет мифологическое восприятие, давая аудитории возможность сделать больше, чем пассивно читать текст и стать активными зрителями. Для фанатов аниме «просмотр сериала – это начало, а не конец процесса потребления медиа»².

Постмодернистские исследователи аниме-культуры объясняют ее популярность т.н. «клиповым мышлением» молодежи, что, впрочем, является универсальной объяснительной моделью для всего современного искусства. В этой парадигме содержательное (смысловое) и эстетическое значение аниме не имеет значения, важна только интенсивность потока культурной продукции, постоянная смена объектов в информационном пространстве³.

¹ Thompson, Kenneth. *Moral Panics*. New York: Routledge, 1998. P. 104. (Перевод автора дисс.)

² Kasa, Naomi. *Constructing Animerica: History, Style, and Spectatorship of Anime in the United States*. (MA thesis, Regent University, 16 March 2005). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bibfan.de/frindres.php?such=%26Ocirc;tomo%2C+Katsuhiko&sziel=bind> P. 4. (Дата обращения 25.04.2018) (Перевод автора дисс.)

³ Пилюгина Е.В. Россия в пространстве постмодерна. // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2016. С. 9-15. [Электронный ресурс].

Российская история аниме как субкультуры связана с распространением особого стиля мультипликации (собственно аниме), созданного в Японии, который известен в России более 40 лет. Анимация (мультфильмы) и кино капиталистических стран в СССР жестко отбирались по идеологическим, экономическим и эстетическим критериям, и лишь немногие фильмы были выпущены в прокат в 1970 – 1980-х годах. Среди них шедевр Хаяо Миядзаки «Летающий корабль-призрак», «Солнечный принц Хорс», «Кот в сапогах», «Без семьи», «Али-Баба и сорок разбойников», «Принцесса подводного царства» или «Русалочка», «Принцы-лебеди», «Двенадцать месяцев», «Лебединое озеро». Все эти анимационные фильмы были дублированы и озвучены профессиональными актерами на очень высоком уровне. Например, песню Русалочки в русском переводе исполняла Е. Камбурова¹.

В постсоветской России распространение аниме связано с «видеобумом» конца 1980-х – 1990-х гг., т.е. широким распространением вначале личных видеомэгнитофонов и видеокассет, а затем видеоплееров и DVD-дисков. Аниме-сериалы стали показывать и по телевизору: «Роботек» (научно-фантастический аниме-сериал из 85 серий), «Макрон-1» (сериал в жанре «меха», т.е. про роботов), «Ведьма Салли» (сериал в жанре «махо-сёдзё», т.е. «девочка-волшебница», 88 серий), «Приключения пчелки Майи (детское аниме, 2 сезона по 52 серии)².

Возникновение субкультуры аниме началось с нестандартного проекта «Сейлор Мун: Луна в матроске», впервые показанного на телеканале 2×2 в 1996–1997 гг. (фантастический сериал, 200 серий). Показ в России велся

Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiya-v-prostranstve-postmoderna>. (Дата обращения 11.10.2019)

¹ Иванов Б.А. Аниме в России // Аниме и Манга в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://animemanga.ru/Articles/russia.shtml> (Дата обращения: 29.11.2017).

² Наймушина А.Н. К истории распространения аниме в России // Социально-экономическое управление: теория и практика. Изд-во Ижевского гос. техн. ун-та. 2010. № 2 (18). С. 166.

одновременно с демонстрацией в США, что показывает общность глобального культурного пространства.

Этот сериал породил как множество поклонников, так и множество противников аниме в целом. Противники этого аниме оказались не готовы к тому, что жанр, который они воспринимали как «мультфильм для детей» содержал показ вполне взрослых взаимоотношений, включая эротические сцены. Сказывалось также явное расхождение культурных норм и стереотипов: например, сюжет с Сейлор-старз – юношами, которые перевоплощаются в девушек, – имеет отсылки к японской мифологической традиции, но шокировал россиян.

Кроме того, в российском показе были нарушены этические нормы, которые принято строго соблюдать в Японии с помощью возрастной градации сериалов (12+, 16+, 18+). Сериал был рассчитан на то, что его начнут смотреть дети в возрасте 12–13 лет как историю о приключениях друзей, которые будут взрослеть вместе со своими зрителями до 17–18 лет. Аниме состоит из 200 серий, демонстрировавшихся в Японии с марта 1992 г. до февраля 1997 г. каждую субботу в прайм-тайм. В России же показ сериала шел практически каждый день. В результате герои сериала повзрослели гораздо быстрее, чем смотрящие их дети, что особенно возмутило российское родительское сообщество.

Общественная реакция и дискуссия вокруг «Сейлор Мун» как раз и стала точкой конструирования групп поклонников аниме, а поколение, идентифицировавшее себя с этим сериалом, до сих пор среди других анимешников (отаку) принято называть «муняшками»¹. К середине 1990-х годов относится появление клубов отаку. Первым таким клубом стал клуб R.An.Ma (Российская ассоциация поклонников аниме и манги), основанный в

¹ Сейлор Мун (аниме) // Википедия: свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Сейлор_Мун_\(аниме\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Сейлор_Мун_(аниме)) (Дата обращения: 29.11.2017).

1996 году. Издается журнал аниме и манги «Великий дракон» (1993-2003, редактор – В. Корнеев)¹.

К концу 1990-х гг. развитие Интернета и цифровых технологий оказало влияние на популяризацию аниме. Начиная с 2000 года на российском телевидении демонстрировался известный детский аниме-сериал «Покемон». До этого времени термин «аниме» использовался редко, произведения обозначались просто как «японские мультфильмы». Новой волны отаку сериал не создал из-за небольшого возраста целевой аудитории, но его показ вызвал большой отклик в прессе. В том же году в Воронеже проводится первый в России аниме-фестиваль.

В 2002 году в журнале «Страна игр» появляется рубрика «Банзай!», с серией статей о японской массовой культуре на территории России, и интернет-журнал «Anime Magazine»². Наконец появляются официальные распространители аниме на видеокассетах и DVD: в 2002 году была создана компания «MC Entertainment». Также лицензиями аниме занялись компании «Видеосервис» и «CP Digital»³. В 2003 и 2004 гг. издается журнал «Anime Magazine», печатная версия сетевого «Anime Magazine». Чуть позже появляется и второй журнал, полностью посвященный аниме и манге, – «Аниме Гид» (2005-2010 гг.).

Далее аниме-движение приобретает все больший охват. Появляются новые издатели аниме: в 2005 г. «XL Media», в 2006 г. «Мега-Аниме», а в 2007 году «Reanimedia». В 2005 году начинается активная трансляция аниме на телеканалах «MTV Россия» и «Муз-ТВ». Постоянно организуются аниме-

¹ Рябина А.М. «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999-2017 года) / А.М. Рябина // Артикульт. 2018. 29(1). С. 109-127. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://articult.rsuh.ru/articult-29-1-2018/articult-29-1-2018-ryabina.php> (Дата обращения: 18.01.2020)

² Наймушина А.Н. К истории распространения аниме в России // Социально-экономическое управление: теория и практика. Изд-во Ижевского гос. техн. Ун-та. 2010. № 2(18). С. 169.

³ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. 2-е изд. М. : Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2002. С. 33.

фестивали, в том числе Всероссийский фестиваль японской анимации в Воронеже, северо-западный фестиваль любителей манги и аниме «М.Ани.Фест» в Санкт-Петербурге, южно-российский фестиваль японской анимации «Танибата» в Ростове-на-Дону и Московский аниме-фестиваль¹.

Значительный интерес представляет саморефлексия самих российских анимешников о значимых для них ценностях и причинах прихода (или ухода) в эту субкультуру. *«Почему тогда Аниме стало популярным? Скорее всего, это было просто что-то новое, необычное, неизведанное для Россиян... уже к 2008 году большинство молодёжи слышало об аниме, а процентов 20 регулярно смотрело»*².

С точки зрения «нормального» любителя аниме (не участника субкультуры в узком смысле слова, т.е. не отаку), аниме выполняет функцию компенсации тех недостатков и ограничений, которые присущи как детской, так и взрослой реальности: *«...Я часто слышу вопрос, почему японцы все такие спокойные, сдержанные, правильные, а аниме кардинально отличается? Почему такая разница? Для ответа на эти вопросы немного фактов. Интересно заметить, что в последние 30 лет в Японии резко увеличилось количество Алкоголиков и Анимешников. С чем это связано? Я считаю, что в Японии с ранних лет навязывают детям правила, традиции, ограничения, установки. С раннего детства у них нет почти свободного времени, они только учатся и работают... В Японии очень мало жилплощади, даже в своей маленькой комнате они не могут нормально послушать музыку, т.к. все стены тонкие и всё прослушивается, и почти нет личного пространства, где можно было просто покричать или*

¹ Корнеев В. Что такое косплей и с чем его едят? // Великий Дракон. – 1999. – № 45. – С. 8-11; Фестивали японской анимации в России // Википедия: свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: – http://ru.wikipedia.org/wiki/Фестивали_японской_анимации_в_России (Дата обращения: 29.11.2017).

² О развитии аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://darthweider.mybb.ru/viewtopic.php?id=258> (Дата обращения: 29.11.2017)

отдохнуть. Многие очень сильно устали от этого, они пытаются выделиться в этом сером мире, хотят стать независимыми от правил, норм ... И воплощением этих миров стало Аниме, где есть самое главное для них СВОБОДА, это огромные пространства, огромные леса, поля, горы, это их мечта, это свобода действий, свобода мыслей, в Аниме герои часто выходят за рамки ограничений, часто что-то нарушают, то, что им (японцам) всегда хотелось нарушать. Аниме для них идеальный мир. Не только для японцев Аниме стало воплощением мечты. В России же, Аниме стало популярным, потому что оно свободное, эффектное, сравните наши советские мультики, или даже американские, там нету такого, нет надвигающихся экранов, близких ракурсов и т.д., необычное, а всё необычное это интересно»¹.

На основе изучения материалов саморефлексии анимешников можно выявить как этапы распространения этой субкультуры в России, так и аниме-сериалы, которые стали маркерами идентичности молодежных поколений: *«Примерно в 2004, 2005 годах в России стали появляться анимешники, такие как они есть теперь (даже само слово достаточно новое), были, конечно, Отаку и до этого, но их было слишком мало. Когда я начинал смотреть Аниме (ранняя весна 2007 г.), в моём списке ICQ из 150 контактов смотрели Аниме 2, а знали что это такое человек 5. Через полгода смотрели 100 и слышали об Аниме почти все.*

В 2007, 2008 годах Аниме развивалось с катастрофической скоростью. Я тогда посмотрел «Наруто» и думал, что кроме «Наруто» и «Школьных войн» аниме больше нет, и спрашивал у всех, какое Аниме они знали, или слышали, какое существует. В тот период я смотрел всё подряд. Под тем же фанатизмом мои знакомые, под этим аффектом новизны ездили каждую неделю в «Аниме-рай» и сливали половину своей зарплаты, покупая

¹ Global Error (автор). Аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://aniwiki.net/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (Дата обращения 29.04. 2019)

всякой фигни»¹. Я тогда сделал прогноз, что эти люди «перерастут», успокоятся и будут без особого интереса смотреть на это. И через полтора года мой прогноз свершился – большинство уже не смотрят аниме, и говорят: «слава богу, я тогда не купил больше, куда теперь девать этот хлам?». Ничего не вечно, а когда смотришь, думаешь, что будешь интересоваться Аниме всю жизнь, но время проходит и понимаешь, что это было всего только увлечённостью. Но не все из тех людей «бросили» аниме, двое стали Отаку и до сих пор совершают рейды в «Аниме-рай»².

Автор «аниме-мемуаров» показывает, по каким мотивам люди, одно время увлекавшиеся аниме, испытывают разочарование; в более широком смысле – это механизм смены поколений в субкультуре: «Почему я разочаровался в аниме? После такого массового распространения по ТВ, для меня Аниме перестало быть такой отдалённой изюминкой, об которой знали не всё, но после показа по ТВ оно стало обычным. Люди типа меня сейчас остыли, охладели к аниме.

Аниме заполонило весь Российский интернет, залезь на любой форум, блог, даже не по тематике Аниме, везде анимешная «атрибутика», картинки, аватары, подписи, не тут так там, в комментариях встретишь ня, кawaii и т.п. На слово аниме в Яндексе находит 54 млн. страниц. Вы только вдумайтесь в цифру 54 млн. страниц про аниме на русском языке, это хватит по 1 сайту на каждого пользователя интернета в России. Аниме везде, в любом АВП, или ролике, везде встречается то картинка, то музон из аниме. Анимешники везде, вы только някните на улице, они сбегутся ниоткуда, сколько их – множество. Сколько клубов проводят

¹ Global Error (автор). Аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://aniwiki.net/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (Дата обращения 29.04. 2019).

² Advego.ru (автор). БиблиоУвлечение. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://librarian-otaku.blogspot.com/2011/05/aniwiki.html> (Дата обращения 13.01.2020).

аниме пати, даже кинотеатры снимают для проведения фестивалей, сколько сейчас фанатских магазинов развернулось.

Сейчас, как развитие аниме в России идёт на убыль (даже по тем же запросом Яндекса), среди анимешников остались Отаку, и «модные анимешники» 13-15 лет девочки, они смотрят аниме т.к. это модно, сейчас все смотрят, потом вырастут и забросят), а остальные люди первой (с 2000 по 2005, и второй волны 2005-2007 года) уже отказываются от Аниме»¹.

Характерно, что для автора, который «вырос» из своего увлечения, недостатками аниме стали те самые качества, которые раньше он считал достоинствами: «В Японии другой взгляд на мир, у Японии достаточно своеобразная культура... Мне не столько не нравится Аниме, сколько люди, которое сходят с ума по нему. Должна быть граница объективности. А когда видишь, что нормальные девушки ходят и говорят: «я ходил туда, я готовил», и всё в мужском роде, причем не только в интернете, но и в жизни, и ещё создают виртуальные семьи, уходя от реальности. В чём прикол? Также не понимаю людей, когда девочка 12 лет шрамирует себе на плече НЯ, или другая шрамирует на спине «KAWAI» , зачем доходить до такого фанатизма? Всё должно быть в разумных объёмах»².

Таким образом, зарождение японского аниме как жанра искусства относится ко второй половине двадцатого века, а распространение и популярность к концу XX – началу XXI века. Генетически искусство аниме в Японии восходит к комиксам «манга» и графическому роману для детей «лайт-новел», а развитие жанра аниме – это перенос контента из полувизуального в чисто визуальный жанр, что способствовало расширению

¹ Global Error (автор). Аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://aniwiki.net/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (Дата обращения 29.04. 2019)

² Global Error (автор). Аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://aniwiki.net/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (Дата обращения 29.04. 2019)

аудитории и большему эмоциональному воздействию на нее. Популярность аниме позволила использовать его для воспитания и социализации подростков и молодежи, что привело к жанровой и возрастной дифференциации аниме.

Сильно упрощая, можно сказать, что увлекательные образы и сюжеты аниме выступают в роли «сладкой оболочки» для доставки «педагогического лекарства». Однако аниме-культура в Японии выходит далеко за пределы этой функции, образуя целостный культурный универсум со специфическим визуальным метаязыком, синтезом традиционных и современных символов и культурных кодов.

На Западе аниме с его экзотическим для европейской культуры языком и сюжетами вначале попало в разряд «фантастики», а объединения поклонников (фанатов, фэнов) аниме выделились из первых американских фэндомов – групп любителей фантастики, унаследовав их организационные формы и субкультурные ритуалы. Можно утверждать, что непривычные для западного потребителя японские реалии в аниме выполняли роль «остранения» информации и отключали те барьеры, которые мешают детям и подросткам воспринимать прямые моральные наставления и полезные советы от собственных родителей, педагогов и других авторитетных взрослых. Аниме стало той формой художественной культуры, которая на современном уровне дополняет и/или выполняет функции, которые для предшествующих поколений играли фольклор, художественная литература, кино и телевидение – прежде всего, функцию метаязыка, который формирует общую картину мира.

Если символическая система у всех фанатов аниме общая, аниме-фэндомы в разных странах и даже на региональном уровне развиваются автономно. В России субкультура аниме возникла лет на 20 позже американской, но типологически они родственны и в дальнейшем развиваются параллельно. Группы фанатов аниме объединяются на основе

общих интересов, знание определенных аниме маркирует молодежные поколения, на периферии аниме-фэндома возникает более широкая социальная среда подражателей и обслуживающий ее нишевый бизнес.

1.2 Место аниме-фэндома в российской культуре

Под «местом» субкультуры аниме в российской (преимущественно молодежной) культуре мы понимаем выявление ее качественной специфики, относительной численности и типа взаимодействия с «другими» в сравнении с иными молодежными субкультурами. Относительно качественной специфики у субкультуры аниме существует свое место в различных типологиях и классификациях молодежных субкультур, сделанных различными исследователями по разным основаниям. Также под «местом» мы понимаем численные параметры субкультуры – долю фанатов аниме в численности российской молодежи в целом и соотношение с числом участников иных субкультур.

Определение численности и социального состава аниме-фэндома представляет определенные трудности, прежде всего потому, что молодежная субкультура – это не организация или политическая партия, в которой есть формальное членство. Однако можно констатировать, что анимешники представляют *меньшинство* в том смысле, какой придает этому термину Л.Г. Ионин, который считает, что в социальном контексте *меньшинство* – это не столько те, кого меньше, чем других, сколько те, чье поведение (или внешний облик, или способ одеваться, или сексуальная ориентация, или этническая идентификация и т. д.) отличается от нормального, как бы мы ни определяли понятие нормы¹.

¹ Ионин Л.Г. Парад меньшинств. М.: Московский Дом книги, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kartaslov.ru/%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%98%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BD_%D0%9B_%D0%93_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%

Когда мы говорим о субкультуре аниме, интерес представляет не только ее абсолютная и относительная численность, но и то, каково ее место в ценностно-нормативном континууме общества, как ее представители влияют на реальное общественное поведение, на воспитание молодежи, формирование личности и т. д. В самом широком смысле – как их поведение соотносится с господствующей в обществе нормой и какое место они занимают в спектре иных молодежных субкультур.

Поскольку российскую субкультуру аниме можно рассматривать и как дочернюю, и как существующую параллельно с японской и западной, скажем несколько слов о значении и численности этой субкультуры в других странах.

В Японии, как уже говорилось выше, аниме и манга являются элементами скорее базового ядра культуры, чем отдельной субкультурой. Аниме в Японии систематически смотрят не менее 50% граждан. Численность аниме-фэндома в Японии по разным данным составляет от 25 до 32% молодежи¹.

Динамика численности американского аниме-фэндома, его размер и активность участников настолько велики, что некоторые считают, что он превосходит субкультуру аниме в Японии, а привычные американские субкультурные практики воспринимаются на родине аниме как ненормальные или экстремальные. Тесное взаимодействие между западным аниме-фэндомом, продюсерами и создателями аниме-контента неслыханно для Японии. По данным AD Vision, крупнейшего из американских дистрибьюторов аниме, маркетинг аниме является оксюмороном. Продукт в

B4_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2/1. (Дата обращения 29.04. 2019)

¹Azuma H. Otaku: Japan's Database Animals : [англ.] / Translated by Jonathan E. Abel and Shion Kono. University of Minnesota Press, 2009. 176 p. P. 11 ; Отаку. Краткий анимешно-русский разговорник // Anime*magazine. М.: Сакура-пресс, 2004. № 3. С. 37. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.animag.ru/> (Дата обращения 28.09.2019)

основном продается сам по себе, «вам просто нужно мириться с бешеными фанатами»¹.

Вокруг аниме-фэндома вырастает огромная многомиллиардная индустрия аниме-фэшион, которая производит мебель, одежду, игрушки, украшения и даже автомобили в стиле аниме для широкой аудитории, выходящей далеко за пределы этой субкультуры. Причем японцы примерно до 1996 года отказывались верить, что может быть международный рынок для чего-то, что было намеренно предназначено для внутреннего потребления. Однако уже в 2005 г. американская аниме-индустрия принесла японской экономике 6,7 млрд. долларов. В западном мире аниме генерирует (приносит) Японии 18 миллиардов долларов. Это больше, чем дает любой иной японский экспортный продукт, за исключением автомобилей, электроприборов и стали².

Сами американцы признают, что ни одна другая импортированная культурная продукция, кроме аниме, никогда не оказывала такого глубокого и длительного воздействия на культуру США. Говорят даже, что американские поклонники аниме «сознательно или бессознательно продвигают японский империализм. Причем сами японцы не прочь превратить Америку в экономическую и культурную колонию Японии»³.

Исследования любого вида фэндома – относительно новый научный жанр, тем более это относится к изучению субкультуры аниме, которая зародилась и получила распространение сравнительно недавно. Субкультура аниме в США обычно считается частью субкультуры любителей фантастики, со своей спецификой.

¹ Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom (Дата обращения 28.09.2019)

² Sean Leonard. P. 4.

³ Kasa N. P. 2.

В России существует несколько классификаций, которые позволяют показать место и роль субкультуры аниме в молодежной и «большой» культуре и российском обществе.

Представители аниме-культуры могут быть выделены из российского социума как социологическая *категория* и как реальная *группа*. «Любители аниме» как *категория* представляет собой инструмент научного анализа и не предполагает существования между ними реальных социальных связей. Не каждый поклонник аниме как жанра искусства принадлежит к субкультуре аниме, точно так же, как не каждый владелец мотоцикла является байкером, и не каждый любитель футбола становится футбольным фанатом.

Группу от категории отличает наличие общих ценностей и целей, а также иные признаки:

1) В группе господствует *сознание взаимозависимости*, принадлежности к группе. Это даже не столько сознание, сколько чувство, потому что речь идет не столько о функциональной, сколько об эмоциональной зависимости. Иногда это называется корпоративным чувством.

2) В группе существует специфическая нормативная структура. Когда возникает *нормативная структура*, возникает и конформное по отношению к группе и, соответственно, отклоняющееся поведение.

3) Формируется *ролевая структура*. Существуют весьма сложно организованные группы, наряду с которыми встречаются крайне слабо сплоченные образования, соответственно, возникают разные типы структур.

4) Формируются *структурные иерархии*. Возникает система статусов, система власти, система авторитетов.

5) Складываются *групповые границы*, например, правила приема в группу и, соответственно, правила исключения.

6) Возникают *групповые символы* (флаги, эмблемы и т. п.).

7) Формируется *групповое владение*¹.

Для целей нашего исследования была использована классификация Л.Г. Ионина, который считает, что *субкультуры*, в самом широком смысле, – это группы, имеющие специфические ценности, модели поведения, вещный мир, язык, которые отличают их от других индивидов и групп в составе общей, или объемлющей культуры.

По мнению Ионина, субкультуры и меньшинства – это, в принципе, одно и то же. Л.Г. Ионин призывает также четко отличать субкультурный модус существования индивида как субкультурной идентичности (это, собственно, и есть индивид как представитель группы меньшинства) от субкультуры как моды. В первом случае субкультурная жизнь переживается непосредственно и всерьез как единственная собственная жизнь, во втором случае (мода) результатом подражания становится усвоение отдельных, чаще всего изолированных элементов стиля и образа жизни субкультурных групп (скажем, элементы языка, одежды, питания, манеры поведения), которые часто заимствуют у субкультурной молодежи респектабельные особы зрелого возраста. Применительно к субкультуре аниме это будет подразделение на аниме-фэндом (реальное сообщество фанатов аниме) и аниме-фэшион – стилистика аниме, которая распространяется на периферии фэндома или даже за его пределами, в «большой», «основной», «взрослой» культуре. Разница заключается также в том, что аниме-фэндом – это «культура соучастия», а аниме-фэшион – культура потребления².

Существуют несколько критериев классификации групп меньшинств или субкультур. Согласно Л.Г. Ионину, меньшинства можно подразделять по

¹ Ионин Л. Г. Восстание меньшинств. М.; СПб.: Университетская книга, 2013. С. 137.

² Ионин Л.Г. Парад меньшинств. М.: Московский Дом книги, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kartaslov.ru/%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%98%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BD_%D0%9B_%D0%93_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B4_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2/1 (Дата обращения 20.11.2019)

типу их взаимоотношений с окружающей социальной средой, а если сказать точнее, по типу взаимодействия с нормативной структурой «вмещающего» общества, то есть общества большинства. Указанные типы взаимодействия меньшинств с окружающей социальной средой можно еще интерпретировать как *стратегии меньшинств*.

Нам наиболее функциональной представляется классификация Л.Г. Ионина, который выделяет четыре типа такого взаимодействия: Первый: *ассимиляция* – это когда сами меньшинства чаще всего в полном согласии с установками «вмещающего» общества ориентируют свою стратегию на максимальное приспособление к нормам последнего и, в конечном счете, на «растворение» в нем. Это стратегия была типичной, в частности, для многонационального советского государства, где действовала постоянная тенденция нивелирования разных «меньшинственных» проявлений, которая вела к формированию «новой исторической общности – советского народа».

В ином виде стратегия ассимиляции реализовывалась в идее «плавильного котла», каковым рисовали себя США, где, якобы, происходила «переплавка» всевозможных национальных особенностей и проявлений и возникновение некоего итогового культурно-антропологического типа. В обоих случаях, конечно, имело место не «сплавнение» равных форм, а именно ассимиляция, то есть приспособление к некоему ведущему типу (модернизированному русскому в СССР, англосаксонскому в США).

Ассимиляции подвергались как национальные (этнические) меньшинства, так и социальные группы меньшинств – например, локальные сельские и городские уклады, сословно-профессиональные группы (казаки, ремесленники, купцы, крестьяне и др.), религиозные общины (вероисповедания, толки, секты) и гендерные меньшинства (например, «женщины Востока» или «домохозяйки»). Ассимиляция в период Модерна была процессом нивелирования локальных субкультур в единую

национальную культуру, что обеспечивало возможность взаимодействия нормативных систем (политической, правовой, экономической и т.д.).

Стратегии ассимиляции или, по крайней мере, социальной «мимикрии» может придерживаться как субкультура в целом, так и ее отдельные наиболее конформистские слои или индивидуумы. Так, один из владивостокских анимешников во время интервью сказал: *«Мне 23 года и я смотрю аниме с 7 лет. Верите или нет, но у меня нет мысли, что к анимешникам как-то плохо относятся. Я, конечно, никогда не одевался в любимых персонажей, не вел себя как они и т.д. Было время, в школьные годы, я покупал значки с персонажами, различные футболки с принтами и сумки, это было сделано не с целью привлечь внимание, а потому что мне нравилось, вот и все. Если человек разумно чем-то занимается и увлечен без вреда для своего социального статуса, психического здоровья, развития и т.д. то почему бы ему этим и дальше не заниматься? В повседневной жизни мое увлечение мне никак не мешает. Всему должна быть мера, в том числе и фанатизму от чего-то или может...от кого-то? Возводить персонажей аниме в кумиров всей жизни явно не стоит, потому что это препятствует саморазвитию и дальнейшему образу жизни. В конце концов, взрослеть приходится без вреда для карьеры, например»¹.*

Второй тип, противоположный ассимиляции, это *геттоизация*, то есть образование гетто, замкнутых сообществ, как можно менее общающихся с внешним миром. Геттоизация характерна для многих национальных меньшинств, хотя для разных меньшинств в разной степени и в силу разных обстоятельств. Широко известны еврейские гетто в городах европейского Средневековья и Нового времени, китайские гетто (чайна-тауны) в Европе и Америке, как в прошлом, так и ныне, а также частично гетто других нацменьшинств в Европе и Америке.

¹ Интервью А05. Полевой дневник автора, 2017 г.

Также геттоизация как сознательная стратегия характерна для религиозных меньшинств – так называемых «милленаристских сект», а также новых религиозных движений, – которые стремятся вывести своих сторонников из-под влияния внешнего мира и сконцентрировать их пространственно для целей построения нового Царства Божия в одной отдельно взятой общности, на одном изолированном клочке земли, то есть, другими словами, в гетто.

Новые субкультуры в момент генезиса и формирования, в период «горячей» веры и вербовки неофитов могут избирать стратегию геттоизации, особенно если встречают настороженность и отторжение со стороны «родительской» культуры. Субкультура аниме в Америке подвергалась стигматизации и вызывала негативную реакцию со стороны консервативных слоев американского общества, т.е. какое-то время действовала в определенном «виртуальном гетто» или «подполье».

Парадоксальным образом, именно этот оттенок «тайного общества» особенно привлекает подростков и молодежь и способствует широкому распространению «запретного плода». Субкультура в рамках «гетто» укрепляется, расширяется, завоевывает нишу на рынке, первое поколение неофитов взрослеет – в то же время «родительская» культура привыкает к ее существованию, они взаимно адаптируются и переходят на следующий этап существования.

Современные молодежные субкультуры отличает специфический тип геттоизации – они бегут не в реальную «пустыню», а в виртуальные миры, а обвинения их в «эскапизме» со стороны «нормальных», несубкультурных людей служит способом дискриминации и стигматизации субкультуры. Во время бесед с анимешниками тема «эскапизма» возникает часто, заметно, что аргументация против этого обвинения выработана уже давно и используется постоянно: *«Говорят, что анимешники – это неудачники, которые бегут из реальности. А теперь вопрос – обязательно ли эскапизмом должны*

страдать именно неудачники? И ещё – только ли аниме и фэнтези являются эскапизмом? Чем бы человек не увлекся, если прямо сильно – это уже эскапизм. Если кто целый день режет поделки из дерева, или строит "по-взрослому" детскую железную дорогу, или живёт от рыбалки до рыбалки – это тоже своего рода бегство от реальности. Можно "эскапировать" даже в гараж (чем успешно занимаются многие мужчины, за что их потом пият жёны). И, опять же, это не обязательно говорит о "статусе неудачника"¹.

Третий тип – мультикультурализм. Это равноправное сосуществование в условиях тесного соседства и взаимопроникновения меньшинств любого характера – национальных, религиозных, сексуальных и т. д. – которое предписывает современная форма социокультурной организации, именуемая себя и именуемая многими постмодерном².

По модели мультикультурализма происходит взаимодействие различных субкультур в молодежной культуре России и, шире, в российской культуре вообще. После распада советской тоталитарной (моностилистической) модели культуры, российская культурная модель обладает чертами полистилизма: в ней присутствует широкий спектр субкультур, светских и религиозных, столичных и периферийных, западных и восточных, (псевдо)сословных и профессиональных (корпоративных). В молодежной культуре в постсоветский период сменилось несколько волн субкультур, ставших маркерами своих поколений: рокеры, ролевики (толкиенисты и др.), готы и эмо и т.п. Субкультура аниме занимает среди них равноправное место. Следует также сказать, что молодой человек, который

¹ Интервью А03. Полевой дневник автора, 2017 г.

² Ионин Л.Г. Парад меньшинств. М.: Московский Дом книги, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kartaslov.ru/%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%98%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BD_%D0%9B_%D0%93_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B4_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2/1 (Дата обращения 20.11.2019)

склонен в принципе к активному поиску культурной идентичности, может перепробовать множество субкультур, пока не найдет подходящую или не утратит энергию поиска.

И, наконец, последний, четвертый тип взаимодействия меньшинств с нормами вмещающего общества – наряду с ассимиляцией, геттоизацией и мультикультурализмом – это *экспансионизм*. Экспансионизм, как это понятно из самого термина, представляет собой форму распространения (экспансии) меньшинства (то есть характерной для него нормативной системы и всех регулируемых ею моделей и отношений) вширь и подчинения ему все большего и большего числа сегментов и аспектов вмещающего общества. При этом типе взаимодействия меньшинство стремится вырасти (как по значимости, так иногда и количественно) и занять место большинства, то есть стать большинством либо на какой-то определенный малый период времени, как, например, в случае *моды*, либо насовсем и повсеместно, как «класс для себя» К. Маркса, господствующее нацменьшинство, революционная партия. В этом случае доминирование будет носить тотальный (моностилистический) характер, т.е. субкультура займет место базовой культуры.

Субкультура аниме, безусловно, продемонстрировала большой экспансионистский потенциал, распространившись далеко за пределы места возникновения, завоевав большое количество поклонников. Однако речь идет исключительно о мирной культурной экспансии. В отличие, допустим, от «новых левых», «правого популизма», феминизма или религиозного фундаментализма, аниме-фэндом не ставит целью завоевание политической власти и насильственного насаждения аниме-культуры в школах и ВУЗах, не стремится захватить федеральные каналы и навязывать любимые сериалы всем возрастам и социальным слоям населения.

Престиж и уважение в аниме-фэндоме связаны, скорее, с эзотеризмом, т.е. углублением знаний, чем экспансионизмом, т.е. широким расширением

круга сторонников. В целом, субкультура аниме не имеет того типа экспансионистского потенциала, который угрожал бы доминирующей культуре и/или другим субкультурам. Однако можно утверждать о распространении языка (символики) этой субкультуры в повседневной жизни за пределами фэндома.

Большинство участников субкультуры аниме относится к молодежи, хотя часть отаку, безусловно, уже вышли из молодого возраста. Поэтому необходимо выяснить специфику аниме-фэндома как молодежной субкультуры, а также его место среди иных молодежных субкультур. Оригинальная классификация молодежных субкультур представлена Т.В. Латышевой¹.

Под *молодёжной субкультурой* Т.В. Латышева понимает совокупность эстетических, политических и иных ценностных ориентаций, символику, модели поведения, жизненный стиль и внешнюю атрибутику какой-либо группы молодёжи, представляющую собой самостоятельное целостное образование в рамках общей культуры нации. При этом молодёжная субкультура далеко не всегда антагонистична по отношению к другим формам культуры, она может включать в себя многие общекультурные элементы, создавая их оригинальные комбинации и дополняя материальными артефактами и духовными составляющими.

Т.В. Латышева типологизирует молодёжные субкультуры *по стадии внутреннего развития*. Субкультуры *прошлого* (40 – 80-е гг. XX века) (не существующие в настоящее время: моды, тедди-бойз, стиляги, битники, митьки, люберы и пр.). *Реанимированные субкультуры* (воспроизводящие стилистику субкультур 60 – 90-х гг. XX века: хиппи, готы старой школы, гранджеры, глэм-рокеры и др.). Эти группы малочисленны сегодня, их идеология и основные ценностные ориентации подверглись значительной

¹ Латышева Т.В. Феномен молодежной субкультуры: сущность и типы. // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 93-101.

трансформации. *Современные субкультуры* (которые зародились многие десятилетия назад и сейчас не теряют популярности). Ценностные ориентации и стиль жизни представителей таких субкультур, как байкеры, металлисты, наци-скинхеды, футбольные фанаты практически не изменились со времён их возникновения, они существуют стабильно на протяжении длительного времени. Хип-хоп, гламур, готика, индустриальная субкультура, фрик-культура и пр. находятся на стадии активного развития, появляются новые течения в их рамках, меняется стилистика (например, эмо-культура). К *современным субкультурам* относится и аниме-фэндом.

Латышева выстраивает типологию современных субкультур по двум основаниям: *главному системообразующему признаку субкультуры и гендерной ориентации.*

Типологизируя субкультуры по основному системообразующему признаку, Латышева выделяет *спортивно-игровые* субкультуры, которые предполагают объединение молодых людей на основе любительских занятий определённым видом спорта (скейтбординг, роликовые коньки, BMX, сноубординг, мотоциклетный спорт), спортивного фанатизма (футбольные фанаты) или же участия в костюмированных постановочных играх, также связанных с реальной физической активностью (ролевики, в частности толкиенисты; реконструкторы).

Для *музыкальных субкультур* главным системообразующим признаком является увлечение тем или иным стилем музыки. *Клубные* субкультуры существуют лишь в стенах ночного клуба, в повседневности субкультурная принадлежность индивида может никак не проявляться (как это чаще всего бывает у современных посетителей рейвов), или же принимать менее эпатажный вид (фрики).

Для *криминальных субкультур* главный типобразующий признак – противоправный характер деятельности, а также общее пристрастие их участников к «уголовной романтике». К молодёжным криминальным

субкультурным формированиям она относит неонацистские объединения скинхедов, сообщества гопников, а также преступников, действующих в виртуальном пространстве – хакеров.

Комплексные субкультуры без доминирующего системообразующего признака также возникают и существуют. Помимо собственной музыкальной сцены, в них присутствуют и иные формы искусства (литература, живопись, фотография и др.), как создаваемые в рамках самих субкультур, так и заимствованные из общекультурного наследия. Направленность их деятельности также различна и не ограничивается какой-либо доминирующей формой активности. Можно сказать, что это *субкультуры образа жизни*.

По этой классификации, аниме-фэндом относится к *комплексным субкультурам*, т.к. их активность развивается вокруг синтетического вида искусства, где преобладают визуальные образы, но имеется также текст (вербальная составляющая), большое значение имеет музыка (j-rock и k-pop). В образе жизни анимешников присутствуют как пассивные практики (просмотр аниме), так и активные – квартирная или уличная тусовка, участие в фестивалях (косплей), любительское творчество в жанре аниме и манга (фотография, рассказы, рисунки, анимация, переводы с японского и английского, создание субтитров, сайтов и т.д.).

В качестве важнейшего признака, дифференцирующего молодёжные субкультуры сегодня, Латышева считает их *гендерную ориентированность*. Она позволяет их носителям экспериментировать с собственной гендерной идентичностью. Маскулинность и андрогинность – два полюса гендерной субкультурной ориентации, порождающие конфликты между субкультурными группами. Существуют и субкультуры без выраженной гендерной ориентации – как с сохранением гендерных ролей (гламур, ролевики, хип-хоп), так и гендерно индифферентные (панк, раста, инди, рейв, альтернатива, многие спортивные субкультуры).

Маскулинная ориентация подчёркивает мужественность носителей субкультуры, которая в подобном понимании соотносится с брутальностью и культом физической силы. Агрессивная маскулинность преобладает в криминальных субкультурах (гопники, скинхеды, АУЕ и др.), а также тех, которые разделяют консервативные, «традиционные» ценности (казаки, православные и исламистские молодежные движения и группировки).

Андрогинность, предполагающая нивелирование граней различимости полов, достигается посредством использования особо стилизованной внешней атрибутики противоположного пола, инверсии стереотипных форм поведения, предписанных гендерными ролями. Она может быть как способом субкультурного самовыражения, так и общей тенденцией в области современной моды. Андрогинность не тождественна гомосексуальности или трансвестизму, хотя отдельные элементы данной практики могут быть использованы.

Субкультура аниме относится к *андрогинному типу*, что вообще свойственно всем футуристическим, постмодернистским субкультурам, ориентированным на виртуальную реальность.

Современные молодёжные субкультуры не являются изолированными образованиями. Несмотря на то, что субкультуры, составляющие основные течения в рамках современных молодёжных движений, значительно дифференцированы в идейном и ценностном отношении, их объединяет ряд важнейших характеристик. Т. Щепанская, исследующая российские молодёжные субкультуры с 1990-х годов, отмечает, что неполитические или неформально-политические группировки прямо отрицают наличие у них идеологии, не могут связно изложить её или постулируют идейный плюрализм как основу своей платформы. Поэтому в современном урбанизированном социуме консолидирующим фактором для подобных молодёжных субкультур и движений является не идеология, а особенности

жизненного стиля, отличающие людей и атмосферу этого сообщества от всех остальных¹.

В современном обществе тенденция к укрупнению субкультур и образованию больших молодёжных направлений имеет место, как в России, так и за рубежом. С этим процессом связано и изменение идентификации субкультурной молодёжи, всё чаще отрицающей свою принадлежность к той или иной субкультуре, но осознающей связь с более крупным образованием, т.е. движением. Примером укрупнения субкультурных образований в середине 2000-х годов является т.н. «dark-культура» (используются также понятия «тёмная культура», «шварц-сцена» и др. самоназвания), объединяющая такие субкультуры как готика (идейное и стилистическое ядро движения), индастриал (industrial), фетиш/BDSM, фрик (freak), японский рок (j-rock) и металл, тяготеющий к мрачной около готической эстетике (black metal, death metal, doom metal, love metal).

После широкого распространения субкультуры аниме, готы были как бы «ассимилированы» внутрь аниме-фэндома, где есть свой вариант «готики» – например, в этом стиле выдержан знаменитый аниме-сериал «Темный дворецкий. При этом готы стали более «гламурными», есть даже направление моды (аниме-стиль) «аристократ и готичная лолита».

Т.В. Латышева выделяет несколько направлений, интегрирующих современные молодёжные субкультуры на следующих основаниях: стилистическая близость и единое семиотическое пространство – общность символики; единая музыкальная сцена; единое коммуникативное пространство, образованное в результате общности объектов инфраструктуры (клубов, магазинов, журналов)².

¹ Щепанская Т. Антропология молодёжного активизма // Молодёжные движения и субкультуры Санкт-Петербурга (социологический и антропологический анализ). СПб.: Норма, 1999. С. 264-265.

² Латышева Т.В. Феномен молодежной субкультуры: сущность и типы. // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 96.

Анимешники относятся к более широкому движению гиков¹, куда входят помимо них фанаты виртуальных и интеллектуальных игр, косплееры, любители гаджетов и научной фантастики. Они обычно объединяются на общих фестивалях (например, Comic Con)².

Типологии молодёжных субкультур и направлений демонстрируют сложный характер данных феноменов, проявления которых требуют различных методов эмпирического исследования и толкования. Выделенные субкультурные типы классифицируются по разным основаниям, и всегда с точки зрения постороннего наблюдателя, который сам не разделяет смыслов и ценностей субкультуры.

Эмпирические исследования субкультуры аниме. Распространенность (численность) молодежных субкультур, в том числе и аниме и отношение к ним молодежи изучают с помощью качественных и количественных эмпирических методов: социологических опросов (анкетирование), интервью, изучения соответствующих сайтов. Первые российские исследования аниме начались в 1990-е гг. и вначале затрагивали только столичные города (Москву и Петербург).

Ю.Д. Михайлова, на основе изучения анимешников в СПб и европейской части России считает, что в большинстве своём *отаку* – это студенты колледжей или университетов, а также те, кто не сдал

¹ Гик - (англ. Geek) - человек, чрезвычайно увлечённый чем-либо; фанат. Изначально гиками именовали людей, увлечённых высокими технологиями (обычно компьютерами и гаджетами). В 2000-е годы распространилось другое значение слова: человек, увлечённый популярной культурой, член фэндомы. Есть также точка зрения, что гики образуют единое сообщество поклонников фантастики и технологий. Источник: COBUILD Advanced English Dictionary. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/geek?showCookiePolicy=true> (Дата обращения 12.12.2019)

² Молодежные субкультуры: Гики. Социология молодежи. Электронная энциклопедия под редакцией проф. Вал. А. Лукова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.soc-mol.ru/encyclopaedia/subcultures/page/2/> (Дата обращения 12.12.2019); Jessica McCain, Brittany Gentile, W. Keith Campbell. A Psychological Exploration of Engagement in Geek Culture [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0142200> (Дата обращения 30.01.2020)

вступительные экзамены в ВУЗы по той или иной причине (в том числе из-за финансовых трудностей) или был отчислен из них. Из проведённых интервью стало ясно, что деятельность, связанная с аниме и манга, занимает большую часть жизни отаку. Однако никто из опрошенных не выразил чёткого намерения связать свою будущую профессию с манга или аниме. По ее мнению, в середине 1990-х годов аниме и манга стали психологической отдушиной; способом идентификации для молодёжи из мало обеспеченных интеллигентных семей, которая чувствовала отвращение к новым капиталистическим отношениям и ассоциирующейся с ней криминальной деятельностью¹.

В середине 2000-х годов некоторые отаку первого поколения стали профессиональными дизайнерами, переводчиками, кинокритиками, искусствоведами или выбрали другие интеллектуальные профессии. В этом смысле можно говорить, что увлечение аниме (шире – японской культурой) способствует пробуждению творческой активности. Как признают сами отаку: «В целом, аниме-фэнство – удел среднего класса, у которого есть кое-какие «лишние» деньги на развлечения, но нет денег на постоянные развлечения вроде «невывезания» из ночных клубов и переездов между Гавайями и Таиландом»².

Российские любители аниме вскоре осознали, что для лучшего удовлетворения их культурных потребностей необходимо создать определенные организационные формы. Такая организация появилась в Москве осенью 1996 года под названием Р.Ан.Ма. Её задачи были определены следующим образом: (1) пропагандировать и популяризировать

¹ Mikhailova Y.D. Anime and Manga in Contemporary Russia – A Bridge between the Two Countries? // Russo-Japanese Mutual Images and Representations Seen through Visual Media — for Understanding Relations between Japan and Russia, Report on Academic Research Project for the period 2003-2004. Hiroshima: Ichiritsu Daigaku, 2005. Pp. 113-133.

² Иванов Б. Кто такие отаку? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://anime.dvdspecial.ru/Articles/otaku.shtml> (по состоянию на 01.12.2006). (Дата обращения 12.10.2019)

аниме и манга, как разновидность современной японской культуры в России; (2) вызвать у русской аудитории интерес к аниме и манга, особенно среди молодого поколения; (3) объяснить российской публике суть аниме и манга, чтобы развеять неправильное представление об этих видах японского искусства, а также японской культуре в целом; (4) помочь начинающим поклонникам аниме и манга найти своих единомышленников и ответы на интересующие их вопросы; (5) создать в России рынок, на котором бы манга и аниме воспринимались не как «экзотическое восточное извращение», а как полноценное и оригинальное развлечение, не менее достойное коммерческого успеха, чем уже популярная в России западная массовая культура». К 2002 г. у Р.Ан.Ма было уже 15 региональных отделений, в том числе с 2001 г. во Владивостоке¹.

А.Н. Наймушина в приложении к кандидатской диссертации предоставляет данные не о численности участников субкультуры аниме, а о динамике мероприятий по тематике аниме: в 2000-2010 гг. на территории РФ прошло 41 мероприятие, а только в 2012 г. – уже 113 (из них 45 фестивалей), в 2016 – 270, причем их география значительно расширилась².

По мнению экспертов из среды субкультуры аниме, первая волна моды на аниме среди молодежи приходится на 2007-2010 гг., однако затем это движение продолжало экстенсивно расширяться как в региональном разрезе от центра к периферии, так и в виде экспансии во внесубкультурную среду. В 2018 г. анимешный слэнг можно было услышать даже на федеральных каналах (няшный, кавайный). Понятия из мира аниме стали применять как общепонятные для объяснения сложных политических явлений. Например,

¹ Цит. по: Mikhailova Y.D., Torchinov E.A. Images at an Impasse: Anime and Manga in Contemporary Russia // Japan and Russia. Three Centuries of Mutual Images. – Folkestone: Global Oriental, 2008. P. 175-191. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mangalectory.ru/articles/ml68#prim19> (Дата обращения 23.08.2019)

² Наймушина А.Н. Диффузия культуры как предмет социально-философского исследования (на примере диффузии Анимэ в России). Дис...канд. философ. наук. Ижевск, 2016. С.206.

«Россия – косплей демократии» или «Зеленский косплеит «Слугу народа»»¹. Субкультура аниме не вытесняется новыми молодежными субкультурами, она сосуществует с ними, дифференцируется внутри себя (например, из нее выделились «ванильки», к японским «идолам» добавились южнокорейские), а также «делится» с ними своей эстетикой и символикой. Пик популярности аниме, судя по всему, еще не достигнут.

Для сравнения примерной численности и социального состава анимешников в разных регионах в целях нашего исследования представляет интерес работа В.Б. Хасьянова и А.С. Зайцева, проведенная в Иркутской области в 2013 г. Она дает материал для сравнения региональных аспектов одной субкультуры. Анализ сообществ в социальных сетях показал, что в Иркутской области представителями субкультуры аниме являются около 1,5–2 тыс. человек, т.е. не более 2% молодежи². На основе опроса 307 человек – активных участников аниме-сайтов и групп выяснено, что состав представителей субкультуры аниме неоднороден: среди них есть лица в возрасте от 12 до 40 лет, при этом наибольший процент зрительской аудитории находится в возрастном диапазоне от 18 лет до 21 года.

С помощью ответов на вопрос «В скольких мероприятиях с тематикой аниме вы принимали активное участие (в т. ч. в организации и проведении) за последние 5 лет?» была оценена социальная творческая активность респондентов. Распределение результатов было следующим: не посетили ни одного мероприятия 21,17%, посетили 1-2 мероприятия – 26,71%, 3-5 – 28,99%, 6-10 – 12,70 %, более 10 – 10,43%. Таким образом, 78,83 % опрошенных принимали активное участие в жизни сообщества.

¹ К. «Врен» Говорун (гл. ред. журнала «Страна игр»). С чем связан пик популярности аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://thequestion.ru/questions/431623/s_chem_sviazan_tekushchii_pik_anime_v_70e564e1 (Дата обращения 25.09.2018) и др.

² Хасьянов В. Б., Зайцев А.С. Субкультура аниме как культурно-информационный феномен (на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области) // Научный диалог. — 2014. — № 11 (35): Психология. Педагогика. — С. 75–88.

Для того чтобы оценить, насколько востребованными являются данные мероприятия, респондентам был задан вопрос: «В мероприятиях какого рода, связанных с тематикой аниме, вы бы хотели принять активное участие?» Самым востребованным видом аниме-событий оказался косплей-фестиваль – 34,20%, аниме-вечеринка – 22,17%, фотосессия – 22,15%, карнавал-шествие – 16,29%, аниме-показ – 14,98%, аниме-квест – 14,01%, флэшмоб – 13,03.

Авторы отмечают, что в области действуют три молодежных организации с аниме-тематикой, с 2006 г. начали проводится косплеи и др. мероприятия, в основном на базе Иркутских ВУЗов¹. Сравнительно низкую численность анимешников в Иркутской области можно объяснить, на наш взгляд, неблагоприятной социальной обстановкой и преобладанием среди молодежи криминальной субкультуры АУЕ.

Молодежные субкультуры, в том числе и аниме, изучают не только ученые с научными целями, но и педагоги, психологи и чиновники с целью контроля и воспитания подростков. Нам кажется, что в этом практическом контексте субкультуру аниме также интересно рассмотреть.

Удалось найти аналитическую справку методиста-социального педагога Социально-психологической службы при управлении образования администрации города Коврова (Московской обл.) Н.В. Сидоровой, составленную 26.11.2015 г. «Анализ результатов анкетирования учащихся общеобразовательных организаций города Коврова по теме «Что я знаю о молодежных группировках». Цель опроса: реакция на запрос МВД в рамках борьбы с экстремизмом среди молодежи.

В ходе анкетирования обследовано 1683 учащихся, в возрасте от 14 до 17 лет. Первым пунктом анкеты всем тестируемым предложили закончить предложение «Молодежная субкультура – это...» Этим вопросом они пытались выяснить понимание данного определения в обществе.

¹ Хасьянов В. Б., Зайцев А.С. Субкультура аниме как культурно-информационный феномен (на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области) // Научный диалог. — 2014. — № 11 (35): Психология. Педагогика. — С.84.

Основные группы ответов были следующие:

- Группа подростков со сходными интересами – 34,6%,
- Не знаю – 31%
- Способ самовыражения, выражения личностных особенностей – 10%,
- Знакомое понятие – 6%,
- Способ выделиться – 5%,
- Свой образ жизни – 2,7%,
- Неформальные люди с неформальными интересами – 2,3%,
- Объединение людей для определенных целей – 1,3%,
- Направление, которому старается следовать молодежь – 0,95%,
- Группа людей, поведение которых отличается от общих принятых правил – 0,65%,
- Мода – 0,65%,
- Бред, идиотизм – 0,3%,
- Движение, придуманное человеком и нелегально распространяющееся дальше – 0,23%

При ответе на вопрос: «Какие вы знаете подростковые субкультуры, неформальные молодежные объединения?» учащиеся вспомнили следующие субкультуры: готы (16%), эмо (15%), панки (13%), рэперы (10%), **аниме (8,5%)**, скинхеды (5%), хипстеры (2,5%), антифа (2,1%), рокеры (2%), неонацисты (3%), хиппи (1,6%), ультрас (1,5%), байкеры (1%), нацисты (0,3%), металлисты (0,3%), неоязычники (0,18%), околофутбола (0,18%), гопники (0,06%), не знают – 7,5%, знают – 12%.

Большинство голосов получили лишь 4 субкультуры: готы, эмо, панки, рэперы, на их долю приходится примерно 54% от всех выборов, в то время как на остальные 14 субкультур – 46 %.

В вопросе: «Какие неформальные молодежные группировки представлены в нашем городе?» опрошенные выделили уже 39 объединений. Среди них: эмо (10%), готы (13,5%), **аниме (16%)**, панки (13%), рокеры (1,2%), ультрас (1,9%), скинхеды (5%), нацисты (1,2%), реперы (13,4%), неоязычники (0,21%), байкеры (0,45%), антифашисты (0,8%), антифа (1,2%), хипстеры (2%), неонацисты (1,6%), околофутбольщики (1,5%), ванильки (0,17%), гопники (2 человека), слэшеры (2 человека), металлисты (0,03%), фандомные (2 чел.), СХЭШ (1 чел.), наркокурильщики (1 чел.), эмари (1 чел.), фрики (1 чел.), хувианы (2 чел.), шерлокоманы (1 чел.), кокеры (1 чел.), руферы (1 чел.), ультраправые (1 чел.), хиппи (0,5%), скейтеры (0,1%), тамблеры (0,1%), веб-панки (0,03%), витчауты (0,03%), сатанисты (0,17%), белые фашисты (1 чел.). 13% опрошенных не знают, какие молодежные группировки есть в их городе. Наибольшее количество голосов получили субкультуры **аниме**, готы, реперы, эмо.

Большая часть опрошенных, а точнее 43%, считают, что субкультуры делятся на негативно и позитивно настроенные. Однако, нередко (27% опрошенных) подростки затруднялись разделить конкретные субкультуры на позитивные и негативные. Часть опрошенных (30%) не разделяют неформальные объединения на позитивные и негативные.

И все же, как разделили неформальные объединения респонденты? Автор справки посчитала все положительные и отрицательные выборы по каждой субкультуре с учетом знака и путем их сложения получили для каждой индекс позитивности/негативности. Итак, по мнению, участников анкетирования, самым деструктивным поведением отличаются готы (–349), скинхеды (их индекс –287), следующими в черном списке значатся реперы (–273), эмо (–240), неонацисты (–175), панки (индекс –89), неоязычество (–68), ультрас (–45), околофутбола (–19), антифа (–4) и т.д. Лидерами в позитивном списке стали **аниме (+473)**, затем рокеры (+18), и т.д.

В целом отмечается преобладание «негативных» субкультур над «позитивными» (1707 выборов, против 1262). Субкультур с деструктивным поведением выделено больше, и в основном все отрицательные выборы сосредоточены на нескольких субкультурах, представленных на диаграмме. Список позитивно настроенных субкультур меньше, и значения по каждой субкультуре меньше.

На вопрос «К какой субкультуре вы себя относите?» ответило 9% опрошенных. Из них 4% относят себя к **аниме**, 1,3% – к реперам, 0,9% – к панкам, 0,5% – к рокерам, 0,2% – к хипстерам, 0,2% – к ультрас, 0,35% – к русскому топ-рэпу, 0,18% – к эмо, по 0,1% – к киберспорт, слэш, эмарь, фандомные, околофутбола. Также среди опрошенных есть (по 1 человеку) представители таких субкультур, как неоязычество, паркур, варкаут, неонацизм, скинхеды, хиппи, **отаку**.

Выводы, к которым приходит автор справки – очень толерантные и корректные: «Присоединение к неформальной группе – нормальный и закономерный выбор подростка. Исходные мотивы, приводящие его в неформальные группы, оцениваются исследователями как естественные для данного возраста. Объединение в группы можно рассматривать как средство выхода внутренней активности, реализации потребностей самоидентификации, самоутверждения, свойственным отнюдь не только подростковому возрасту.

Более того, можно смело предположить, что по мере дальнейшего расширения демократии число неформальных образований и их участников будут возрастать. Поэтому педагогам необходимо вооружиться знаниями о внешнем виде, идеологии, символики и психологических особенностях представителей различных субкультур. Это позволит легче находить общий

язык с любой группой подростков и просчитать реальные и мнимые опасности вхождения в ту или иную субкультуру»¹.

Исследование Н.В. Сидоровой коррелирует с выводами Т.В. Латышевой. Считается, что в развитых обществах нормой является ситуация субкультурного плюрализма, когда социум представляет собой совокупность сосуществующих этнических, профессиональных, религиозных, территориальных, и, конечно, молодёжных субкультур, каждая из которых обладает собственной картиной мира, включающей собственную систему норм и ценностей, взглядов, убеждений и интересов². Однако, толерантное отношение к некриминальным молодёжным субкультурам, не связанным с развлекательным культурным мейнстримом, декларирует лишь около 40% студентов российских вузов. Причём нейтральное отношение связано с безразличием студентов к ценностным ориентирам и эстетическим пристрастиям представителей молодёжных субкультур, а не с притиранием таковых.

Толерантное отношение к молодёжным субкультурам в России ещё находится на стадии формирования³. Сами анимешники в интервью указывают на ценности открытости и толерантности как принадлежность своей культуры: *«Кто такие анимешники? Открытые, толерантные люди, готовые попробовать и увидеть нечто новое, не имеющие стереотипов и предрассудков. В целом так. Встречал субъектов, которые не любят аниме и мангу только потому, что они японские (считай, далёкие). Аналогично*

¹ Сидорова Н.В. Анализ результатов анкетирования учащихся общеобразовательных организаций города Коврова «Что я знаю о молодёжных группировках» по профилактике экстремизма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjB7rbOrIDnAhUQcZoKHQVrBB0QFjAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Feducovrov.ru%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2FSubculture.docx&usg=AOvVaw1qOGYlIDSQWDQdRlmg7qXU> (Дата обращения 12.12.2017)

² Цветущая сложность: Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов / под ред. П. Ю. Черносвитова. СПб.: Алетей, 2004.

³ Латышева Т.В. Феномен молодёжной субкультуры: сущность и типы. // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 100.

имею опыт общения с красавцами, которые не любят джейроков (хотя ни разу не слышали) только за то, что это японский рок, которого не может быть в природе, а если он по некоему недоразумению есть, но он не может быть чем-то хорошим. При этом сами спокойно слушают его американские аналоги»¹.

Некоторые анимешники даже готовы встать на позицию своих противников и объяснить, почему многих раздражает аниме и как этого избежать: «Единственное, как можно быть нормальным анимешником, это смотреть дома и особо об этом не трепаться с тем, кто аниме не смотрит. Ведь это то же самое, когда он будет рассказывать тебе о том, какую крутую книгу по высшей математике он прочитал, а ты это не оценишь. Ибо тебе не интересно. Начнешь считать его ботаном, из-за того, что ему всего лишь нравится высшая математика. У меня всё»².

Изучение молодежных субкультур в г. Владивостоке осуществлено Л.А. Мельниковой в 2012-2014 гг., хотя предметом ее исследования была узкая тема роли татуировки в визуальной репрезентации молодежи. Ею был проанализирован ряд групп, представляющих субкультурные объединения города Владивостока: «хиппи», «реперы», «рейверы», «металлисты», «готы», «эмо», «**аниме**», «байкеры». В результате опроса 2000 человек в возрасте 14-30 лет, проживающих во Владивостоке, было установлено, что относят себя к субкультурной около 12,5% молодежи. Из них наиболее известны субкультурные группы, сформированная на основе музыкальных пристрастий – 43%. Второе по массовости объединение сформировано по признаку совместного проведения свободного времени – 20%, где наиболее популярными группами являются «байкеры» – 44% и «экстремалы» – 16%, «реконструкторы» – 15%, «**аниме**» – **14%** и «хакеры» – 11%. Наиболее широко распространена субкультура байкеров, в ней активно участвуют

¹ Интервью А07. Полевой дневник автора, 2017 г.

² Интервью А04. Полевой дневник автора, 2017 г.

более тысячи человек, официально существует около 15 мотоклубов, у которых есть формальные руководители (например, руководитель байкерского клуба г. Владивостока «Русские Самураи» Валерий Володарский (Well))¹.

Л.А. Мельникова называет аниме «самой молодой субкультурой города», имея в виду как недавнее время ее возникновения, так и возраст участников – 14–17 лет².

Вопросу об абсолютной и относительной численности субкультуры аниме и ее месте в культуре приморской молодежи было посвящено исследование (социологический опрос), проведенное автором (Е.С. Воробьевой) в Приморском крае в 2016-2017 гг. Результаты исследования были опубликованы в статье³.

Опрос проводился с декабря 2016 г. по июнь 2017 г. среди молодежи Приморского края в возрасте от 13 до 30 лет. Всего в анкетировании приняли участие 526 человек, от учеников 7 класса до магистрантов ДВФУ. Школьники составили 39 % от общего числа опрошенных, студенты 61 % респондентов. Опрос проводился в г. Владивостоке, г. Спасске-Дальнем, в с. Галенке и с. Покровке Уссурийского района, в с. Спасском Спасского района. Соотношение жителей города и села среди опрошенных примерно 1:1, горожан – 49 % и сельчан – 51 %.

Анкета анонимна и состоит из 2-х основных частей: 19 основных анкетных вопросов и оценочной таблицы. К опросному листу прилагаются

¹ Мельникова Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологии. Владивосток, 2015. С. 115.

² Мельникова Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологии. Владивосток, 2015. С. 127-128.

³ Воробьева Е. С. Почему молодежь увлекается аниме? (Результаты опроса молодежи в Приморском крае). – Миссия конфессий (Научный и общественно-политический журнал) / отв. ред. Рябова Е.Л. М.: 2017. № 27. 112 с. – С. 75-78

вопросы о персональных данных опрашиваемых. Анкетирование имеет погрешность 5,5 %.

Большинство опрошенных – 81% уверенно обозначают аниме как японскую мультипликацию. Некоторые – 3%, отмечают, что аниме – это анимация в компьютере, а 6% – мультипликация. И лишь, 0,1% определяют аниме как что-то, имеющее отношение к животным. Можем сделать вывод о том, что понятие аниме известно большинству молодежи, в том числе и тем, кто не увлекается аниме.

Просмотр аниме 39% опрошенных начали в 2005 – 2010 годах. Примечателен следующий временной отрезок – 2015-2016 годы. Именно в это время 24% сегодняшней молодежи начинают активно просматривать аниме.

Многие признают, что на начало просмотра аниме повлияли такие известные сериалы как: «Покемоны» – 20% и «Наруто» – 18% соответственно.

Открыто признать себя «отаку» смогли 7 % опрошенных. При этом активно общаются на аниме-форумах, состоят в аниме-клубах или ведут аниме-страничку менее 1% молодых людей.

Почти половина опрошенных – 43% вполне спокойно и нейтрально относятся к «отаку». Существуют люди – 14%, которые настроены в отношении фанатов аниме отрицательно, хотя причины такого раздражения респонденты не смогли объяснить.

Многие фанаты представляют (играют) героев аниме на косплеях. К косплею 21% респондентов относятся положительно. У 43% опрошенных нейтральное отношение не только к отаку, но и к косплею.

Четверть молодежи, 25%, смотрит аниме в Интернете. Есть еще телевидение, обмен дисками. Последний путь просмотра аниме используется все меньше. Но его нельзя исключать, так как устойчивый Интернет есть в Приморье не везде.

Отаку среди респондентов немного, однако 43% опрошенных просматривают примерно 10 аниме в год. Их нельзя назвать фанатами, однако аниме из своего досуга они полностью не исключают и, следовательно, язык аниме им знаком, и они могут использовать его при общении со сверстниками.

Из тех, кому аниме не нравится, около 17% опрошенных в качестве причины указывают проявление насилия в аниме, несмотря на то, что многие предпочитают аниме для юношей.

Подавляющее большинство (52%) признались, что смотрят и другие мультфильмы, например, российские. Старые советские мультфильмы предпочитают 28% из них, а 37% – современные российские мультфильмы. Есть люди, увлекающиеся и старыми американскими мультфильмами Диснея, их 45%.

Кроме анкеты, респондентам были предложены также вопросы оценочной таблицы. Необходимо было дать оценку тому, что оказывает наибольшее и соответственно наименьшее влияние на выбор аниме как увлечения. Респонденты на первое место при выборе увлечения аниме поставили влияние друзей, затем рекламу. А вот такие показатели, как место жительства, род занятий, уровень доходов, возраст, пол и образование на то, быть отаку или не быть, особого значения не имеют.

На вопрос, что привлекает молодых людей в аниме, ответы подчеркивают чаще всего саму ценность свободного выбора: *«Просматривая аниме, юноши и девушки становятся свободнее»*. *«Смотреть или нет аниме – это их собственный выбор»*¹. Взрослые порой сами смотрят аниме, но не так часто – 12%; некоторые одобряют хобби подростка, но считают его странным – 0,2%; большинству же родителей все равно – 32 %. Аниме – тот мир, куда взрослые мало заходят, или не заходят вообще.

¹ Интервью (коллективное) A02. Полевой дневник автора, 2017 г.

Приобщаясь к аниме, молодежь становится частью аниме-сообщества, где общаются на своем языке, говорят о своих «героях», косплеят их. Это их круг, их группа. Таким образом, компенсируются психологические комплексы, повышается самооценка индивида. Аниме становится для подростков своеобразным социальным лифтом.

Можно согласиться с мнением И.Ю. Борисова, что главная причина присоединения молодежи к этой субкультуре – возможность заняться «своим» делом сейчас, в юном возрасте, не дожидаясь взросления. Отаку ведь уже заняты делом – просмотром сериалов, обсуждением в сети, косплеем. Аниме отличает их от общей массы и им не надо ждать времени, когда станешь взрослым и начнешь заниматься какой-либо деятельностью¹.

В современном постиндустриальном обществе главной ценностью стала информация. У молодежи потребность в информации наиболее остра. Заинтересовавшись аниме, молодой человек сполна получает сведения из многих источников: от друзей, из манги, телевидения, Интернета и т.д. Через увлечение аниме происходит познание другой цивилизации и приобщение к мировой культуре.

Итак, в результате проведенного исследования выяснилось, что в Приморском крае молодое поколение имеет представление об аниме, 25% молодежи регулярно смотрят аниме-сериалы, до 7% молодежи является участниками аниме-фэндом (отаку). На вхождение в субкультуру аниме повлияли, согласно проведенному опросу, прежде всего, друзья, а затем реклама в СМИ.

Анализ интервью и материалов СМИ показывает, что качественная специфика аниме-фэндом Дальнего Востока проявляется в том, что он имеет границы со странами Восточной Азии (Китаем, Японией, Кореей) и в нем проживают довольно многочисленные корейские, китайские и японские

¹ Борисов, И.Ю. Полоролевая дифференциация во взаимоотношениях супругов на различных стадиях жизненного цикла семьи / И.Ю. Борисов. – Самара, 2007 // Психология семьи: хрестоматия / Ред. Д.Я. Райгородский. Самара: Бахрах-М, 2007. С. 321–323.

диаспоры, а также некоторые коренные жители имеют восточный фенотип – якуты, буряты и др. Некоторые наблюдатели отмечают, что в 2017-2019 гг. среди дальневосточной молодежи, особенно корейской, бурятской, якутской стала остро модной «корейская волна» – музыкальные группы К-поп, сериалы дорамы и корейское аниме – манхва. «На улицах заметно прибавилось девушек и даже женщин в возрасте с модным окрасом волос в яркие кислотные цвета: розовый, оранжевый, синий, перегидрольно белый, ярко желтый и другие. Неестественность внешности – главный атрибут современной моды по-корейски. А танцевальные классы забиты желающими научиться танцевать в стиле музыкальных корейских клипов – К-поп»¹.

Относительно места субкультуры аниме в российском социокультурном пространстве существуют различные мнения. Аниме-фэндом может рассматриваться как меньшинство, т.е. группа не просто сравнительно малочисленная (более вероятная цифра – 4-7%), но и отличающаяся от представителей «большой» культуры внешним видом и ценностями. При этом следует понимать, что в отличие от советского общества, где доминировала одна официальная культура, а молодежные субкультуры были маргинализированы и вытеснены на периферию, современные субкультуры существуют в полистилистическом пространстве, где общепринятой нормы не существует.

Члены субкультур как раз отличаются попытками выработать непротиворечивую систему ценностей и оформить свою повседневную жизнь в едином стиле, в то время как большинство довольствуется неразборчивой эклектикой. От «нормальных», несубкультурных российских граждан они отличаются не столько по объекту увлечения (качеству), сколько по степени этого пристрастия (количеству): у «нормального» человека все убеждения и пристрастия (политические, религиозные,

¹ Балтатарова Е. Корейское сумасшествие. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.respnews.ru/news/gorod-zhivet-emociyami/koreyskoe-sumasshestvie> (Дата обращения 20.03.2019)

культурные) колеблются «около нуля» (например, семейные ценности разделяют все, но многодетная семья – это уже отклонение от нормы; 70% россиян декларируют свое православие, но соблюдают ритуалы и еженедельно ходят в церковь только ок. 8% «православнущих»; слишком умная молодежь стигматизируется в виде «ботанов» и «задротов»; политические и экологические активисты воспринимаются как «экстремисты»). Нормой в российском обществе является абсолютно «никакой» конформист, тот антропологический тип, который якобинцы и большевики называли «болотом».

Анимешники ориентированы скорее на искусство, чем на спорт; они скорее миролюбивы, чем агрессивны; скорее андрогинны, чем маскулинны; придают большое значение визуальной репрезентации; их субкультура скорее эзотерична, чем экспансивна. Аниме-фэндом входит в более крупное молодежное направление – гиков, объединяющее любителей виртуальной реальности: искусств, игр, гаджетов, фантастики и косплея. Гики по своим ценностям противостоят брутальным, маскулинным и криминальным субкультурам – гопникам, АУЕ, скинхедам, футбольным фанатам.

Субкультура аниме находится в стадии роста: первая волна моды на аниме относится к 2005-2010 гг., однако и число участников, и число мероприятий, связанных с аниме, растет с каждым годом, расширяется также география аниме-фэндома. В 2017 г. Дальнего Востока достигла «корейская волна» – мода на южнокорейское аниме манхва и музыку К-поп, а также молодежные сериалы дорамы, следующие стилистике аниме. Благодаря пограничному положению Дальнего Востока и наличию корейской, японской и китайской диаспор, дальневосточная молодежь имеет возможность непосредственно наблюдать и перенимать эту моду в реальном времени. Молодежь, обладающая азиатским типом внешности, особенно охотно подражает южнокорейским «идолам», т.к. Республика Корея выступает для

них референтным образцом современного, развитого, и при этом не западного общества.

1.3. Ценности и практики субкультуры аниме: социальное и символическое измерение

Составляющими субкультуры и одновременно ее признаками, обычно называют следующие компоненты: ценностное ядро; знание (картина мира в узком смысле); стиль и образ жизни; социальные институты как системы норм; процедурное знание (навыки, умения, способы осуществления, методы); потребности и склонности¹.

Анализ внутренней структуры молодежной субкультуры («Системы») методами социо-прагматического анализа был произведен Т.Б. Щепанской². Достоинства этого метода заключаются в том, что он опирается на полевые исследования, соединяет описательный подход (внимание к эмпирике) и высокий аналитический уровень. Немаловажно также, что социопрагматический анализ изучает субкультуру и как социальную группу, и как собственно культурную (знаково-символическую) систему. Между социальным и культурным здесь существует «бесшовное соединение».

В структуре субкультуры Т.Б. Щепанская выделяет следующие области анализа: поведенческие (разделяемые стереотипы, модели, нормы поведения); вещественные (производимые и/или значимые в рамках этой субкультуры вещи, артефакты); идеационные (представления, верования, способы интерпретации, базовые ценности); средства обозначения — знаки, символы, тексты, стиль.

¹ Белокопытова Е.И. Структура молодежной субкультуры [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-molodezhnoy-subkultury> (Дата обращения 25.04.2018)

² Щепанская Т.Б. Символика молодежной субкультуры: опыт этнографического исследования системы, 1986-1989 гг. СПб., 1993; Щепанская Т.Б. Процессы ритуализации в молодежной субкультуре // Советская этнография. 1988. № 5. С. 15-25; Щепанская Т.Б. Микроэкономика молодежных субкультур: стратегии безденежья // Экономическое обозрение. 2008. № 1. С. 42-45.

Многие исследователи субкультуры отмечают еще одно ее свойство: холизм, т. е. целостность (знаковая система, образ жизни в целом).

В начале 1990-х годов как общепринятое (характерное для европейской традиции) используется определение субкультур как «способов жизни, выстроенных вокруг выразительных традиций и стилей» (Дороти Холланд, 1991)¹.

Эту целостность определяет связь субкультуры (множества норм, идей, тем, атрибутов и ценностей) с конкретным социальным образованием: сообществом, средой или сегментом общества, выделенным по структурным признакам (возраст, класс, раса и т. п.). Все эти поведенческие нормы, идеи и артефакты образуют субкультуру — единый устойчивый комплекс — только в том случае, если разделяются некоторым множеством людей: служат основанием и символом их общности, основой самоидентификации. Эта общность может быть описана как сообщество или совокупность сообществ, социальная среда².

Российская субкультура аниме является «дочерней» по отношению к японской и западной и развивается с постоянной оглядкой на эти более сильные и развитые фэндомы, поэтому она получила ценностно-нормативный комплекс уже готовым, наследуя, таким образом, определенную традицию.

Ценностное ядро аниме-культуры связано с причинами и условиями ее возникновения. В статье Рюскэ Хикава «Послевоенная культура аниме и токусацу и радиация»³ возникновение и развитие аниме рассматривается

¹ Holland, D., Univ. of North Carolina (rev.). *Feminism and Youth culture: Jackie to Just Seventeen* by Angela McRobbie. Boston: Unwin Hyman, 1991 // *American Journal of Sociology*. 98(1). 1992. P. 180. Цит по: Щепанская Т.Б. К археологии и критике, С. 157.

² Щепанская Т.Б. К археологии и критике. С. 158.

³ Рюскэ Хикава. Послевоенная культура аниме и токусацу и радиация. Отрывок из каталога выставки Такаси Мураками «Будет ласковый дождь», опубликованного Музеем современного искусства «Гараж» в 2018 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://garagemca.org/ru/materials/1380?id=105> (Дата обращения 19.11.2019)

как реакция японской культуры на травму Второй мировой войны, иностранной оккупации и последующей сверхбыстрой модернизации.

Парадоксальное сочетание национального унижения как результата поражения в войне, переживания травмы ядерных бомбардировок, с одной стороны и сверхбыстрого развития национальной экономики, прогресса во всех областях – в технике, социальной и политической сфере, с другой – является предметом рефлексии в японских аниме и манге.

Кроме того, модернизация Японии происходила неравномерно, и если в технике доминировал инновационный подход и широкая инкорпорация талантливой молодежи, то сфера власти и управления, корпоративная культура оставалась авторитарной и во многом консервативной. То есть, в терминах американского антрополога М. Мид, возник конфликт между постфигуративной моделью культуры и префигуративной, т.е. от той, где доминируют ценности старшего поколения (традиция) и той, где доминируют ценности молодежи (инновация)¹.

И этот парадокс был очень близок россиянам в 1990-е годы, переживающих сходную коллизию: поражение в «холодной войне», крах «советского проекта», травма «рыночных реформ» и проблемы адаптации к новым обстоятельствам жизни, поиск новой современной идентичности и социальной группы, в которой можно чувствовать себя своим. «Распад Советского Союза привел к социальной дезориентации многих групп российской молодежи. Чувствуя себя дискомфортно в новой действительности, пронизанной погоней за прибылью и связанными с этим преступлениями и насилием, они нашли спасительную для себя нишу в фантастическом мире японских аниме и манга. Будущие отаку узнали о ней

¹ Мид М. Культура и мир детства. Избр. пр-я. М.: Наука, 1988. 428 с.

из общего потока информации, поступающей через Интернет, активными потребителями которого они являлись»¹.

Можно также утверждать, что проблематика аниме особенно близка подросткам и молодежи, которые переживают опыт взросления и адаптации к миру взрослых как травматический и ищут ответы на глубокие экзистенциальные вопросы и новые формы самовыражения.

Аниме как искусство через систему образов усиливает образ инициации и/или травмы, возводит ее в идеальный тип, но в то же время, в силу своей условности позволяет пережить ее, сублимировать и преодолеть в форме катарсиса. В этом смысле аниме близко к классическому европейскому «роману воспитания», который возник в эпоху ранней модернизации (XVIII-XIX вв.), т.е. также в переходную эпоху от традиционного патриархального общества к более современному.

Референтными образцами аниме, воспроизводящих травму ядерных бомбардировок в самой Японии, особенно для людей старшего поколения, являются «Могучий атом» (манга – 1952–1968 годы, аниме – 1964 год) и «Босоногий Гэн» (1983 год). В «Босоногом Гэне» показано, как за секунды сгорают тела и разрушаются здания в эпицентре ядерного взрыва. Непосредственная киносъемка подобного невозможна, но аниме восстанавливает случившееся, основываясь на свидетельствах выживших и репортажных фотографиях. Эти страшные кадры обеспечивают эффект присутствия сильнее, чем многие реальные изображения. Гибель людей, у которых выпадают глаза, представлена без купюр, но благодаря «нарисованности» зрителям удастся не отводить взгляд от экрана. Технически с помощью современной компьютерной графики возможно

¹ Михайлова Ю.Д., Молодяков В.Э. Россия и Япония: «Образы» и «репрезентации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.intl.hiroshimacu.ac.jp/~yulia/publ/Images%20and%20Representations.pdf>. (Дата обращения: 06.06.2016)

показать, как расплавляются и испаряются человеческие тела в эпицентре взрыва, но ни один зритель этого бы не выдержал, а происходящее на экране – по сути, реконструкция подлинных событий – воспринималось бы как нечто невозможное. Весь ужас происходящего в «Босоногом Гэне» доходит до зрителя именно благодаря условному языку аниме.

Родственными по проблематике и переживаемым впечатлениям являются современные аниме, связанные с иными вариантами апокалипсиса: космической или технологической катастрофы, инопланетного вторжения, мировой войны, экологического загрязнения. Наиболее известные, культовые аниме этого направления «Годзилла» (1971 год), «Навсикая из Долины ветров» (1984 год), «Евангелион» (1995 год).

11 марта 2011 г. Япония пережила Великое восточно-японское землетрясение, повлекшее за собой аварию на атомной станции «Фукусима-1». Впервые новое поколение стало непосредственным свидетелем разрушительной силы атомной энергии. Реакция на это событие творцов родом из 1970-х годов – Хидэаки Анно и режиссера Макото Синкая, для которого тема памяти (в том числе памяти о Хиросиме и Нагасаки) и ответственности являются главными, – отражена в фильмах «Годзилла. Возрождение» и «Твое имя» (оба – 2016 г.).

Общая позиция авторов апокалиптических аниме: так или иначе, из войны и катастрофы, даже самой страшной, можно извлечь полезные уроки. Это – характерная установка нескольких послевоенных поколений. Но есть в этих фильмах и еще одна тема – актуальная во все времена: любая война (и любая беда) трансформирует человека, открывает прежде скрытые возможности. И то, как этими возможностями воспользоваться, – решать самому человеку. Авторы этих фильмов ставят вопрос об ответственности ныне живущих перед грядущими поколениями¹.

¹ Рюскэ Хикава. Послевоенная культура аниме и токусацу и радиация. Отрывок из каталога выставки Такаси Мураками «Будет ласковый дождь», опубликованного Музеем

Принятие и глубокое проживание травмы – органические качества японской культуры. В российской культуре Новейшего времени (после 1914 г.) отработка и переживание травмы были блокированы политическим диктатом государства, а в 1990-е годы еще и тем, что культурная элита общества оказалась на стороне «выигравших» от рыночных реформ. Сам термин «травма 90-х» вызывает неприятие и сопротивление среди многих исследователей и публицистов.

По мнению Наоми Каса, «аниме не пытается подражать реальности – оно знает свои пределы. Вместо этого оно предлагает альтернативу, которая стала очень привлекательной для молодых зрителей. Возможно, что именно абстрактность, сюрреалистический стиль аниме позволяет зрителям так легко проецировать свои собственные культурные и повседневные проблемы на аниме»¹. Наоми Каса имеет в виду американских зрителей аниме, но ее выводы применимы и к любой другой аудитории.

Одним из многих факторов, которые привлекли американских фанатов к аниме, стало реалистичное изображение повседневных событий, отношений и проблем, даже если в сюжете они были перенесены в фантастическое прошлое или фантастическое будущее. Сюжеты варьировались от повседневной жизни домохозяек до межзвездных войн с участием огромных роботов.

Создатели аниме не только вкладывают в них собственные чувства и переживания, но и обсуждают их с фанатами аниме после выхода сериала на экраны, обеспечивая таким образом каналы обратной связи. Так, создатель сериала «Евангелион» Хидеаки Анно так описывает мотивы его создания: «Я старался включить в Neon Genesis Evangelion всего себя – сломавшегося

современного искусства «Гараж» в 2018 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://garagemca.org/ru/materials/1380?id=105> (Дата обращения 19.11.2019)

¹ Naomi Kasa. Constructing Animerica: History, Style, and Spectatorship of Anime in the United States. (MA thesis, Regent University, 16 March 2005). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bibfan.de/frindres.php?such=%26Ocirc;tomo%2C+Katsuhiko&sziel=bind> P.140. (Дата обращения 25.04.2018)

человека, четыре года не пытавшегося ничего изменить. Человека, четыре года бежавшего от проблем, но так и не умершего. Затем одна мысль: "Невозможно вечно убегать" пришла ко мне, и я начал этот проект. Работая над этим проектом, я думал только об одном – передать в фильме свои чувства. Я знаю, что я был неосмотрительным, ненадежным, и высокомерным. Но я старался»¹. Таким образом, в аниме-сериалах фанаты не только находят для себя Вселенную, которая имеет умопостижимый смысл, но в этой Вселенной для них есть место и Боги-создатели работают на них и отвечают им, чего не скажешь о реальном мире не только детей, но и взрослых.

Аниме-фэндом (отаку) в США был назван «самым значительным событием периода после окончания холодной войны»². Основная зрительская аудитория США 1970-х гг. и позже считала, что анимационные фильмы подходят только для детей. Аниме – это тот случай, когда «общеизвестное» оказывается абсолютно неверным. Многие социальные и психологические проблемы, которые рассматриваются в аниме, интересны людям всех возрастов и интересов, более того – они их глубоко затрагивают.

Первое отличие аниме от детских мультфильмов – особая эстетика, которая восходит к традиционному японскому понятию «моно-но аварэ» – «печальное очарование вещей». Эта эстетика воплощает мимолетность жизни, молодости, красоты и счастья. Недолговечная природа вещей обостряет восприятие радости и душераздирающего горя утраты. Сознание того, что кто-то или что-то может быть потеряно, делает время, которое у вас есть, более ценным. Особый эстетизм относится как к женским, так и мужским образам. Например, многие мужчины в аниме романтичны и героичны, но им не присуща агрессивная брутальность, как на Западе. Их

¹ Записи Хидеаки Анно (выдержка из дневника) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/topic-9338362_31081456 (Дата обращения 12.11.2019)

² Levi, Antonia. Samurai from Outer Space: Understanding Japanese Anime. Chicago: Open Court Publishing Co., 1996. P. 2.

можно сравнить с образом принца Гэндзи – персонажа классического произведения Мурасаки Сикибу «Гэндзи моногатари».

Еще один пункт, который отличает японское аниме от американской (европейской) анимации, это то, что герои и злодеи являются неоднозначными по своей природе, редко попадаются абсолютные злодеи в западном смысле этого слова. У всех героев есть недостатки, и у всех негодяев есть какая-то симпатичная человеческая черта. Часто случается, что обе стороны конфликта имеют своих героев, и ни одна из сторон никогда не бывает полностью права.

Сюжет многих аниме, особенно исторических (про самураев) – преданность до самой смерти лидеру, который этого не достоин, но такая лояльность по-своему благородна, потому что борьба за неправоное дело не исключает героизма тех, кто ведет борьбу – при условии, что их преданность искренна.

Иногда зло побеждает в аниме, но это происходит только тогда, когда обстоятельства вынуждают хорошего человека встать не на ту сторону. Примерами неоднозначности героя и сложности выбора являются, допустим, истории отцов, вынужденных работать на нелегальной работе, чтобы отправить детей в школу или матерей, продающих свои тела, чтобы их дети могли есть. Это интерпретируется как зло, но оно служит для блага других. Аниме, как и все зрелые произведения искусства, признают, что иногда жизнь требует делать частное зло для реализации общего блага.

Подобные идеи восходят к буддизму, например, образу лотоса, прекрасные цветы которого растут из глубокой грязи. Без страдания красота жизни обесценивается, и люди начинают воспринимать ее как должное.

Аниме обладает парадоксальной эстетикой: есть образы болезненно красивые, чудовищно прекрасные, которые потрясают сердца и вызывают слезы из глаз. Способность видеть смерть как красоту, потому что она

напоминает о том, как драгоценна жизнь, тем более в критических ситуациях – качество аниме, которое требует определенной зрелости от зрителя.

Эта так называемая «аморальность» аниме считается угрозой в некоторых консервативных религиозных сообществах в Америке, которые считают, что двусмысленная или аморальная концептуальная вселенная может привести к идее аморальности творения или даже Творца, что не может быть терпимо в христианской культуре. Дальнейшая опасность видится в склонности молодых людей либо к аморальности, либо к созданию альтернативной системы ценности и следованию своим убеждениям, несмотря ни на что. Такой аморализм или нон-комформизм осознается как угроза доминирующим институтам власти и морального контроля в американском обществе.

Анализ консервативной критики аниме в Америке показывает, что наибольшую агрессию вызывает не содержание (контент), а само наличие конкуренции на поле «бизнеса на морали». Проблематика аниме: свобода воли или предопределение, выбор добра и зла, верности и предательства, жертвенности во имя ближних, «добрые намерения, которыми вымощена дорога в ад», относительность земных целей и добродетелей – ничем не отличается от классических или христианских сюжетов. Однако аниме осуждается как явление греховное, непристойное и не заслуживающее ничего, кроме ада группами, которые цепляются за консервативные религиозные или культурные принципы, настаивая на том, что они универсальны, неизменны и предопределены свыше.

Нахождение смысла жизни, как личной, так и социальной – это то, что аниме побуждает делать своих зрителей, т.е. в процессе вхождения в субкультуру молодые люди обретают идентичность. Быть фанатом аниме не мешает быть хорошим американцем или хорошим христианином, однако противоречие японской и американской этической и эстетической систем порождает рефлексию и позволяет зрителям оценить идеалы их родной

культуры более глубоко через сравнение и контраст. Именно независимый поиск смысла отличает сторонника субкультуры от основной части общества (большинства)..

Один из распространенных, но ошибочных взглядов на фанатов (в том числе аниме) гласит, что фанат – это кто-то, кто одержим определенной звездой, знаменитостью, фильмом, телешоу, музыкальной группой; кто-то, кто некритически собирает информацию об объекте своего поклонения, может процитировать слова или тексты любимых героев. Однако это не всегда так. Поклонники часто очень разборчивы. Они интерпретируют медийные тексты множеством интересных и, зачастую, неожиданных способов. И фанаты участвуют в общественной жизни – они не «социально распылены» или изолированы как пассивные зрители/читатели, скорее они используют транслируемый образец для самопознания, самовоспитания и апробации в группах единомышленников.

Специфика аниме-фэндома в том, что потребители аниме сами производят (фанфик)¹; читатели манги сами также пишут и рисуют (фанарт, фансаб)(См. Приложение 11)², а зрители создают образы и разыгрывают истории (косплей³).

Создатели аниме и их фанаты одинаково считают аниме метахудожественным миром, они играют с образами и символами и творчески трансформируют их, стирая грань между виртуальной и физической реальностью. Эта множественность потенциальных значений,

¹ Fanfic – это фанатская фантастика, в которой используются известные персонажи и / или концептуальные вселенные. Автор фанфика может продолжать оригинальную идею, создавать боковые сюжеты или опровергать ее. Они могут создавать новых персонажей, один из вариантов – создание виртуальных друзей, любовных отношений и семей.

² Fanart – это фанатское искусство, вдохновленное любимыми произведениями – видеоролики, рисунки, мемы, шутки, игрушки, аксессуары и т.д. Fansubs – это субтитры, которые производятся фанатами для новых, иногда пиратских версий аниме. Хотя они технически незаконны, но обычно не запрещены или не преследуются официальными производителями и дистрибьюторами и на раннем этапе существования аниме-фэндома составляли основу многих фан-сообществ, давая им чувство общей цели.

³ Косплей (здесь) – аниме-фестиваль, костюмированное представление по мотивам аниме.

граничащая с бесконечностью, является формой полистилизма. Эта характеристика необычна в современных средствах массовой информации, большинство из которых представляют одну точку зрения и гегемонистскую, нормативную интерпретацию их продуктов.

Таким образом, мир аниме – это весьма демократическая вселенная, жители которой отвергают диктат и стремятся к выражению своих собственных чувств, убеждений и пониманию представленных работ. Причем подобная независимость от авторитетов распространяется как на творцов аниме (художников, режиссеров), так и на других участников фэндома (отаку), не говоря уже о внешнем мире. Отношения внутри фэндома скорее горизонтальны, чем иерархичны, это сообщество сетевого типа.

Субкультура аниме для своих участников является чем-то вроде мягкой прокладки, амортизирующей давление более жесткой «большой культуры». Субкультура компенсирует для подростка давление системы образования, которая заточена на сдачу экзаменов, т.е. соответствие формальным требованиям без учета личных способностей и потребностей. Она создает отдушину для молодежи в жестко конкурентном обществе, которое ориентировано на создание и потребление материальных ценностей и кажется духовно бесплодным. И даже для зрелых людей оно дает чувство общности в рамках малой группы в современных мегаполисах, где господствует отчуждение и изоляция, политическая слабость и отсутствие лидерства, ослаблен авторитет религии, семьи и иных традиционных моральных институтов.

Этот аспект субкультуры аниме как «отдушины для души» неизменен от США до Владивостока: *«Вообще, как я заметил, в аниме практически всегда поднимаются темы важности дружбы, любящих людей, открытия мира вокруг. В общем, возвращает в своеобразное детство, когда и мир вокруг был не таким серым, и чувства были острее. А подростки часто думают "Я не такой как все, мне плохо!" и т.д. и начинают смотреть аниме*

километрами, рисовать арты и писать фанфики. Еще этим могут увлекаться взрослые, которые хотят разорвать порочный круг "работа-дом-работа". Но тут их можно понять»¹.

Аниме поднимает проблемы, с которыми сталкивается общество на глобальном уровне, и способность анализировать и решать их тематически в концептуальной вселенной, а именно в аниме, создает безопасную зону для тех, кто иначе чувствовал бы себя потерянным или полностью лишенными права голоса в своих обществах. Основное общество в современных западных странах «рождает социальные конфликты, современные страхи и утопические надежды», но не справляется с решением проблем в реальной повседневной жизни, наоборот идеология политкорректности запрещает даже говорить о них. Участники субкультуры аниме отказываются игнорировать неприятные стороны жизни и стараются улучшить мир. Их способ действия является современным и ненасильственным: они расширяют реальный мир за счет включения в него элементов, связей и отношений, уходящих корнями в виртуальную концептуальную вселенную.

Аниме-культура является особой формой знания, и именно объем и глубина этого специфического знания (информации) определяет продвижение фаната по иерархии фэндома. Фэндом – это не просто сообщество по интересам, это группа людей, которые стремятся получить больше знаний и информации, тем самым накапливая субкультурный капитал и обретая более высокий статус в сообществе. Ключевая форма удовлетворения для участника фэндома коренится в действиях, которые позволяют ему идентифицировать себя с объектом фэндома, а также обеспечивает для него место в субкультурной иерархии. Это происходит во время встреч с другими фанатами (конвей, аниме-пати, тусовка), а также участия в фестивалях аниме (А-кон, косплей), которые позволяют фанатам

¹ Интервью В09. Полевой дневник автора, 2018 г.

преодолеть стену между внутренней и внешней реальностью (*ura* и *omote* в японском языке), в которых существуют члены аниме-фэндома¹.

Участие в аниме-субкультуре приносит ее участникам не только виртуальный (субкультурный), но и реальный социальный капитал и иногда и его материальный эквивалент, т.е. позволяет зарабатывать деньги. Аниме-фэндом образует «нишевый рынок» с быстро растущей емкостью. Фанатские, любительские по происхождению знания способны превращаются в профессиональные: переводчики с японского и корейского, авторы субтитров и аннотаций, создатели и администраторы аниме-сайтов в Интернете, авторы и редакторы бумажных журналов (фанзинов²) и сборников манги, организаторы аниме-фестивалей, вечеринок и квестов – востребованные профессии, которым, между прочим, формально нигде не учат. Так что неформальное, но эффективное обучение также входит в функции аниме-фэндома³.

Таким образом, хотя в данной субкультуре отсутствует явная властная иерархия, но есть *статусная структура*, часто имеет место почитание и уважительное отношение к авторитетному отаку, то есть более старшему или опытному коллеге по интересам, разбирающемуся в тематике аниме либо активно задействованному в практической деятельности – организации мероприятий, ведении тематического блога в Интернете, любительской озвучке аниме и переводе манги, владельцу аниме-магазинов и кафе и др.

Приверженцы субкультуры аниме (отаку) используют различные *материальные атрибуты* – отличительные знаки, обозначая свою

¹ Matt Hills. Fan Cultures. London: Routledge, 2002. P. xii.

² «Фанзины» - это фанатские журналы, некоторые на бумаге, а некоторые в Интернете, которые публикуют только фанфик и фанарт и позволяют читателям комментировать работы авторов.

³ Sean Leonard. Celebrating Two Decades of Unlawful Progress: Fan Distribution, Proselytization Commons, and the Explosive Growth of Japanese Animation, UCLA Entertainment Law Review. № 189. Spring 2005. P. 30.

принадлежность к общности при помощи тематической одежды, аксессуаров или даже элементов интерьера в своём жилище. К примеру, популярны такие специализированные атрибуты отаку, как дакимакура (подушки для объятия, выполненные в форме или с рисунком персонажа аниме или манги), кигуруми (соответствующие пижамы и костюмы), нендороиды (фигурки персонажей аниме и манги с непропорционально большими головами) и т.д.

В рамках субкультуры отаку распространено такое явление, как подражание персонажу аниме или манги. Многие отаку стараются не только воспроизвести внешний образ любимого героя и его материальные атрибуты (одежду, оружие и т.п.), но также имитировать его мироощущение, черты характера, возможные реакции, пытаясь даже в быту усвоить его личностные качества, манеру общения и т.п. (См. Приложение 4)

Вот как говорит об этом молодая исследовательница, имеющая личный опыт общения с участниками аниме-фэндомы: «Можно всю жизнь спокойно прожить и никогда не знать ни о каких отаку, но при этом видеть их каждый день. Они не выделяются в толпе, да это им и не нужно, так как они прекрасно идентифицируют друг друга по едва уловимым признакам, выделить которые помогает только большой опыт в этом деле. Но если вдруг сложится гипотетическая ситуация, когда человек со стороны (common) случайно попадет в «анимешную» среду, то он, конечно, в полной мере ощутит их отличие от остальных...

Комнату отаку сложно перепутать с чьей-нибудь еще: она обязательно с плакатами, забита CD и DVD с аниме и играми от пола до потолка, на книжных полках и письменных столах – томики с мангой (японские комиксы), модели роботов, фигурки персонажей, коврики и прочие предметы обихода с изображениями любимых героев, и, конечно, где-нибудь в уголке стоит то, без чего немыслима жизнь любого отаку, – это компьютер и

игровые приставки. Около этих самых технических приспособлений отаку часто бодрствует по ночам»¹.

В среде отаку используется определенный *субкультурный сленг*, овладение которым является вариантом обозначения границы сообщества и формой аккультурации и социализации для неофитов. Основой слэнга являются отдельные японские заимствования, как специфически «анимешные»: ня, няшечка («кошечка», от «мяу»), кawaii («милый», «хорошенький»), сугой («здорово», «потрясающе»), накама («единомышленник», «товарищ»), «итася» (дизайн автомобиля в стиле аниме), так и обиходные: охайо – привет, конничиуа – добрый день, джане – пока, до встречи, сайонара – прощай, хидои – ужасно, кире – красиво, коуаи – страшно, хай – да, ие – нет, бака – плохой («дурачок»)².

Используются английские слова и производные от них, т.к. заимствование субкультуры аниме произошло не напрямую из Японии, а через Запад. Слова «фэндом», «косплей», «фанарт», «фанфик» и пр. – заимствованы в США. Наконец, есть слова, воспроизводящие японское произношение английских слов: «вайфу» (от англ. wife – жена). Этим термином отаку обозначают персонажа аниме, о котором анимешник мечтает как о жене. Видимо, таким же образом появилось понятие «хасубендо» (от англ. husband – муж)³. Юмор анимешников тоже специфический, который не понять, если не держать в голове сотни просмотренных серий. (См. Приложение 12)

Участники субкультуры аниме производят аналог *фольклора*. Отаку активно производят художественные произведения (фанарт) в стилистике

¹ Денисова А. Семантика субкультуры аниме // Аналитика культурологии. 2009. № 2 (14). С. 120-122.

² Анимешники – кто это такие? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://miuki.info/2012/01/animeshniki-kto-eto-takie/> (Дата обращения 11.12.2019)

³ Мещерякова Т.А., Потапчук Е.Ю. Аниме как источник заимствования в русском языке. // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Хабаровск: ТГУ, 2018. С. 69-74.

аниме и манги. (См. Приложение 11). Пишутся фанфики – фанатские тексты различных форм и жанров, основанные на тех или иных аниме и манге. Создаются додзинси – любительская манга по мотивам полюбившихся произведений японской анимации и комиксов¹.

В субкультуре аниме существует специфический *телесный код сообщества*. Некоторые исследователи считают, что в аниме имеет место особая практика репрезентации тела, существование которого завязано на мир медиа. Характерные черты этой телесности: сращение фюсис (органической природы) и техне (искусственно созданных объектов) – андроидность; эстетика куклы; транссексуальность (андрогинность); инфантильность; виртуализация². (См. Приложение 8)

Следует сказать, что сообщество аниме определяет границы нормы публичной демонстрации сексуальности для своих участников. Так, на заре специализированных фестивалей в США в 1970-е годы, некоторые участники экспериментировали с обнаженным телом и рискованными костюмами. Учитывая, что подобные фестивали посещала публика различных возрастов и взглядов, то организаторами фестивалей было выработано неформальное правило «*no costume is no costume*», то есть, без одежды или в крайне откровенной одежде в фестивале участвовать нельзя. Многие фестивали приняли правила, ограничивающие откровенность косплея, и в случае их нарушения могут требовать изменить костюм³.

И для западного, и для японского зрителя аниме – экзотично, принадлежит к глобальному, а не национальному культурному пространству. Иконография японского аниме: большие и выразительные глаза персонажей;

¹ Кудасова А.Е., Кузнецова Т.Ю. К вопросу о понятии отаку и его субкультурной идентичности // Аллея науки (Екатеринбург) 2017. № 6. С. 99-102.

² Иваненко Е.А., Корецкая М.А., Савенкова Е.В. Заклятье вечной молодости или репрезентация телесности в жанре аниме // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 32-43. С. 32.

³ Косплей // Anime magazine [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.animag.ru> (Дата обращения 10.12.2018)

вытянутые пропорции тел; андрогинность; платонический эротизм; косая челка – не совпадают с японским фенотипом. Этот стиль восходит к эстетике европейского средневековья (готики), романтизма, арт-нуво – изображениям ангелов, эльфов, идеализированных аристократов и т.п. Эстетика аниме-сериалов наследует традицию комиксов, где тело, жесты, мимика предельно семиотизированы¹.

Реальные участники аниме-фэндома добиваются сходства с образами аниме с помощью причесок, макияжа, аксессуаров и т.д. Есть градация степени вмешательства в свою внешность: от малозаметных символов для повседневной жизни до полного преобразования облика для субкультурных ритуалов – аниме-пати (вечеринок), косплея. Степень изменения внешности зависит также и от степени радикальности анимешника: одни ограничиваются брелком на рюкзаке, а другие красят волосы в розовый цвет, одеваются как роботы или делают татуировки и даже пластические операции (например, расширение глаз). (См. Приложение 1, 4, 6) Особая репрезентация тела является одним из способов определения границы субкультуры, деления «свой/чужой», а также является способом творческой реализации. Эстетизм повседневной жизни в аниме до определенной степени восходит к японской традиции (синтоизму и дзен-буддизму).

К синтоизму (шире – к политеизму, язычеству) восходит также одушевление объектов живой и неживой природы: зверей, растений, машин и их разнообразная гибридизация (оборотничество). Метаморфозы всех тел и предметов лишают телесность массы и плотности и сводит ее к беспредельной трансформации чистой энергии. В этой картине мира нет окончательной смерти, а есть только моменты перезагрузки, смены облика.

По мнению ряда авторов, эстетика аниме приближается к эстетике куклы – подобия человека, бессмертного и лишённого саморефлексии.

¹ Иваненко Е.А., Корецкая М.А., Савенкова Е.В. Заклятье вечной молодости или репрезентация телесности в жанре аниме // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 35.

Пластика куклы более совершенна, приближаясь к пластике животного, которое также не осознает своей смертности и не способно к самосознанию. Кукла более идеальна, чем реальное тело человека. В анимации гораздо легче изобразить ангелов, богов, демонов, летающих драконов и прочих мифологических и фантастических персонажей (например, роботов), чем в кинематографе, что дает аниме конкурентные преимущества¹.

Важной частью культуры являются *гендерная идентичность*: взаимоотношения полов, представления о любви, идеал женщины и мужчины. В аниме-культуре эта важнейшая сфера жизни также обладает определенной спецификой. Эротизм в аниме (за исключением специфических «взрослых» жанров хентай и гуру) носит особый спиритуальный характер, он, так сказать, ярко светит, но не греет. В этом смысле аниме соответствует подростковой эротичности – подростки одержимы своим телом и сексом, но этот интерес сочетается с полным невежеством в указанных вопросах, незрелостью и дисгармоничностью восприятия. Нормальные отношения в подростковом возрасте – это ухаживания, дружба, «тусовка», но не секс. Аниме в этом смысле является разновидностью «безопасного секса» – отвечает на имеющуюся потребность в «сублимированном» виде, но позволяет избежать личных драм, не говоря уже о ранней беременности и венерических заболеваниях².

Нормативность и идеализация телесности, особенно женской, в субкультуре аниме выражается в понятии *моэ* (яп. 萌え), означающем фетишизацию или влечение к вымышленным персонажам. Исследователи японской поп-культуры по-разному рассматривают этот термин. Джейсон Томпсон из журнала «Otaku USA» использует термин «моэ» по отношению к

¹ Иваненко Е.А., Корецкая М.А., Савенкова Е.В. Заклятье вечной молодости или репрезентация телесности в жанре аниме // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 32-43.

² Иваненко Е.А., Корецкая М.А., Савенкова Е.В. Заклятье вечной молодости или репрезентация телесности в жанре аниме // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 32-43.

молодым и привлекательным персонажам аниме, подчёркивая в этом роль красивой женщины в японской культуре. Скот фон Шиллинг связывает *моэ* по отношению к маленьким девочкам с «тоской по отцовству» у мужчин среднего возраста. В это же время известный японский аниматор Хаяо Миядзаки, известный, в том числе профеминистскими взглядами, говорил: «Это трудно. Они (героини) сразу же превратились в объекты фетишизма. В смысле, если мы хотим быть популярными, у нас нет выбора, кроме того, как изобразить их настолько привлекательными, насколько это возможно. Но сейчас есть слишком много людей, которые так изображают [этих героинь], как будто они хотят иметь [таких девочек] в качестве домашнего животного. И таких людей всё больше и больше»¹.

Референтным образцом для подражания в формировании женских и мужских ролей у анимешников (в основном, подростков) выступают так называемые *идолы*. *Идолами* именуют популярных и привлекательных молодых музыкальных исполнителей, моделей и актрис. Идолы занимают важное место в культуре квартала Токио Акихабары, где тусуются анимешники. Например, поклонники того или иного идола могут приобрести специальную книжку с его фотографиями, коллекционный диск с песнями или эротические фильмы на тематику *моэ*. Существуют так называемые идол-агентства, которые продюсируют j-поп-группы, полностью состоящие из иدолов, как, например, культовые Morning Musume. В других случаях идолы, известные в других областях, могут собирать группы или просто начать музыкальную карьеру, как известные JAM Project и Ая Хирано².

Индивидуальная личностная специфика героев аниме, которым до известной степени пытаются подражать члены субкультуры, осознается как

¹ Patrick W. Galbraith. Moe: Exploring virtual potential in post-millennial Japan // Electronic journal of contemporary japanese studies. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html> (Дата обращения 15.10.2019)

² Японские молодежные субкультуры // Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (Дата обращения 15.10.2019)

внешними наблюдателями, так и самими участниками. Герои аниме действительно отличаются от «средней нормы» эмоциональности, принятой в российском обществе (не говоря уже о японском): «в нем с необычной легкостью и беззастенчивостью оголяется психология человека, его глубоко личные чувства, персонажи нередко произносят вслух то, о чем в обычной жизни не принято даже думать. Сама сюжетная линия может быть напрямую связана с ответом на философский вопрос, на который, как мы привыкли считать, нет ответа; может затрагиваться какая-то болезненная для всех тема, и, что не редкость, в очень неожиданном аспекте. При первой встрече с аниме это обстоятельство либо отталкивает зрителя, либо, наоборот, невольно удерживает у экрана.

Но и после исчезновения такого первого импульса, у человека не иссякает интерес к аниме, потому что существуют и другие причины для этого. Одна из них состоит в том, что человек погружается с головой в эмоции, которые невероятно редко встречаются в реальности, но которые каждый хотел бы пережить, даже если самому себе в этом никогда не признается»¹.

В субкультуре аниме происходит специфическое *структурирование времени* (труда и досуга, биографического времени, исторического времени). Прежде всего, основное, субъективно значимое время анимешника посвящено просмотру аниме. Норма для отаку, конечно, – это дело индивидуальное, но если кто-то из них просматривает сериал в день (это примерно часов восемь по времени), то это никого особо не удивит.

Аниме в неограниченном количестве и прочее, необходимое для того, чтобы «анимешить» обходится недешево, поэтому отаку нуждается в средствах. Отсюда становится ясным, почему возрастной диапазон отаку, верхняя граница которого доходит аж до 90 с небольшим, все же редко

¹ Денисова А. Семантика субкультуры аниме // Аналитика культурологии. 2009. № 2 (14). С. 121.

опускается ниже 15 – 18 лет. Хотя это также связано и с тем, что в России мало распространено аниме для детей, которое существует в Японии.

В Японии *биографическое время* фанатов аниме регулируется обществом, есть даже понятие «анимешного возраста», суть которого заключается в том, что определенное аниме рассчитано на определенный возраст зрителя (например, есть аниме для маленьких девочек и тех, «кому за тридцать»), но в жизни он часто не совпадает с реальным (двадцатипятилетнему может нравиться то, что рассчитано на пятнадцатилетнего и т. п.).

В России «анимешный возраст» регулируется только лично, без вмешательства общества и государства. Исключением является цензурный запрет на аниме и мангу в жанре «гуро» (порнография с элементами жестокости и садизма, в том числе с участием несовершеннолетних) в 2015 году сразу для всех возрастов¹. Следовательно, здесь возможны злоупотребления – например, дети, которые смотрят аниме для зрителей 18+ (эротика, катастрофы и т.п.)².

По мнению ряда авторов, антропология аниме – это продление периода неопределенности, «поисков себя», ситуации выбора – без обретения окончательной идентичности и связанной с ней ответственности, т.е. вечная молодость, социальный инфантилизм³.

Как сторонники, так и противники аниме отмечают, что для понимания аниме как жанра, и, следовательно, для вхождения в субкультуру необходимо потратить значительное время. Автор, которому аниме

¹ Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». (В редакции от 29.06.2015 № 179-ФЗ). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody&nd=102144583> (Дата обращения 12.12.2019)

² Денисова А. Семантика субкультуры аниме // Аналитика культурологии. 2009. № 2 (14). С. 120-122.

³ Иваненко Е.А., Корецкая М.А., Савенкова Е.В. Заклятье вечной молодости или репрезентация телесности в жанре аниме // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 32-43.

симпатично, пишет: *«Правильное аниме идет по японскому телевидению, так как, в основном – это сериалы, хотя, конечно, полнометражных фильмов тоже не меньше. Эти сериалы отличаются от, например, американских тем, что пропустить одну серию – это значит почти ничего не понять во всех последующих»*¹.

С другой стороны, «нелюбитель аниме с большим стажем, имеющий друзей анимешников», утверждает, что *«причин нелюбви к аниме несколько: 1) Аниме зачастую носит очень специфический сюжет, основанный на культурных традициях Японии или тесно перемешанный с ними. Даже если по сюжету действие происходит не в Японии – незабываемая японская стилистика вкупе с японским образом мысли там присутствует. Таким образом, чтобы не воспринимать аниме при просмотре как бред сумасшедшего – им надо проникаться долго и упорно. Не каждый человек на это готов пойти. А если этого не делать – то и аниме кажется бредом. Отсюда негатив. 2) Стил, в котором оно нарисовано, также требует предварительного привыкания, а в противном случае вызывает отторжение»*².

Близкое к вышеуказанному мнение о причинах «нелюбви» к аниме высказал в интервью владивостокский анимешник: *«К анимешникам относятся плохо, потому что у них постоянные разговоры про аниме. Начинаешь вставлять аниме-словечки в повседневную жизнь. Еще начинаешь слушать японскую музыку из разных оппенингов. Потом меняется твой стиль одежды, появляются новые друзья, новые тусовки. Можно перечислять еще много чего, но если собрать всё воедино, то выходит, что людям не нравится всё, что выходит из их привычного*

¹ Денисова А. Семантика субкультуры аниме // Аналитика культурологии. 2009. № 2 (14). С. 120-122.

² Ответ на вопрос Ю. Беляковой «Почему в России многие не любят аниме?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://thequestion.ru/questions/13364/pochemu-v-rossii-mnogie-ne-lyubyat-anime> (Дата обращения 18.10.2018)

порядка дня. Всё, что выходит за рамки обыденного. То же самое относится к готам, эмо, рокерам, ЛГБТ и т.д. Вот и всё. Далеко здесь копать не надо»¹.

Внутри субкультуры аниме определенные культовые сериалы, а также их герои и музыка выступают символами поколенческой идентичности и маркером своего/чужого поколения. Например, поколение, которое выросло на сериале «Евангелион» может называть анимешников первого российского поколения «муняшками» (от названия аниме-сериала «Сейлор Мун»).

Мелодия из сериала «Евангелион» «Дзанкоку» («Жестокие ангелы») приобрела особое значение для российских анимешников, став определенным «маркером поколения». Они даже называют ее «русской народной мелодией». Анимешник пишет: *«Наверное, у каждого человека есть "мелодия жизни". Звуки которой заставляют человека вспомнить так много, что кажется порою, что мелодия эта проходит через каждое мгновение жизни. Для меня такой мелодией стала "Дзанкоку". И даже не потому, что это "занукоку", и не потому, что это «Ева». Просто, можно сказать, что вся моя молодость прошла именно под знаком этой мелодии. Все самые важные события моей жизни, все ключевые моменты – всё шло под "жестокых ангелов"»².*

Историческое время у анимешников тоже имеет свою субкультурную специфику. В аниме довольно равномерно присутствует воображаемое прошлое (где абсолютно преобладает «время самураев» и стимпанк), воображаемое настоящее (аниме жанра «школа» и др.) и воображаемое будущее (где наиболее важны различные варианты постапокалипсиса, жанры «меха» и «киберпанк» и др.). Подробная и разнообразная проработка образов будущего – главное отличие субкультуры аниме (шире – всего гиковского движения) от «большой» российской культуры, где доминирует

¹ Интервью В11. Полевой дневник автора, 2018 г.

² Амарао-сан. Живой журнал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://amaraosan.livejournal.com/180208.html> (Дата обращения 28.10.2017)

нерефлексируемый прагматизм по отношению к настоящему и дискуссии про прошлое, но нет внятного образа будущего¹.

Наиболее частой формой общения российских отаку в 1990-е – начале 2000-х годов была «анимка», т.е. собрание нескольких фэнов на частной квартире для просмотра видео в формате ДВД или ОВА, обсуждения последних новостей из мира аниме или подготовки наряда для косплея. Последний может быть полностью основан на сюжете какого-либо аниме или манга, но также может быть ответвлением от уже существующей истории, куда вводится новый персонаж. Поначалу косплей в некоторой степени компенсировал отсутствие в России аниме, но он также являлся важным способом проявления творческой активности, предоставляя открытую площадку для выражения чувства принадлежности к группе. В современной России аниме больше смотрят в Интернете, соответственно и «анимка» происходит больше не в реальных квартирах, а на форумах, чатах и в соцсетях.

Сбор в общественных местах или «тусовка» является ещё одной формой общения. Фанаты проводят тусовки, чтобы обменяться или приобрести CD, DVD, видео, постеры или другую продукцию, связанную с манга и аниме, как например, значки с персонажами, но также и для того, чтобы просто пообщаться друг с другом. Тусовка может служить местом демонстрации косплея. До середины 2000-х годов большинство тусовок проходило на открытом воздухе, поскольку местные власти относились к ним с подозрением и не разрешали проводить встречи в общественных зданиях. Однако с осени 2003 года питерский клуб Р.Ан.Ма под эгидой Союза молодёжных организаций получил разрешение на проведение аниме-фестивалей в общественных местах. Тусовка, как форма объединения людей

¹ См. например, мнение известного политолога: Гельман В. Кому выгодно «наследие прошлого» // Ведомости. 5 сентября 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/09/06/655792-nasledie-proshlogo> (Дата обращения 12.10.2019)

по интересам, была унаследована с советских времён. Это также свидетельствует о том, что отаку не причисляют себя к «новым русским», проводящих своё свободное время в дорогих клубах.

Все отаку, у которых брала интервью Ю.Д. Михайлова в конце 1990-х годов, акцентировали внимание на том, что анимка или тусовка занимают важную часть в их жизни, будучи своего рода «второй семьёй». Подобные встречи дают возможность не только обмениваться видео или компьютерными играми, но также являются местом, где фанаты могут встретить близких друзей или людей с одинаковыми интересами и увлечениями. Однако, в середине 2000-х годов, когда движение стало более массовым, отаку говорили, что увлечение аниме не является приоритетом по сравнению с учёбой или работой.

По данным Ю.Д. Михайловой, во время своих встреч отаку не употребляют алкоголь (разрешается немного пива) или наркотики, не прибегают к физической силе, хотя многие из них хорошо знакомы с боевыми искусствами. При разговоре девушки-отаку часто держат друг друга за руки или обнимают за плечи, что вовсе не считается выражением намерений сексуального характера. На Интернет-страничках анимешники подчёркивают мирный характер своих собраний и, таким образом, противопоставляют себя культуре, связанной с преступным миром, насилием, наркотиками и алкоголем. Они считают, что настало время осознать, что «анимэ и манга – единственная альтернатива водке, подворотне и игле»¹.

Таким образом, субкультура аниме как социокультурная группа обладает развитой социальной прагматикой. В ценностном отношении субкультура аниме выстроена вокруг преодоления травмы модернизации, которая задает условия взросления и социализации молодого человека.

¹ Mikhailova Y.D., Torchinov E.A. Images at an Impasse: Anime and Manga in Contemporary Russia // Japan and Russia. Three Centuries of Mutual Images. Folkestone: Global Oriental, 2008. P. 175-191

Образы, символы и герои аниме как жанра искусства используются в качестве референтных образцов для символической маркировки внешних границ, внутренней структуры, социального времени, внутреннего языка (слэнга), предметной среды и телесности участников субкультуры аниме.

Выводы. Таким образом, субкультуру аниме можно рассматривать как социокультурную группу и символическую систему, между которыми существует «бесшовное соединение».

Субкультура аниме является глокальной, т.е. проекцией транснациональной/глобальной культуры в локальный российский и дальневосточный контекст. Аниме, как жанр искусства и молодежная субкультура выполняет функцию социализации молодежи, однако его значение этим не ограничивается – он образует целостный культурный универсум со специфическим визуальным метаязыком, синтезом традиционных и современных символов и культурных кодов.

Регулярно смотрят аниме около 25% молодежи, к субкультуре аниме относят себя 4-7%. Отдельные элементы субкультуры аниме распространились далеко за пределы фэндома и являются частью современной моды и повседневности.

Сравнивая аниме-фэндом с другими молодежными субкультурами можно утверждать, что анимешники относятся к творчески ориентированным, толерантным, андрогинным субкультурам со слабой внутренней иерархией. Аниме-фэндом входит в более крупное молодежное направление – гиков, объединяющее любителей виртуальной реальности: искусств, игр, гаджетов, фантастики и косплея. Гики по своим ценностям противостоят консервативным, брутальным, маскулинным и криминальным субкультурам – гопникам, АУЕ, скинхедам, футбольным фанатам.

Ценностное ядро аниме как жанра искусства выстроено вокруг «травмы модернизации», которая для молодого человека является испытанием (инициацией) и в этом смысле проблематика аниме является

развитием европейского романа эпохи Модерна. Моделью «травмы модернизации» выступают чаще всего космическая или технологическая катастрофа, инопланетное вторжение, мировая война, экологическое загрязнение. Впрочем, само взросление в современном сложном мире тоже может осознаваться как травматичное.

Моральные проблемы в аниме трактуются как сложные и неоднозначные, ответственность за выбор несет сам человек, и последствия эти могут быть трагическими. В этом главное отличие аниме от европейской традиции «детской литературы» и мультфильмов, где добро легко отличить от зла, и обязателен счастливый конец. Аниме обладает также оригинальной эстетикой, сильно модернизированным вариантом традиционной японской символики.

Участники аниме-фэндома самостоятельно интерпретируют образы и смыслы аниме, а также участвуют в реальном сообществе – они не «социально распылены» или изолированы как пассивные зрители/читатели, скорее они используют транслируемый образец для самопознания, самовоспитания и апробации в группах единомышленников.

Способ взаимодействия анимешников с «большой» культурой является современным и ненасильственным: они расширяют реальный мир за счет включения в него элементов, связей и отношений, выработанных в виртуальной концептуальной вселенной и «прошедших испытания» в группах меньшинств (субкультуре).

Аниме-фэндом обладает развитой символикой, обозначающей границы сообщества, внутреннюю иерархию и социальные роли, а также выражающей субкультурную идентичность: телесный и предметный коды сообщества (макияж, прическа, одежда, оформление жилища, аксессуары в стиле «аниме»), субкультурный слэнг (японские и английские термины, молодежный компьютерный жаргон), особые локации (реальные и

виртуальные места «тусовок»), субкультурные ритуалы (конвей, косплей, фотосет).

Глава 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ И ВОСПРИЯТИЕ СУБКУЛЬТУРЫ АНИМЕ В РОССИИ

2.1 Репрезентация субкультуры аниме в виртуальном пространстве

Современные системы коммуникации через Интернет (онлайн-форумы, электронная почта, социальные сети) позволили повысить скорость и гибкость взаимодействия и многократно увеличили возможности удовлетворения стремления людей с общими интересами общаться и делиться идеями. Интернет создает общее транснациональное культурное пространство, причем его связь с оффлайновой реальностью возрастает. Поисковые системы «Яндекс», «Google» и др. также имеют выход в реальное пространство через сервисы по продаже авиа- и железнодорожных билетов, бронирования отелей, запись на прием к врачу, службы доставки товара, такси, интерактивные карты и т.п.

Уровень вовлеченности граждан, особенно молодежи в виртуальное пространство постоянно растет. В России проникновение Интернета в этой возрастной группе достигает 96%. Взаимодействие подростков и молодых людей в Интернете оказывается весьма интенсивным: по результатам совместного исследования Ipsos и Google, четверть респондентов в возрасте от 13 до 24 лет проверяет информацию в социальных сетях через смартфон каждые 30 минут или чаще, а 27% респондентов этого возраста проводят в социальных сетях больше 5 часов в день. Все они не просто привыкли взаимодействовать с этой средой с детства: многие родились в период бурного развития социальных сетей (середина 2000 – начало 2010-х гг.) и по определению ориентируются в них лучше своих родителей (по данным исследования, проведенного High-Tech.Mail.ru, 46% детей получают в руки планшет или смартфон в возрасте от 1 до 3 лет). Именно поэтому это

поколение называют «digital natives» (цифровое поколение, цифровые племена)¹.

Не случайно в современных мегаполисах появляются люди, которые работают из дома через Интернет, там же проводят все свободное время, а еду и одежду заказывают тоже через Сеть. В Японии феномен «хикикомори» – затворников, которые годами не выходят из дома – стал довольно заметным социальным явлением последних лет².

Т.Б. Щепанская проницательно заметила, что большинство из тех феноменов, которые часто определяют в качестве локальных «молодежных субкультур», реально являются транснациональными культурами. Примеры – хиппи и их современные последователи, панки, футбольные фанаты, скинхэды и реконструкторы (движение этноисторической реконструкции, набирающее силу преимущественно в Европе и России). К ним принадлежит и аниме-культура. Наблюдателю, остающемуся в рамках государственных границ или регионов, они представляются субкультурами, поскольку в поле его зрения оказываются, как правило, локальные сообщества или группы взаимодействующих сообществ, символически отделяющие себя от большинства населения.

Однако реально надо учитывать, что свои символы эти сообщества разделяют с другими, находящимися в разных точках мира, кроме того, существуют реальные коммуникации – сетевые связи и синхронизация через общие культурные образцы. Следовательно, то, что местному исследователю представляется субкультурой (например, дальневосточные анимешники или скинхэды) может быть описано зачастую как проекция

¹ Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность детей и родителей. Результаты всероссийского исследования. М.: Фонд Развития Интернет, 2013. 144 с. С. 44.

² Хикикомори. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vitaextensa.narod.ru/hikikomori.htm> (Дата обращения 18.08.2019); Тихоцкая И.С. Изменения в жизненном цикле японцев и место молодёжи в современном обществе // История и культура традиционной Японии. Выпуск XXXII / Под ред. И. С. Смирнова, отв. ред А. Н. Мещеряков. М.: Наталис, 2010. 180 с. С. 455—468.

транснациональных/глобальных культур в локальный контекст. Таким образом, возникает необходимость учитывать в ходе полевых исследований конкретных сообществ не только их межгрупповые связи на локальном уровне, но и транснациональный или глобальный контекст¹.

О распространенности аниме как реального сообщества (аниме-фэндома) некоторое представление может дать потребление аниме как жанра искусства и продукта массовой культуры через сеть Интернет.

Распространение аниме в современных медиа очень широко. «Animax» – японская анимационная спутниковая телесеть (ставшая каналом № 1 для поклонников аниме в Японии) сегодня первая и крупнейшая в мире круглосуточная телесеть, ориентированная на показ аниме, с числом зрителей более 89 миллионов, вещающая в 62 странах и более чем на 17 языках. Согласно аналитическим данным сайт Anime News Network (англ. «Сеть новостей аниме», ANN), претендующий на звание ведущего англоязычного Интернет-источника новостей и информации об аниме и манга (включая веб-форум), ежедневно посещают более 15 тыс. человек, 5,5 млн в год при общем количестве просмотров более 22 млн².

В российском сегменте Интернета также существует множество порталов, где можно найти аниме-сериалы и фильмы, пообщаться на форумах, прочитать новости о событиях в мире аниме-культуры. Там же выложена литература по истории аниме, анонсы будущих вечеринок (аниме-пати) и фестивалей (конвеев, косплеев).

¹ Шепанская Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура» // В сб. Социология вчера, сегодня, завтра / Под. ред. О.Б. Божкова. СПб., 2011. С. 175.

² Лякина Я.С., Голубятников А.А., Дмитриева Н.А. Личностные особенности подростков и молодежи, увлекающихся аниме, и их связь с формированием психопатологических проявлений // Современные проблемы клинической психологии и психологии личности. Новосибирск: Изд-во ННИГУ, 2017. С. 202-209.

Статистика запросов на слово «аниме» в Яндексе показывает 13 305 755 показов в месяц¹. Наиболее известными аниме-порталами являются «Наруто» (<http://narutoplanet.ru/> число посетителей – 53 тыс. чел. в сутки, число просмотров – 224 тыс. в сутки), «Аниме» (<http://animespirit.tv/>) число посещений 5,5 тыс. чел. в сутки, число просмотров – 25,8 тыс. в сутки. Запрос «Смотреть аниме онлайн» 24 июля 2019 г. сделало – 91,5 тыс. чел., число просмотров аниме – 407,185 тыс.). Если сравнить эти показатели, допустим, с самым популярным православным сайтом «Правмир», там число посещений – ок. 150 тыс. чел. в сутки, число просмотров – ок. 220 тыс. в сутки².

Аниме как жанр искусства встраивался в виртуальный контент постепенно. Аниме появилось раньше компьютеров почти на 50 лет. Вначале аниме производилось для кино, затем для телевизора в форме телевизионных сериалов. С появлением компьютерных технологий в 60-х годах XX века они проникли как в производство аниме, так и в его распространение. Широта распространения аниме выросла на порядок при переходе от видеокассет к DVD-дискам, и затем еще на много порядков – при распространении Интернета. Еще один рубеж был преодолен при переходе от кабельного (домашнего) Интернета к мобильному (на смартфонах).

Распространение аниме (как визуального языка) способствовал тот факт, что разработчикам необходим был максимально понятный и жизнеподобный интерфейс, когда они трудились над заполнением пространства между компьютером и человеком. Движущиеся аниме-картинки (гифки) использовались для того, чтобы сделать компьютеры

¹ Яндекс статистика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/#!/?words=%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5> (Дата обращения 23.12.2018)

² Статистика сайтов аниме [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://top100.rambler.ru/search?query=%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5> (Дата обращения 23.12.2018)

доступными и привлекательными для массового потребителя, особенно детей и подростков.

Кроме того, виртуальная реальность создавала подлинные чувственные ощущения эффекта присутствия. «Наконец, в компьютерных технологиях появились и такие средства отображения, которые в принципе невозможно воспроизвести ни в одной из старых технологий, – интерактивное моделирование физических объектов, которое стали называть виртуальной (т.е. кажущейся) реальностью»¹.

Анимация является способом получения эффекта погружения (иммерсивности – от immersion), который создают многие компьютерные системы. Компьютерный пользователь начинает воспринимать виртуальное происходящее как естественную реальность, он находится как бы внутри протекающего в настоящий момент. Именно из-за данного эффекта резко возросла популярность аниме в самой Японии. Именно из-за него аниме перестало быть мультиками для детей, охватив предельно широкую аудиторию. В Японии аниме и манга распространены настолько широко, что их можно считать принадлежностью базового ядра современной японской культуры, а не субкультурой. Только отдельные экстремистские проявления фанатизма анимешников в Японии, в основном в подростковой среде, можно считать суб- или контр-культурными.

В начале 1990-х годов после первых успехов компьютерных технологий во всем мире активно проявился интерес к виртуальной реальности. Эта заинтересованность не ослабла, а лишь усилилась в XXI веке, с дальнейшим развитием виртуальных технологий. Теперь аниме не только можно посмотреть в Сети – аниме как особый визуальный язык является связующим звеном и медиатором (посредником) между виртуальной и обычной реальностью.

¹ Шафрин Ю.А. 1500 основных понятий, терминов и практических советов для пользователей персональным компьютером. М.: Дрофа, 2001. 272 с. С. 14.

² Воронов А.И. Философский анализ понятия «виртуальная реальность»: дис. ... филос. наук. СПб., 1999 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/fenomen-virtualnoi-realnostiv-kontekste-bytiya-cheloveka-opyt-filosofskogo-analiza> (Дата обращения: 10.03.2016)

изменяющемся мире, сравнении различных систем ценностей; в свою очередь «взрослые», которые создают и заказывают аниме, пытаются через него влиять на развитие молодежи в нужном направлении.

В Японии аниме «растет» вместе с ребенком. В детстве это мультики для маленьких – сериалы для детей в жанре кодомо, затем, в подростковом возрасте аниме делится на аниме для девушек – сёдзё и юношей – сёнэн. Далее, став уже взрослым, японец не расстается с аниме. Есть даже аниме для бабушек и дедушек. Так все общество оказывается охваченным виртуальной анимешной реальностью¹.

Современная виртуальная реальность оказывает влияние на поведение в подлинном мире. Японцы получают порцию виртуальной реальности каждый день из компьютеров, с игрушками «Тамагочи», из Интернета, из аниме-телесериалов. Последние очень популярны, как и их герои. Сериалы идут сезонами и прочно внедряются в подсознание. «Сейлор Мун» длился пять сезонов и включал 200 серий, в «Покемонах» больше 700 выпусков. «Дораэмон» установил рекорд – целых 2000 серий. А дольше всего длится показ Sazae-san – с 1969 года и до сих пор, хотя количество серий в нем меньше².

Виртуальные технологии создают иллюзорные миры, которые даже вытесняют миры реальные. В наши дни компьютеры могут производить фейковые образы, которые не отличить от фотографий, но при этом создают потрясающие особые эффекты, которые можно использовать в кино и мультипликации. Новый уровень в развитии анимации был достигнут благодаря рекурсивной геометрии – разделу математики, оперирующей формами. «Рекурсивная геометрия предоставила возможность создавать математические описания иррегулярных естественных форм, таких как

¹ Прасол А.Ф. Япония: лики времени. Менталитет и традиции в современном интерьере. изд. 2-е, доп. М.: Наталис, 2009. 416 с. С. 80.

² Прасол А.Ф. Япония: лики времени. Менталитет и традиции в современном интерьере. изд. 2-е, доп. М.: Наталис, 2009. 416 с. С. 82.

листья, облака, береговые линии. Новые возможности графики нашли применение в искусстве... Художники используют компьютеры как для создания эстетически стилизованных образов реального мира, так и для изображения экстравагантных захватывающих картин, ранее доступных только воображению»¹. В Японии прославился артистическим чутьем и подобными приемами японский компьютерный график Иойхиро Кавагучи.

Мультипликаторам подвластно создание всевозможных миров, вселенных и галактик. Фантазии аниме-режиссеров создают эти миры в различных жанрах: фэнтези («Мой сосед Тоторо» и т.д.), киберпанк («Призрак в доспехах», «Лэйн: серийные испытания», «Стимбой», «Евангелион» и др.), стимпанк («Летающий остров Лапута» и т.п.)². Одна вселенная отличается от другой. В «Триган» анимешные герои на пустынной планете, а в аниме-сериале «Волчий дождь» мы видим огромные поля сражений после «последней» войны. Популярность многосерийных аниме-вселенных опровергает утверждения некоторых исследователей, что молодежи свойственно так называемое «клиповое мышление», неспособность сосредотачивать внимание и удерживать в голове сложные связи.

Создаются исторические аниме и аниме о повседневной жизни персонажей – рядовых граждан, живущих на реальных улицах современного Токио или японской деревни. Эти сериалы соединяют художественную реальность и реальное географическое (урбанистическое и рустикальное) пространство; возникает ощущение, что завернув за угол дома, встретишься с героем аниме. Вера в возможность реального существования виртуального растет. Одной из вершин иммерсивной виртуальной реальности, безусловно, является, работа Хаяо Миядзаки «Унесенные призраками». Этот аниме-

¹ Эпоха компьютера: пер с англ. И. Михайловой. М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 1998, 152 с. С. 70.

² Воробьева Е.С. Часть виртуальной реальности – японское аниме // Успехи современной науки. 2016. Т. 8. № 11. С. 156.

сериал получил премию Берлинского кинофестиваля, причем как «лучший фильм», а не мультфильм. Этот фильм посмотрели в мировом прокате миллионы зрителей, даже те, кто не увлекается аниме и не является отаку.

Пройти мимо столь явной известности и популярности аниме не смогли в 90-х годах XX века многие ученые: психологи, философы, социологи, искусствоведы и культурологи.

Первыми «культурный потенциал» виртуальной реальности оценили разработчики, пионеры виртуальной реальности (У. Брикен, Дж. Ланьер). Некоторые авторы относят технологию виртуальной реальности к новой технике экранных искусств, вместе с компьютерной анимацией, спецэффектами, телевидением¹.

Если ключевой особенностью виртуальной реальности, как мы уже упоминали выше, считается иммерсия, т.е. погружение, то схожесть генерирует симуляция, обеспечивающая функциональное сходство. В прикладной сфере впечатляющих результатов добиваются создатели учебных электронных тренажеров (например, автомобиле- или самолетовождения), а также разработчики особых программ по компьютерному моделированию возможных ситуаций в научных и военных целях, изучающие, например, поведение человека в экстремальных обстоятельствах, вырабатывающие оптимальные пути решения задач, возникающих в этих условиях, и т.п. Следует отметить, что в прикладной сфере распространены гибридные формы, расширяющие физическую реальность посредством виртуальной реальности.

В учебных и развлекательных целях создаются многообразные тренажеры с использованием оптико-кинетических иллюзий полета, вращения, падения, столкновения, превышения скорости, изменения курса, боковых и задних видов и т.п., способные вызвать у обучаемого чувство

¹ См., например: Добротворский С. Восприятие стандарта // Искусство кино. 1994. № 2. С. 70-87; Орлов А.М. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания. М., 1997 и др.

страха, опасности, мобилизовать его внимание. По аналогичной программе осуществляется компьютерное моделирование действий пожарных в горящем доме и т.п.¹

Аниме и виртуальные игры прочно вошли в современную жизнь, переплетаясь с другими видами развлечений – телевидением, караоке, игровыми автоматами, квестами, используя как иммерсию, так и симуляцию. Так компьютеры, благодаря новым технологиям, создают для пользователей совершенную виртуальную иллюзию, имитацию. «Между традиционными и компьютерными технологиями существует принципиально важное отличие. В старых технологиях совершенствование инструментальных механизмов обычно означало выполнение старой работы новыми средствами. Поэтому мы вправе утверждать, что главное в современных технологиях – выполнение новой работы новыми средствами»².

Иллюзию погружения в виртуальный мир увеличивают 3D очки-компьютеры. Сейчас ученые работают над передачей через Интернет и тактильных ощущений. Такими способами виртуальная реальность создает собственную гносеологическую модель, где познание осуществляется через законы человеческого восприятия. Она – средство самопознания человека с одной стороны и создания иллюзорных миров, где бы комфортно существовал человек с другой. В подтверждение приведем слова Н.А. Носова, сказанные им еще в 1984 году о том, что «компьютеры не только создают новую среду существования человека, но трансформируют все другие среды существования человека: образование, воспитание, коммуникацию, социальные отношения и т.д. Это ставит задачу осмысления места человека в новом мире, именуемом иногда киберкультурой или

¹ Бычков В.В., Маньковская Н.Б. Виртуальная реальность как феномен современного искусства // Эстетика вчера, сегодня, всегда. Вып. 2. М., 2006. С. 32-61. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://iphras.ru › uplfile › root › biblio › aest › aest_2 › 2.pdf (Дата обращения 12.10.2019)

² Шафрин Ю.А. 1500 основных понятий, терминов и практических советов для пользователей персональным компьютером. М.: Дрофа, 2001. С. 14.

виртуальной цивилизацией. От решения этой задачи зависит будущее человечества»¹.

Виртуальная реальность – это созданная искусственно среда, которая принимается пользователем за реальную или близкую к таковой. Модель компьютерной квази-реальности выплескивается на экран в виде аниме. У такой реальности миллионы поклонников. Образы аниме из виртуальной реальности инкорпорируются и в реальный мир. Например, японцы устраивают фестивали любимых покемонов из одноименного аниме-сериала. В г. Йокогаме в августе проходит фестиваль Пикачу. Улицы города наполняются этими уморительными персонажами. Пикачу танцуют, фотографируются со всеми желающими. Пикачу создан дизайнером аниме Кэном Сугимори, это «покемон электрического типа» из серии игр, манги и аниме компаний Nintendo и Game Freek. Пикачу в последние годы стал иконой японской поп-культуры. Журнал «Time» в 1999 г. определил Пикачу на второе место в списке «Лучшие люди года». Журнал «Forbes» присудил ему восьмое место в списке вымышленных персонажей в 2003 году. Этот персонаж приносит создателям огромные доходы. К примеру, за 2003 год выгода составила 825 миллионов долларов².

В Японии принято устраивать день, когда фанаты аниме, электронных игр и поп-групп молодежной музыки могут встретиться с кумирами за специальными столиком и пожать им руку. Для любителей анимешных виртуальных героев придумали симуляцию реальной руки – робото-руку.

Исследователи все чаще заявляют о появлении киберкультуры и становлении виртуальной цивилизации. В контексте этого мнения Н.А. Носов полагает: «...киберкультура имеет все шансы стать полноценной культурой, освоив особый, виртуальный способ понимания и объяснения

¹ Носов Н.А. Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора: дис. ... доктора псих. наук. М., 1994. 283 с. С. 102.

² Воробьева Е. С. Часть виртуальной реальности – японское аниме // Успехи современной науки. 2016. Т. 8. № 11. С. 156.

мира. Основанием для такого вывода служит то, что идея виртуальности становится все более признанной в весьма различных отраслях науки и практики, а также то, что имеется социальная потребность в новых способах объяснения мира и овладения им¹.

Образы аниме многократно переходят из виртуального пространства в реальное и обратно, видоизменяясь и включая в свою орбиту все новые слои населения, так что многие конечные потребители не имеют понятия об их оригинальном источнике. Например, мама, которая выкладывает в Фэйсбуке фотографию своего ребенка в красивой футболке, может не иметь никакого понятия о том, что рисунок на этой футболке изображает персонажа аниме-сериала, который в свою очередь был снят по манге (комиксам). Зато таргетированная реклама на Фэйсбуке обязательно предложит маме приобрести онлайн-игру с тем же персонажем, а также его воплощение в виде игрушек, кондитерских изделий и т.п. Таким образом, язык аниме превратился из специфического субкультурного языка в повседневный (вернакулярный) язык «большой» культуры. (См. Приложение 2, 10)

Не только язык аниме как жанра искусства, но и язык анимешников как субкультурный слэнг вышел за пределы фэндома. Слэнговое слово анимешников «няшечка» (киса) можно встретить в самых неожиданных местах. Например, 11 сентября 2019 г. на сайте политолога Ек. Шульман в передаче «Статус» (посвященной выборам в Мосгордуму) размещен такой комментарий: «Вау, Екатерина Михайловна сегодня просто великолепная. Майкл² конечно же няшка»³.

Символику аниме используют производители самых разных товаров: от зубной пасты до самолетов и океанских судов. Особенно широко аниме-

¹ Носов Н.А. Виртуальная цивилизация // Виртуальные реальности в психологии и психопрактике. Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 1. М., 1995. С. 105–116. С. 108.

² Ведущий Майкл Наки, журналист «Эха Москвы»

³ «Статус». Сезон 3. Вып. 2. 10 сентября 2019 г. Сайт Екатерины Шульман. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=v5RwKvk7zGE&t=1240s> (Дата обращения 12.09.2019)

символика распространена в Японии, но мимо нее не проходят и западные производители. Во Владивостоке персонажи аниме часто размещаются на вывесках и рекламе магазинов, торгующих японскими автомобилями, автозапчастями и аксессуарами (См. Приложение 10).

По мере приобщения человека к аниме-культуре, отдельные фрагменты стилистики аниме, с которыми он познакомился раньше, подвергаются новой интерпретации и обретают более глубокий смысл, по принципу «герменевтического круга». Вот как фанат аниме «Евангелион» описывает эти моменты: *«Лет 5 назад, когда о Еве («Евангелионе») и не знал ничего, шёл как-то вечером к дому, а на лавке сидела компания студентов – с пивком, водочкой – в общем во всеоружии – и тут они нестройным хором затянули кукуую-то непонятную «занукоку»¹. И лишь после просмотра, когда эта «занукока» оказалась на мобильнике, на плеере, на КПК... лишь тогда я понял, как же можно такое распевать»².*

Популярность аниме приводит к тому, что на основе этой стилистики стали создаваться произведения в тех жанрах, которые принято называть «традиционными». Есть даже иконы в стиле аниме (см. Приложение 2).

Братья Вачовски, создатели культового фильма «Матрица» утверждают, что эстетика их фильма восходит к аниме в стиле киберпанк «Всадник в доспехах»³. Знаменитый голливудский режиссер Квентин Тарантино так вдохновился аниме и его стилистикой, что создал фильм «Убить Билла», где помимо рисованных фрагментов, созданных одной из популярных японских студий «ProductionI.G.», сами герои сделаны похожими на героев аниме. На Зимних Олимпийских играх 2018 года

¹ «Занукока» – песня «Дзанкоку» (яп. «A Cruel Angel's Thesis» - «Песнь жестоких ангелов») в исполнении Ёко Такахаси, с которой начинается аниме-сериал «Евангелион». Стала хитом в Японии и за ее пределами, часто исполняется в караоке.

² Евангелион – комментарии зрителей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.world-art.ru/animation/animation.php?id=32> (Дата обращения 17.10.2019)

³ Матрица (фильм). Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0_\(%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0_(%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC)) (Дата обращения 17.10.2019)

фигуристы из Японии исполнили номер, вдохновлённый одним из популярнейших аниме 2016 года «Юри на льду» (Yuri on Ice)¹.

В музыке благодаря японской анимации появился новый стиль J-роп, исполнители которого часто поют песни для озвучивания аниме-сериалов. «J-роп (яп. J-POP, яп. произв. Дзэй-поппу) – обобщающий термин для классификации японской популярной музыки, сокр. от англ. «Japaneserop»².

В Японии на пересечении виртуальной реальности и музыки возникло такое явление как вокалоиды. «Вокалоид (англ. Vocaloid) – программное обеспечение фирмы Yamaha Corporation, имитирующее поющий голос человека на основе заданной мелодии и текста. Использует технологию полного синтеза речи с использованием предварительно запрограммированных отрезков естественного языка. Включает в себя редактор для работы с текстом и мелодией, синтезатор поющего голоса и библиотеки исполнителей, также называемых вокалоидами. При создании таких библиотек используется голос певца-человека, который разбивается на небольшие фрагменты, обрабатывается и записывается в базу данных».

Но это лишь невидимая часть вокалоида. Миру же он предстает в виде 3D модели аниме-героини в человеческий рост, поющей, танцующей на прозрачном экране, что дает ощущение реальности происходящего на сцене. Самой популярной виртуальной певицей Японии является Хацуне Мику³.

В России нечто подобное можно увидеть в старых клипах певицы Глюк'oZa, когда она была еще не реальной женщиной Натальей Чистяковой-Ионовой, а рисованным аниме-персонажем с искусственным голосом. Живая аниме-героиня лишь больше подогревает интерес к японской анимации, поэтому число ее поклонников неизменно растет.

¹ Gerken, Tom. Anime fans 'sobbing' at Olympic ice skating (англ.), BBC News (9 февраля 2018). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-43003630> (Дата обращения 21.12.2019)

² Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах. М.: Восточная литература, 2012. С. 173.

³ Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах. С. 106.

Существует предположение, что в сегодняшней анонимной городской среде люди чаще взаимодействуют с почти полными незнакомцами в виртуальном пространстве, чем с соседями по физическому (географическому) пространству¹. Благодаря серии исследований, проведенных Патрицией Обст и ее сотрудниками в США и Австралии, было показано, что чувство принадлежности к группе в онлайн-сообществе по интересам является более активным по сравнению с относительно пассивным членством в реальных сообществах в современных городских условиях. Это исследование показывает, что опасения социальной дезинтеграции из-за деперсонализации Интернета необоснованны, так как интернет-доступ фактически позволяет зарождаться и расти целым новым сообществам, которые раньше просто не могли бы возникнуть, а тем более длительно существовать и тесно взаимодействовать².

Процесс общения на сайтах и форумах в сети Интернет очень важен для самоопределения и репрезентации анимешников, а также привлечения и социализации неофитов. Некоторые сайты содержат контент специально для новичков. Анимешники способны к рефлексии и самоиронии, однако выражают ее на малопонятном для непосвященных языке, т.е. остаются внутри субкультурного дискурса и попутно обучают ему новичков: *«Аниме – это не то, чтобы образ жизни. Это скорее диагноз. Болезнь может проходить в легкой или осложненной форме, а иногда бывает затронут весь мозг целиком. Но даже в критических случаях инфицированный будет ощущать исключительно эйфорию и разноцветные радуги в голове»*³.

Вот как выглядит самоклассификация анимешников:

¹ Patricia Obst, Lucy Zinkiewicz, Sandy G. Smith, Sense of Community in Science Fiction Fandom, Part 1: Understanding Sense of Community in an International Community of Interest //Journal of Communal Psychology. 2002. № 30 (1). P. 87.

² Patricia Obst. P. 93.

³ 10 самых распространенных видов анимешников [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://2x2tv.ru/blog/10-anime-fan-types/> (на самом деле типов всего 9) (Дата обращения 27.10.2018)

1. *Нуб*: всем рассказывает, что обожает японские мультики; смотрел как правило только «Сейлор Мун» и 2 серии «Дрэгон боллз»; Утверждает, что Тоторо — лучшее аниме эвер, а котик с листочком на голове — это полное ня и мимими.

2. *Тайный анимефаг*: всем рассказывает, что ненавидит японские мультики; смотрел все, но лучше признается, что проводит вечера с «Домом 2»; все всё равно знают.

3. *Тот, кто читает кодекс самурая*: всем рассказывает только то, что ему позволяет кодекс; бегают почти как ниндзя, носят в рюкзаке боккен и сюрикены; возможно, даже четыре раза ходил на занятия восточными единоборствами.

4. *Тотальное аниме головного мозга*: всем говорит «ня» и «кавай», а избранным — «десу»; неважно, что он смотрел — он живет в мире аниме; если с годами клиническая картина не меняется, то его квартира в люберецкой девятиэтажке постепенно обретает татами, рацион сводится к рамену, а смысл жизни концентрируется на косплей контекстах.

5. *Критик*: всем говорит, что это — не настоящее аниме; независимо от предмета обсуждения уверен, что все популярное аниме для позеров.

6. *Хейтер*: всем говорит, что аниме — бессмысленное занятие, сюжеты банальны и клонят в сон, а графика однообразна; смотрел всё — потому что должен быть в курсе всей этой мерзости.

7. *Олдскуллер*: всем говорит, что сегодняшнее аниме — жалкий отголосок прошлого; не смотрит ничего. Смотрел бы, но теперь все полный отстой.

8. *Тот, кто путает аниме с западными сериалами*: точно не уверен, но вроде слышал пару японских имен; и глаза у всех большие.

9. *Тру анимешник*: Ему все равно, что говорят; на его экране субтитры, в душе Япония, а на жестком диске – терабайты аниме¹.

Сам автор, безусловно, относит себя к типу 9, маркером «настоящего» анимешника здесь являются субтитры – это означает, что он смотрит аниме в оригинальной японской озвучке, со всеми оттенками голоса и интонации. Титры, кстати, иногда используются не на русском, а на английском языке, что увеличивает элитарность и эзотеричность такого потребления аниме. Один из наших респондентов во Владивостоке (школьник), также указал на особое значение оригинальной озвучки и субтитров для фанатов аниме: *«Русская озвучка делает аниме намного более детским, чем оно есть на самом деле или менее кawaiiным, чем оно есть... короче, притупляет она всё ощущение при просмотре, краски блекнут и т.д. Да, и фильмы с сериалами, как и всё остальное, надо смотреть в оригинале тоже»*².

Таким образом, аниме как смыслопорождающий контент и репрезентация аниме как субкультуры существуют преимущественно в виртуальном пространстве. Аниме не только можно посмотреть в Сети (в виде кино или сериала) – особый визуальный язык аниме является связующим звеном и медиатором (посредником) между виртуальной и обычной реальностью, вызывая эффект иммерсивности (глубокого погружения).

Способность аниме как символической системы (языка) выступать посредником между повседневной жизнью и миром высоких технологий позволяют использовать его как способ социализации молодежи в современное общество. В этом смысле аниме занимает (особенно в Японии) нишу литературы и кино для детей и подростков, которые выполняли эту функцию в эпоху Модерна. Аниме удовлетворяет потребность молодых людей в получении самостоятельного опыта, моделировании сложных

¹ 10 самых распространенных видов анимешников [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://2x2tv.ru/blog/10-anime-fan-types/> (Дата обращения 27.10.2018)

² Интервью В08. Полевой дневник автора, 2018 г.

ситуаций взросления в изменяющемся мире, сравнении различных систем ценностей; в свою очередь «взрослые», которые создают и заказывают аниме, пытаются через него влиять на развитие молодежи в нужном направлении.

Чувство принадлежности к группе и интенсивность общения, глубина идентификации с аниме-фэндомом в онлайн-сообществе является даже более активным, чем в реальном мире. Кроме того, интернет-коммуникации позволяют участникам субкультуры преодолеть локальную замкнутость и войти в группы по интересам в масштабе страны и даже всего мира.

2.2 Репрезентация субкультуры аниме в реальном пространстве

Как уже упоминалось выше, между репрезентацией аниме-культуры в реальном и виртуальном пространстве не существует непреодолимой границы, это скорее условное деление, используемое для аналитических целей. Участники аниме-фэндома получают образы и символы аниме из виртуального пространства, стремятся перенести их в свою повседневную жизнь и наоборот – любые значимые для аниме-сообщества события фиксируются и выкладываются в Интернет, обсуждаются на форумах и в социальных сетях.

В развитой аниме-культуре в Японии степень инкорпорации аниме-символики в реальной жизни наиболее высокая. Одним из центральных элементов культуры отаку является понятие *моэ* (яп. 萌え), означающее фетишизацию или влечение к вымышленным персонажам. «Моэфикации» в Японии подвергается всё больше и больше предметов и явлений реальной жизни. Например, привлекательные девушки и девочки, нарисованные в аниме-стиле, использовались в рекламе и оформлении ящиков для инструментов, дорожных указателей, пакетов для мусора, сакэ, арбузов и даже японских авиакомпаний, что выразилось в изображении Пикачу на одном из самолётов All Nippon Airways. Хотя подобная практика довольно

распространена и носит название «моэ-антропоморфизм», многие японцы считают несколько абсурдным использование моэ вместе с большинством подобных вещей¹. Моэфикация может затронуть не только японцев, и не только анимешников. Так, бывший прокурор Крыма и депутат Госдумы Наталья Поклонская в 2014 г. неожиданно стала любимым персонажем японцев в жанре «моэ», число просмотров ее в этом образе составило 250 тыс. за неделю².

Развитость субкультуры аниме в Японии проявляется в том, что там есть целая географическая локация, где анимешники чувствуют себя как дома – квартал Акихабара в Токио. В Акихабаре помимо уличных тусовок существует огромная сеть развлечений. Наиболее известные из них мэйд-кафе (maid cafe), манга-кафе, магазины разнообразной коллекционной и сувенирной продукции, караоке-клубы и т. д. являются одной из главных достопримечательностей Акихабары. Главная особенность maid cafe (с англ. — «Кафе служанок») — официантки в костюмах аниме-персонажей, стилизованных под французских служанок, а также особые меню и отношение к клиентам. Например, официантки за плату могут спеть песню, разыграть роль младшей/старшей сестры или просто сфотографироваться с клиентом. Подобные maid cafe стали настолько популярны, что их филиалы открылись в таких странах, как Китай, Южная Корея, Тайвань, Чешская Республика, Мексика, Канада и Соединённые Штаты Америки³.

Нечто подобное Акихабара, только в сокращенном размере и для всех субкультур одновременно существует в крупных российских городах в виде

¹ Galbraith P. W. Moe: Exploring virtual potential in post-millennial Japan // Electronic journal of contemporary japanese studies. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html> (Дата обращения 12.12.2019)

² Новый прокурор Крыма стала звездой Японии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.online812.ru/2014/03/20/004/> (Дата обращения 23.12.2019)

³ Китагава Кадзуми. Акихабара и культура отаку // Токио Моногатари — Токио глазами токийцев. История и современность / Пер. Е. Беякова). Токио: Ассоциация переводчиков-русистов, 2010. С. 182—183.

«Арбата» (пешеходной улицы в историческом центре). Такая улица есть во Владивостоке и др. крупных городах Дальнего Востока.

Кроме «парадных», респектабельных локаций, где субкультурная жизнь подростков протекает на глазах взрослых и носит во многом демонстративный характер, есть тайные, запретные места, очень важные для субкультурной идентификации. В физическом пространстве города такие территории – это дворы, спортивные сооружения, но также и периферия благоустроенной среды (куда подростки вытесняются из общественных пространств тем чаще, чем сложнее социально-экономическая ситуация в городе): крыши, пустыри, неблагоустроенные зеленые зоны, заброшенные строения, стройки¹.

Парадокс современной культуры заключается в том, что события, происходящие в таких тайных местах подростки снимают на телефон и немедленно выкладывают в Сеть, после чего они становятся всеобщим достоянием.

Одно из таких тайных культовых мест находится на юго-востоке города Уссурийска (Приморский край), где 23 ноября 2015 года покончила с собой 16-летняя Рената Камболина. За день до самоубийства она выложила в «ВКонтакте» селфи на путях с подписью «Ня. Пока» на фоне проезжающего состава. «Ня. Пока» стало интернет-афоризмом, мемом. История разошлась из-за фото обезглавленного тела на рельсах, которое появилось в Сети на следующий день. Пользователи анонимного форума 2ch сразу же вычислили страничку Ренаты во «ВКонтакте» (там она называла себя Рина Паленкова). Число её подписчиков сразу увеличилось до нескольких десятков тысяч (сейчас их 82 тыс.). Подростки со всей страны, нашедшие в собственной душе отражение переживаний Риной, начали примерять на себя её образ. Рину называют «иконой суицида»: это красивая девочка, которая увлекалась

¹ Осорина М. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых: научное издание. СПб.: Речь, 2004. – 276 с.

аниме, виртуальными играми-стрелялками («шутерами») и современной музыкой (она играла в группе); накануне смерти она пережила разрыв с парнем – все это делает ее образ очень романтическим¹.

На месте гибели Рины возник стихийный мемориал. Почти каждый день туда приходит кто-то из Уссурийска, оставляет цветы и игрушки. Люди едут даже из других концов страны — сходить на могилу к Рине, побывать на месте её гибели. И действительно, появились сотни поклонников, которые приезжают на железную дорогу и фотографируются на насыпи у моста, многие – положив голову на рельсы. Эти фотографии выкладываются в сеть в особом «темном» сегменте Интернета (в данном случае, социальных сетей), который оказывается неподнадзорной «территорией свободы»².

Некоторые дальневосточные локации получили отражение в аниме как опасные «темные территории». Так, во 2 сезоне японского аниме «Темнее черного» («Darker than Black: Ryuusei no Gemini») действие происходит во Владивостоке, преимущественно на железнодорожном вокзале³.

В западных странах и России в аниме-сообществе существуют события, происходящие «на земле», где участники сообщества имеют возможность встретиться «в реале» и продемонстрировать себя и свою субкультурную идентичность как «своим», так и «чужим». Основные формы существования и репрезентации субкультуры аниме в реальном социальном пространстве – это аниме-фестивали (конвей, косплей) и локальные объединения фанатов аниме (отаку-фэндома) в виде клубов и групп по интересам (косбенд).

¹ Кочегаров П. «Ня». Икона суицида. // Life. 26 мая 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://life.ru/t/%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/412546/nia_ikona_suitsida.ru/t/%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/412546/nia_ikona_suitsida (Дата обращения 27.09.2019)

² Архипова А., Волкова М. и др. «Группы смерти»: от игры к моральной панике. М.: РАНХиГС, 2017. С. 22.

³ Владивосток в японском аниме-сериале [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=bWkkVKCSgP8> (Дата обращения 03.03.2019)

Косплей (м., скл., яп. コスプレ *косупурэ*, сокр. от англ. *costume play* – «костюмированная игра») – популярное хобби, заключающееся в переодевании в костюмы и отыгрывании характера, пластики тела и мимики персонажей компьютерных игр, кинематографа, литературы, комиксов, аниме и манги. Как правило, это увлечение включает в себя изготовление костюма и элементов атрибутики выбранного персонажа. Имеет некоторую связь с ролевым движением (отличие в том, что косплей не предполагает развития сюжета и характера персонажа, а концентрируется на характерных особенностях, описанных в источнике), а также с исторической реконструкцией (требует детального воссоздания исторического прототипа).

Уровень и сложность создания персонажей могут сильно различаться и варьироваться от простой тематической одежды до костюмов с высокой степенью детализации или сложной технической реализацией элементов. Образ, выбранный для косплея, может быть взят из любого источника или придуман автором косплея как оригинальная идея либо как синтез различных известных персонажей и стилей (например, версия известного персонажа в стиле стимпанк).

Как считается, термин *Cosplay* придуман японским журналистом Такахаси в 1984 году после посещения фестиваля любителей научной фантастики *Fiction World Science 1984 Worldcon* в Лос-Анджелесе как контаминация двух слов: *costume* (костюм), произносящегося по-японски «косутюму», взяты первые два слога, к которым добавлено слово *play* (играть), «пурэ»¹.

Золотой век научной фантастики, длившийся с 1930-х по 1960-е годы, а также успехи в научно-техническом прогрессе, подпитывая друг друга, стали основой для широкого распространения в западном и, во многом, мировом обществе футуристических идей и литературных произведений. Эти же

¹ Clements, Jonathan, McCarthy, Helen. *The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917*. 2-е изд. Stone Bridge Press, 2006. P. 30. 867 p.

процессы дали старт для появления новых литературных жанров, таких как научная фантастика, фэнтези или стимпанк. Поклонники этих жанров начали переодеваться в костюмы сродни маскарадным, в стилистике любимых произведений. Писатель и редактор Форрест Экерман (Forrest J. Ackerman) писал в отчёте «Fantastic Universe»: «Монстры, мутанты, учёные, космонавты, пришельцы, и прочие твари сегодня правят балом»¹.

Американский исследователь популярной культуры Рон Миллер указывает, что в США уже к 1960-м гг. произошло формирование отдельных групп фанатов, изготавливающих и примеряющих на себя костюмы и образы полюбившихся им персонажей научно-фантастической культуры. Но основным катализатором движения косплееров стали фестивали, посвящённые культуре американских комиксов. Первым фестивалем, где основной упор делался именно на жанр комикса, стал Detroit Triple Fan Fair (DTFF). Он, несмотря на статус первого подобного фестиваля, смог заложить основы организации аналогичных мероприятий на долгие годы. Хотя главный упор в DTFF делался на индустрию комиксов, он сбалансированно осветил исторические и научно-фантастические кинофильмы, литературу, а также организовал конкурс костюмов, превратившийся в характерный атрибут таких фестивалей.

В 1970 г. был проведен первый San Diego Comic-Con, ставший впоследствии ведущим мировым событием косплей-движения, а также распространивший свою франшизу на многие подобные фестивали по всему миру. На первом Comic-Con 1970 года было 145 человек, однако уже через 10 лет его посещало по 6000 посетителей, а позже количество гостей стало измеряться сотнями тысяч человек. Успех формата проведения Comic-Con International дал старт другим масштабным мультиформатным мероприятиям подобного рода: Electronic Entertainment Expo (E3) в Лос-Анджелесе,

¹ История Косплея. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stopgame.ru/blogs/topic/64384> (Дата обращения 27.01.2020)

Gamescom в Кёльне и другие; позже стало возможным проводить отдельные узкоспециализированные мероприятия, посвящённые конкретному продукту или одному издателью – BlizzCon, WG Fest и т. д.

Косплей, не являясь ключевым элементом подобных фестивалей, составляет важную их часть по привлечению и развлечению посетителей и гостей мероприятия. Для самих косплееров данные фестивали являются ключевыми и, во многом, итоговыми событиями к которым идет целенаправленная и длительная подготовка.

С течением времени менялась поп-культура, а вместе с ней менялись и основные тенденции, повлиявшие на косплей. Если в 1970-х—1980-х гг. основными двигателями косплея были комиксы, то в 1980—1990-х гг. к ним добавились кинофильмы и аниме-сериалы. В 2000-е годы, по мере возрастания графических возможностей персональных компьютеров и игровых видеоприставок, косплееры начали активно черпать идеи в видеоиграх.

Для всех молодежных субкультур важна визуальная репрезентация, но в аниме она имеет доминирующую роль, учитывая ее генезис от визуального искусства – японской мультипликации. Именно создание визуального аниме-образа является пропуском в сообщество: *«Чтобы влиться в эту тусовку, прежде всего необходимо быть хоть немного похожим на какого-нибудь мультперсонажа. Для начала вполне достаточно купить кошачьи ушки, прийти и сказать «ня». Всё, ты уже свой в этой толпе «кавайных няшек». Но просто «кавайная няшка» – это самый низкий социальный статус, чтобы его повысить, необходимо приложить руки и фантазию и действительно стать похожим на героя аниме-фильма или комикс-манги»*¹.

¹ Интервью с Оксаной, студенткой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gloss.ua/story/ipeople/article/67337> (Дата обращения 15.01.2020)

Аниме-образы (костюмы, грим и аксессуары) делятся на определенные стилистические категории: *очаровашка (ня)* – милое, вежливое и застенчивое создание с ушками, рюшками или другими милыми аксессуарами, наивное и слегка сумасшедшее, но по-доброму; *готический герой* – злобный или не очень герой, одетый в тёмное, молчалив и загадочен, но без склонности к суициду, как в других субкультурах, должен уметь шутить мрачно, но остро; *супергерой* – похож на рыцаря в доспехах или самурая, его атрибутом зачастую является катана; *брутальный тип* – ботфорты, сигара, майка, чёрные штаны, обилие ремней и хромированных аксессуаров; *лоли* – взрослая барышня, которая изображает девочку, не вышедшую из пубертатного возраста. Обязательна викторианская стилистика наряда; *готик-лоли* – всё то же самое, что и лолли, но вместо розовых и голубых платьев – всё чёрное или очень тёмное; *горничная (служанка)* – один из любимых персонажей японских мультфильмов. Чёрное платье, белый передник и маленький белый чепчик на голове. Вежлива, услужлива, мила; *японская школьница* – белые гольфы, аккуратное платьице или клетчатая юбка, шейный платок; *стим-панк* – обязательными атрибутами являются всяческие часики, шестерёночки, трубочки, желательны котелок или цилиндр; *J-Rocker* – одет и причёсан а-ля исполнители японского рока (что-то среднее по наряду между группой Kiss и ранним Nautilus Pompilius)¹.

Косплееры делятся на три категории: уличный косплеер – «самый отчаянный экстраверт, который может выйти на улицу в достаточно практичном, но очень ярком костюме анимационного персонажа»; пати-косплеер – человек, который появляется в экстравагантном наряде только на вечеринках и фестивалях; фотокосплеер – человек в костюме, который зачастую очень сложно носить, созданном исключительно для проведения одного или нескольких фотосетов.

¹ Заклецкий А. Обзор новой субкультуры в Киеве – аниме-фэндом. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gloss.ua/story/ipeople/article/67337> (Дата обращения 15.01.2020)

Пропуском на тусовку косплееров может служить не только костюм, но и фотоаппарат: *«можете ничего не выдумывать, а просто купить себе зеркалку с хорошим объективом, и будете пользоваться в тусовке повышенным вниманием по умолчанию. Главное – помнить, что косплеер всегда стремится к симбиозу с фотографом»*¹.

Косплей пришел в Россию в 1999 г., тогда же в журнале «Великий Дракон» была опубликована первая статья, посвященная новому увлечению². Через два года, в сентябре 2001 г. открылся первый русскоязычный сайт; изначально на нём были представлены фотографии зарубежного косплея, а чуть позже стали появляться первые творения российских отаку. Новой качественной ступенью развития косплея в России стал аниме-фестиваль в Воронеже весной 2002 года, где костюмы впервые демонстрировались с отыгрышем на сцене, и была проведена первая крупная фото-сессия. В начале нулевых основным локомотивом развития косплей-движения были аниме-выставки и фестивали, проходившие в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Воронеже, Краснодаре, Казани. В связи с этим в российском обществе и сложилось четкая ассоциация косплея и аниме³.

Развитию косплея в начале второго десятилетия XXI века послужило несколько факторов:

- глубокое проникновение интернета и информации о самом хобби, фестивалях, изготовлении костюмов, способах и нюансах обработки материалов;

¹Заклецкий А. Обзор новой субкультуры в Киеве – аниме-фэндом. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gloss.ua/story/ipeople/article/67337> (Дата обращения 15.01.2020)

². Что такое косплей и с чем его едят // ВД (Великий Дракон). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.greatdragon.ru/online/45/1991-450809-chto-takoe-kospley.html> (Дата обращения 15.10.2019)

³ Краснодар объединил любителей аниме. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://old.kubantv.ru/kultura-kuban/krasnodar-obedinit-lyubitelej-anime/>; Герои японских мультфильмов приехали в Казань // Регион Online. 31 марта 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news-r.ru/news/culture/26925/> (Дата обращения 05.08.19 г.).

- доступность специализированных синтетических материалов EVA, ПВХ, PET и пр.;
- появление и развитие российских мультимедийных фестивалей Игромир и Comic Con Russia, Старкон, «Мультифест», «Феникс».

Престижным фестивалем косплея в России является всероссийский фестиваль японской культуры «Хиноде», по итогам которого победители отправятся на соревнования в Японию. Фестиваль «Хиноде» является ежегодным и проводится в Москве с 2000 года¹.

Главным атрибутом косплея является костюм, олицетворяющий образ персонажа. Как правило, костюм изготавливается косплеером самостоятельно из подручных или специализированных для бутафории материалов, однако существуют и покупные костюмы. В зависимости от сложности костюма его изготовление требует наличия навыков шитья, работы с бумагой и картоном, окрашивания, работы с пластиком, оргстеклом, тканью, умения работать со слесарными и токарными инструментами и т. п.

Также существуют команды и отдельные люди, специализирующиеся на обработке того или иного вида материала, изготовления определенного элемента костюма, услугами которых можно воспользоваться бесплатно или за деньги. Такие мастера получили наименование «крафтеры» (от англ. craft — ремесло). Косплееры часто используют дополнительные аксессуары: парики, макияж, контактные линзы, временные татуировки. Для многих персонажей важным атрибутом образа является их оружие или другие аксессуары. В случае имитации оружия на многих фестивалях действуют строгие правила по запрету применения в косплее боевого, травматического, страйкбольного и любого действующего оружия.

¹ Назарова Кс. В Москве проходит фестиваль японской культуры Hinode Power Japan. // Метро. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.m24.ru/articles/kultura/25032019/155108> (Дата обращения 05.08.19 г.)

Постоянно совместно выступающая группа косплееров называется косбендом¹. Слово появилось как объединение англоязычных cosplay и band — группа. Косбенды и клубы были основой этой субкультуры в 2000-е годы. С распространением Интернета потребность в локальных объединениях стала не столь сильной, но возможности для коммуникации и объединения многократно возросли.

Косбенды — это не только труппы, встречающиеся на репетициях и выступлениях. Часто это дружеские коллективы, проводящие вместе много времени. Кроме непосредственно выступающих, в косбенде может быть своя швея-костюмер, специалист по реквизиту, стилист-визажист, фотограф и звуковик. Некоторые участники объединения могут выступать в роли преподавателей для остальных участников.

В некоторых косбендах, особенно сформированных из подростков, общение происходит, не выходя из образа персонажей. Это помогает участникам вжиться в роль и лучше раскрыться на сцене, но также настораживает сторонних наблюдателей и порождает различные слухи.

Идентификация с героем (отыгрыш) — поведенческое соответствие выбранному в качестве образа персонажу являющееся важной частью косплея. Мимика, пластика тела, тембр голоса, а также специфические речевые обороты в сочетании с костюмом максимально приближают косплеера к выбранному персонажу. В современных реалиях косплееры используют отыгрыш лишь в части времени пребывания в образе, когда выступают на сцене (стенде) или при позировании для фото/видеосъемки. Это во многом вызвано тем, что подавляющее большинство косплееров не являются профессиональными актёрами, а постоянный отыгрыш отнимает много сил.

¹ Что такое косбенд. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://teenslang.su/content/&slang=anime> (Дата обращения 12 сентября 2016)

Косплей позволяет косплееру примерить на себя образ не только представителя любой реальной или вымышленной расы или вида, живого организма или предмета, но и другого пола (гендера).

Практика подобного косплея возникла из-за обилия в манге мужских персонажей с андрогинными чертами, в частности, бисёэнэнов. Возможно создание персонажа с противоположным оригинальному полом. В этом случае женская версия персонажа будет называться «фем-версией» (от англ. female — женщина), а мужская версия персонажа будет называться «мел-версией» (от англ. male — мужчина). Однако из-за современной тенденции к феминизации создателями комиксов классических мужских персонажей (см. Riri Williams и Железный человек) подобный вид косплея перестает выделяться в отдельную категорию. Иногда просто создается именно персонаж противоположного пола.

Создание персонажей другого пола традиционно вызывает много негативной реакции у публики, незнакомой или малознакомой с косплеем. В случае создания женщинами фем-версий персонажей публика зачастую интерпретирует это как надругательство над полюбившимся им персонажем или образом из-за привнесения в него излишней сексуальности и пр. В случае создания мужчинами косплея мел-версий персонажей или же изначально женских персонажей они могут подвергаться дискриминации гомофобного характера¹.

Важным дополнением косплея является создание «фотосета», то есть тематической серии фотографий. Фотосет косплея можно отнести к одной из разновидностей модной фотографии, так как он направлен на отображение не только одежды и аксессуаров, но и на создание определённой атмосферы для передачи нюансов образа.

¹ Воробьева П. Образ женщин в супергероике: чрезмерная сексуальность персонажей плохо влияет на сюжет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://geekster.ru/hot-news/superheroine-sex-art-story/> (Дата обращения 07. 07.2017).

Особенностью создания косплейного фотосета является требование от фотографа знаний о фотографируемом персонаже (специфической мимики, пластики, атрибутики персонажа, подбор фона и антуража для места проведения съемок). Такая фотосъемка представляет собой в первую очередь дополнительное средство достижения схожести косплеера с персонажем, а не документальную работу, фиксирующую детали косплеера и костюма. В этой связи к косплейному фотосету применимы те же подходы в процессе фотосъемки и цифровой обработки фотографии, что и для фэшн-фотографии, а именно подчеркивание достоинств косплеера и его костюма, сокрытие визуальных недостатков косплея или модели: косплей представляет собой образ персонажа, наделённого, как правило, недоступными для человека физическими свойствами и особенностями, а также недостижимыми на текущем уровне научно-технического прогресса аксессуарами.

В связи с высоким уровнем развития косплей-индустрии уже достаточно давно появились фотографы, которые специализируются на создании и обработке именно косплей-фотографий¹.

А-кон (конвей, аниме-фестиваль, косплей) является важнейшей формой репрезентации субкультуры аниме в реальном социальном пространстве. Во время подготовки А-кона происходят встречи, репетиции, где осуществляется экспериментирование с альтернативными сюжетными линиями, новыми идеями, которые можно разыграть, а также приемами создания костюма. Создается общая программа фестиваля, так называемый «минус», которая обладает собственной творческой ценностью (как киносценарий).

Современный аниме-фестиваль (конвей) является воплощением организованного фэндома, который, прежде всего, является институтом

¹ Косплей. Статья из Википедии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%B9> (Дата обращения 18.07.2019)

коммуникации и критики, полуструктурированным пространством, в котором предлагаются и обсуждаются конкурирующие интерпретации и оценки общих текстов, и где читатели размышляют о характере средств массовой информации и их собственных отношениях.

Встречи на А-коне позволяют фанатам аниме не только демонстрировать свои собственные объекты аниме-культуры другим фанатам, но также конструируют сообщество, с разделением социальных ролей, внутренней иерархией, выработанной системой ценностей и смыслов. Короче говоря, конвеи являются доказательством того, что фэндом – это не просто отдельные люди с совпадающими интересами, но определенное сплоченное сообщество с общими целями и желаниями. Подобно церкви или храмовому собранию, конвей рассматривается некоторыми как полусакральная арена взаимодействия, где «священное» – это сфера общественного ритуала, в котором собрание действующих лиц подтверждает свою веру, верность сообществу и обретают поддержку мощной внешней силы.

В Америке А-кон обычно имеет форму палаточного лагеря (кемпинга), а роль ритуалов выполняет косплей (представление), во время которого анимешники разыгрывают сцены по мотивам аниме, демонстрируют костюмы, танцуют и слышат выступления любимых музыкальных звезд, встречаются с авторами и режиссерами аниме-сериалов.

Во всем мире проводятся аниме-фестивали (Anime Convention). А-кон в Анахайме, штат Калифорния, посетили в 2005 году более тридцати трех тысяч человек, вторым по величине был Otakon, в Балтиморе, штат Мэриленд, где было продано более двадцати двух тысяч билетов. Anime Expo (AX) – крупнейший аниме-фестиваль в США в 2016 году собрал более 300 тыс. участников, из них более 100 тыс. уникальных посетителей (для сравнения посещаемость первого фестиваля в 1992 году составила 1 750 участников).

Календарь аниме-конвентов в России в 2016 году включил более 270 мероприятий. Существует российская ассоциация аниме-клубов R.An.Ma (Russian Anime and Manga Association) с филиалами в двух десятках городов по всей России, связанная с аналогичными клубами в Японии, Европе, США, Израиле, Прибалтике¹.

С 2003 по 2019 гг. значение слова «косплей» в России значительно изменяется: в начале этого периода косплей определяли как «театральную постановку на тему просмотренного аниме-фильма», «спектакль от любителей аниме», «переодевание в костюмы персонажей аниме», «костюмированные сценки из мультиков» (и за словом «мультики» здесь скрывается все то же аниме), в конце – связь с аниме ослабевает, он предстает как «копирование персонажа», «дотошное воссоздание образов поп-культуры», «переодевание в популярных персонажей массовой культуры».

В это же время «косплей» может означать как воссоздание образа персонажа, так и мероприятие, где будет много косплееров – фестиваль, конвент, аниме-вечеринку. В этом случае встречаются выражения вроде «провести косплей», «прошел косплей», где синонимами косплея могли бы являться слова «праздник», «мероприятие».

До 2006 г. практически не встречалось упоминаний косплея, не связанного с аниме и мангой, и вопросов о стране происхождения этого явления даже не возникало – ею однозначно считалась Япония. Впрочем, и после 2006 г. косплей продолжает ассоциироваться с аниме и мангой, хотя в списке подходящих для косплея источников начинают появляться и видеоигры. Именно в 2006 г. впервые проводится «Игромир» – ныне крупнейший конвент, посвященный популярной культуре.

¹ Лякина Я.С., Голубятников А.А., Дмитриева Н.А. Личностные особенности подростков и молодежи, увлекающихся аниме, и их связь с формированием психопатологических проявлений // Современные проблемы клинической психологии и психологии личности. Новосибирск: Изд-во ННИГУ, 2017. С. 202-209. С. 203.

Косплей по другим источникам – например, по советским мультфильмам, западным фильмам, мифологии разных народов – воспринимался вначале в качестве исключения из правил, диковинки, однако постепенно то, что было необычным, становится нормой, и термин «косплей» охватывает все более широкий спектр практик, теряет связь с какой-либо страной. В 2008-2010 годах практически все издания говорят, что косплеить можно не только по аниме и манге, но и по играм, в косплей-дефиле появляются отдельные номинации для образов из «неазиатских источников», становится видимым и косплей знаменитостей – например, j-rock музыкантов, а также западных звезд. В 2013-2014 г. это слово начинает употребляться (пусть и не так часто) как синоним слов «переодевание», «надевание маски», «похожесть на какого-либо». Кроме того, в 2013-2014 гг. набирает популярность киберспорт, и косплей начинает упоминаться в контексте киберспортивных турниров – как обязательная часть программы, красочное шоу для привлечения зрителей, а также как увлечение игроков, доказывающее то, как серьезно они относятся к вселенной любимой игры. Участники киберспортивных турниров уже не имеют отношения к «анимешникам», а описывают их словом «гик» (geek), обозначающим человека, сильно увлеченного какой-либо темой. Это понятие описывает огромное сообщество – людей, которые любят массовую культуру и вовлечены в различные практики соучастия¹.

Конвеи бывают более-менее многочисленными и популярными, но все они служат для участников субкультуры и заинтересованных зрителей плацдармами для идей и мечтаний, торговыми площадками для искусства всех форм и способом взаимодействия с фанатами, которые иначе были бы географически изолированы от них сотнями, если не тысячами миль. Именно

¹ Рябинина А.М. «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999-2017 года) / А.М. Рябинина // Артикульт. 2018. 29(1). С. 109-127. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://articult.rsuh.ru/articult-29-1-2018/articult-29-1-2018-ryabinina.php> (Дата обращения 18.01.2020).

на конвеях (косплеях) участники виртуальных аниме-тусовок встречаются в реальной жизни и общаются офф-лайн¹.

В России обычно костюмы и аксессуары для фестивалей делают самостоятельно, хотя в последнее время появились швеи и мастера, специализирующиеся на пошиве костюмов для косплея. Изделия таких мастеров можно приобрести через интернет, но они довольно дорогие. Как представляется, в России развитие косплея тормозится слабой организованностью движения и материальными трудностями с изготовлением костюмов. С другой стороны, спрос рождает предложение, и когда желающих заняться перевоплощением в любимых аниме-персонажей становится больше, то изготовление атрибутики для косплея растет, как это произошло ранее с ролевым и реконструкторским движением².

Некоторые исследователи субкультуры аниме описывают важность конвеев в религиозных терминах, называя их «эквивалентом фанатских церквей». Их задача — не поиск смысла жизни человека или хорошего гражданина вообще, а обретение смысла существования для себя как фаната, внутри аниме-фэндома. В других контекстах подчеркивается значение конвентов как опыта обретения и укрепления идентичности: «весь опыт, внутренний или внешний, имеет значение только потому, что кто-то присвоил ему это значение и, по сути, сделал его реальным»³.

¹ Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom (28.09.2019).

² Радзиевская А.В., Калинина А.В. Субкультура аниме в современном обществе // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Тюмень: Изд-во Тюмен. индустр. ун-та, 2016. С. 225-229.

³ Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom (Дата обращения 28.09.2019)

В аниме-фэндоме довольно высокий уровень «психологической привязанности к сообществу». Это качество включает четыре признака: чувство принадлежности (идентичность), удовлетворение эмоциональных потребностей, возможность влияния и общие связи. Уровень вовлеченности в субкультуру, соответственно, зависит от того, насколько интенсивно фанат «вкладывается» в аниме-сообщество и насколько он удовлетворен тем откликом, который он получает взамен.

Кроме регулярного общения в форме аниме-фестивалей и сообществ типа клубов, существуют эпизодические, но знаковые мероприятия для субкультуры аниме. Это встречи со знаменитыми (культовыми) режиссерами и художниками, авторами аниме, а также их выставки. Они играют в субкультуре аниме роль «звезд» в популярной культуре: являются символом успеха и достижений, образцом для подражания, но также и объектом анализа и критики. Например, в 2018 году состоялась выставка Такаси Мураками «Будет ласковый дождь» (2018 г.) в музее современного искусства «Гараж» (г. Москва)¹.

Отдельные элементы аниме-стиля распространяются в реальном пространстве далеко за пределами аниме-фэндома и порождают такой феномен как аниме-фэшион или, другими словами, возникает мода на аниме в одежде, аксессуарах и разговорном языке.

Аниме нашло отражение в творчестве знаменитых дизайнеров. Не так давно по улице ходили зрелые дамы, из волос которых виднелись кошачьи и заячьи ушки. Такой тренд появился благодаря Марку Джейкобсу и Мадонне, которая фотографировалась для фотосессии Louis Vuitton, а ее голову украшало что-то наподобие кошачьих ушек (См. Приложение 3). В аниме такой образ часто используются для героев жанра фэнтези. Парни и девушки

¹ Выставка Такаси Мураками «Будет ласковый дождь» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=5Yt40KJEprI&feature=youtu.be> (Дата обращения 20.05.2019)

часто изображаются в человеческом облики с ушками животных и хвостиками; это «нэкоматан» или оборотни в облики животных¹.

Зимой 2016-2017 г. во всех магазинах можно было встретить мягкого зайчика, которого можно повесить на сумку и отправиться на работу. Этот «кавайненький» (а также «няшный») аксессуар выпустил дом Моды Fendi, который является главным законодателем моды в области furs fashion. (См. Приложение 3)

Законодателями моды в стиле аниме часто становятся участники музыкальных групп, которые озвучивают аниме-сериалы и исполняют музыку оттуда. Так, прародителем популярного стиля готик лоли (госурори) стал солист японской группы «Mailce Mizer» (Марису мидзору), выступавший под псевдонимом Мана. Одежда певцов состояла из кожи и драпированного кружева, их отличала смертельно бледная кожа и невероятные прически. В 1999 году Мана создал свой бренд одежды и основал магазин. Свой стиль он позиционирует как «элегантная готичная лолита и аристократ»².

Пожалуй, самой яркой звездой в мире моды стала героиня видео-игры в стиле аниме Final Fantasy, красавица с розовыми волосами – Лайтнинг. Ее живым воплощением стала модель Фернанда Ли, имеющая миллионы поклонников и тысячи подражательниц. Она позировала для коллекции сезона весна-лето 2016 для модного дома Louis Vuitton. (См. Приложение 4)³.

Своеобразной формой репрезентации субкультурной идентичности молодежи является татуировка. «Несмываемые узоры на коже» являются маркером идентичности, который отражает серьезность увлечения участника

¹ Пирсон-Смит Э. «Готы», «лолиты», «дарты вейдеры» и коробка с маскарадными костюмами: исследование феномена косплея в Юго-Восточной Азии // Теория моды: Одежда. Тело. Культура: международный журнал. Вып.10 / гл. ред.: В. Стил; шеф - ред.: Л. Алябьева; ред.: А. Красникова, Т. Григорьева. М. : НЛЮ, 2008. 367 с. С. 219 –269.

² Катасонова, Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: Очерки современной японской массовой культуры. М.: Восточная литература, РАН, 2012. 150 с. С. 241.

³ Будникова А.В. Влияние стиля аниме на современную моду // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3-6. С. 98-100.

фэндомы, в то же время у внешних наблюдателей он может вызывать широкую гамму чувств – от подражания до отвращения. Татуировки в жанре аниме (см. Приложение 5) являются довольно популярными в тату-студиях Приморья. Л.А. Мельникова считает, что на субкультуру аниме влияет пограничный статус Приморья, как особой семиотической зоны взаимодействия западной и восточной культур¹.

Модная индустрия и СМИ распространяют аниме-стиль за узкие рамки аниме-фэндомы и обеспечивают приток туда новых сторонников, привлекая подростков яркостью и современностью образов еще до того, как они познакомятся с аниме как жанром искусства, а тем более с мировоззрением и ценностями аниме-сообщества.

На Дальнем Востоке фестивали аниме (косплей) начали проводиться в начале 2000-х годов и в настоящее время они существуют в каждом большом и многих небольших городах. Постепенно сложилось множество разных форм объединения и репрезентации аниме-культуры. Характерная черта косплея на Дальнем Востоке – совместные выступления любителей аниме, манги, видео-игр, фантастики и фэнтези. Косплей, таким образом, выступает площадкой, общей для представителей различных субкультур, объединенных по признаку общей эстетики и склонности к киберкультуре, обычно приверженцев этого стиля называют «гиками».

Аниме-фестивали в Приморье имеют уже довольно долгую историю, самый старый из них – косплей-фестиваль «Animate it!» – проводится во Владивостоке с 2006 года. В IV фестивале «Animate it!» в 2011 г. на сцене выступали 200 человек (заявок было подано 300), что говорит о популярности этого мероприятия. По свидетельству журналистки: «Зал театра «Андеграунд» (на 670 мест) оказался слишком мал для всех

¹ Мельникова Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологи. Владивосток, 2015. С. 110.

желающих, многим зрителям пришлось стоять, но это не могло испортить праздничного настроения»¹.

В 2009 г. во Владивостоке в рамках VI Владивостокской биеннале визуальных искусств прошел «Анимэ-косплей-парад»².

14 апреля 2012 г. во Владивостоке в кино-концертном комплексе «Иллюзион» состоялось открытие фестиваля полнометражного аниме «Реанифест». Этот фестиваль проходил почти в 30 городах России, во Владивостоке он проходил впервые.

В рамках XI кинофестиваля стран АТР «Меридианы Тихого» во Владивостоке с 7 по 13 сентября 2013 г. жители и гости города могли познакомиться с ретроспективой Мамору Осии — одного из самых выдающихся авторов фантастических анимационных и игровых фильмов.

В программу фестиваля вошли полнометражные анимационные работы, которые стали классикой аниме и получили широкую известность: «Яйцо ангела», «Призрак в доспехах», «Призрак в доспехах. Невинность», «Рыцари обжорных рядов» и «Небесные скитальцы».

Мамору Осии (родился в 1951 г. в Токио) сам является примером того, как фанат научной фантастики и аниме становится профессиональным художником и режиссером в этих жанрах. Полнометражный дебют режиссера состоялся в 1985 году, спустя несколько лет работы в качестве ассистента Хисаюки Ториуми, признанного мастера аниме. Мировую известность японский аниматор приобрел в 1995 г., с выходом экранизации культовой манги «Призрак в доспехах». Сейчас фильм считается классикой киберпанка и вдохновляет художников со всего мира. По признанию создателей «Матрицы» братьев Вачовски, именно уникальные образы,

¹ Поздняк К. Animate it! Владивосток. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.jp-club.ru/animate-it-vladivostok/> (Дата обращения: 15.01.2020)

² Аниме-парад удивил Владивосток // Дейта. 28 сентября 2009 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://deita.ru/ru/news/137826-anime-parad-udivil-vladivostok/> (Дата обращения: 15.01.2020)

разработанные Мамору Осии, особенные стилистические ходы и общее настроение картины сподвигли их на создание знаменитой трилогии. Следующий крупный проект Осии «Небесные скитальцы» получил специальную премию Венецианского кинофестиваля¹.

Косплееров – поклонников аниме, одетых в костюмы любимых героев и устраивающих шоу, в 2013 г. было еще немного. (См. Приложение 8) Пока они позировали для фотографов, ведущий рассказывал о том, что можно будет увидеть в рамках «Реанифеста». Показы проходили в кино-концертном комплексе «Иллюзион» по субботам в 12:00. Открылся фестиваль показом «Ловцов забытых голосов» (режиссер, а также сценарист и главный художник – Макото Синкай). Также в рамках «Реанифеста» были показаны аниме «Многоцветье», «Красная черта», «Евангелион 1.11: Ты не один», «Берсерк», «Исчезновение Харухи Судзумии». На открытии подробно рассказали о каждом из них.

Также на открытии состоялась викторина. Ее участники должны были ответить на вопросы об аниме – о режиссерах, героях и деталях сюжета. С этим у анимешников проблем не возникло².

В 2016 г. состоялось косплей-шоу в помещении Клуба железнодорожников (ДКЖД), где действует постоянная городская книжная ярмарка (там же начали в 1990-е гг. впервые продавать комиксы, диски с аниме и играми)³.

Фестиваль комиксов и поп-культуры Epic Fest впервые прошел 17 июня 2017 г. во Владивостоке. «Мы решили собрать все в одном месте, – объясняет организатор Сергей Астахов, – ведь у нас есть отдельно косплей-

¹ Пресс-служба кинофестиваля «Меридианы Тихого» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vladivostok.bezformata.com/listnews/raboti-klassika-anime-mamoru/13025563/> (Дата обращения 20.12.2019)

² Карначёва Е., Кузнецов Д. Первый фестиваль полнометражного аниме «Реанифест» открылся во Владивостоке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.newsvl.ru/photos/2012/04/15/anime> (Дата обращения 09.11.2019)

³ Полевой дневник автора. Интервью А01. 22.10.2017.

фестивали, музыкальные, фестивали электронных игр, а мы придумали объединить все в одной локации в один день, как единое событие». Планировалось, что Epic Fest станет ежегодным мероприятием¹.

27 сентября 2017 г. прошел косплей-фестиваль «Дрим зон» в Уссурийске. 20 июля 2019 г. в 13:00 в арт-парке «Штыковские пруды» (Владивосток) проходил фестиваль аниме «Косплей». Гостей ждал показ аниме-фильмов, конкурс «Я из аниме», конкурс рисунков, японские единоборства, выставочная фотозона с кимоно, аниматоры, файер-шоу самураев, танцы в стиле аниме.

Самый масштабный конвей гиковского направления в ДФО во Владивостоке – косплей-фестиваль «Animate it!». В майские праздники 2019 г. на сцене Fesco Hall (1200 мест) он прошел в 12-й раз и на три дня объединил любителей косплея, танцев, компьютерных, настольных и ролевых игр и многого другого². (См. Приложение 7)

Программа включала несколько форматов:

- 1) косплей: одиночный, парный, групповой; азиатский, неазиатский, игровой, неформатный, фотокосплей;
- 2) кавердэнс — исполнение танца, оригинал которого представлен в выступлениях азиатских групп или изображен в каком-либо аниме;
- 3) караоке (исполнение песен из аниме/фильмов/дорам/видеоигр);
- 4) фанарт (показ участниками конкурса собственных рисунков, выполненных по определенной манге/аниме/видеоигре/неазиатским источникам).

Наиболее популярными у дальневосточных аниме-косплееров в этом году оказались образы из «свежих» аниме-сериалов: шамана-короля, короля

¹ Росомаха, Бладрейн и космический хомяк: первый фестиваль комиксов стартовал во Владивостоке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.newsvl.ru/vlad/2017/06/17/160222> (Дата обращения 09.11.2019)

² Быть шаманом-королем: косплей-фестиваль Animate It! в 12-ый раз проходит во Владивостоке // ПримаМедиа. Новости. 4 мая 2019 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://primamedia.ru/news/809764/> (Дата обращения 20.12.2019)

пиратов или хокаге, учащихся геройской академии (или академии маленьких ведьм, кому что ближе). На сцене продемонстрировали целых три воплощения «Черных дворецких».

Интересно, что были представлены проекты «русской» анимации, по мотивам сказок и мультфильмов. Так, косбэнд (объединение косплееров) «Тридевятое царство» решил показать героев старых русских сказок в переосмыслении иллюстратора Р. Папсуева. Алеша Попович, Садко, Берегиня, Марья Моревна – стали героями косплея.

За пределами сцены для любителей сувенирной продукции расположились прилавки с комиксами, фигурками, миниатюрами и другим мерчендайзом. А для любителей более активного отдыха в этот раз была и зона с VR-играми, и уголок для любителей настольных и даже словесных ролевых игр¹.

Существуют сайты, где приморские любители аниме могут купить нужные им вещи. Кроме собственно аниме², товаром являются комиксы и субкультурные аксессуары: «Первая в Приморском крае барахолка для анимешников, гиков и геймеров приветствует вас! Покупайте, продавайте, расскажите о нас друзьям!»³.

В Хабаровске первый конвент любителей японской культуры ALEXA организовали в 2006 г. Ему на смену пришёл фестиваль Anime-Factor, который проходил с 2011 по 2016 г. Именно в это время, как отмечают многие анимешники, проявился пик активности сообщества. Anime-Factor пришёлся на самые яркие годы развития косплей- и аниме- движения в городе. Ребята собирались в клубы, соперничали, объединялись для работы

¹ Быть шаманом-королем: косплей-фестиваль Animate It! в 12-ый раз проходит во Владивостоке // ПримаМедиа. Новости. 4 мая 2019 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://primamedia.ru/news/809764/> (Дата обращения 20.12.2019)

² См. например сайт «VladAnime». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://anime.vl-vostok.ru/> (Дата обращения 10.11.2019)

³ Сайт «Аниме/гик/геймер. Барахолка. | Приморский край». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/anigeega_vl (Дата обращения 15.12.2019)

над различными проектами. Главы клубов встречались на настоящих заседаниях, чтобы обсудить текущие дела и запланировать мероприятия.

Параллельно с большими фестивалями любители аниме собирались в отдельные тусовки. Они встречались в кафе, торговых центрах, вместе готовились к грядущим событиям. Анна Борисова в 2015 г. начала собирать единомышленников, и за год сформировалась своя компания, которая приходила на встречи, стоило только кинуть клич в группе «ВКонтакте».

В 2016 г. в Хабаровске открылся магазин KabOOm, который изначально был посвящён гик-тематике в целом. По словам хозяина магазина Виктора Михайлова, направление аниме оказалось самым востребованным, и сейчас KabOOm на 80% посвящён ему. Подобных магазинов в городе больше нет. Виктор Михайлов, хозяин магазина KabOOm рассказывал: «Когда я начал этим заниматься, ко мне стали приходить анимешники со своими историями. У многих из них были проблемы с социализацией. Я понял, что приходят одиночки, которым нужна компания, нужно проводить свои мероприятия. За три года я организовал их больше двадцати. Сходки или, как мы их называем, «пати» проходили в кафе, они собирали человек 50-70. У людей появились друзья, на глазах они менялись, становились раскрепощённые и веселее. И, я думаю, в этом есть и моя заслуга»¹. (См. Приложение 1)

2018 г. стал новым стартом для оживления сообщества: в городе наконец-то прошёл масштабный фестиваль WakeUp Fest. Екатерина Кузнецова уже девять лет в аниме-движении. В студенческие годы она вместе с друзьями организовала внутри вуза небольшой клуб по интересам, с 2012 года проводила городские аниме-вечеринки. А в ноябре 2018 г. решила организовать полноценный фестиваль: «О том, что я делаю фестиваль, я узнала из слухов. Общественность решила, что я буду организатором ещё до

¹ Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске: фестивали, тусовки и равнодушные власти // HLEB (Хабаровское электронное издание), 4.02.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hleeb.asia/people/khv-anime-fest> (Дата обращения 25.10.2019)

того, как я всерьез задумалась об этом. В личку сыпались вопросы, все интересовались, и меня это вдохновило: люди ждут, людям это нужно, и они доверяют это мне. Я обсудила вопрос с организаторами прошлых фестов, получила «благословение» и начала работу»¹.

В WakeUp Fest приняли участие около 120 косплееров и в несколько раз больше зрителей, среди них — гости из соседних дальневосточных городов: Комсомольска, Владивостока, Благовещенска. Сейчас Екатерина готовится уже к следующему фестивалю.

Хабаровск — в числе самых активных городов на Дальнем Востоке по количеству событий для поклонников гик-культуры. Сейчас люди куда спокойнее и проще относятся к этому увлечению молодёжи: человеком в костюме покемона уже никого не удивишь.

Как замечает организатор нескольких гик-событий Мария Искра, близость к восточным странам не слишком влияет на популярность аниме на Дальнем Востоке: сказываются высокие цены на билеты в Японию, Китай и Корею².

Однако в целом в регионе хватает активных тусовок: в 2019 г. в Комсомольске-на-Амуре пройдёт уже 10-й фестиваль Naruhisuteri (от яп. «Весеннее безумие»). Он проводится с 2009 г. в ДК Авиастроителей. На него собираются любители косплея со всего Дальнего Востока. В 2016 г. из-за болезни одного из организаторов мероприятие не проводилось, а в 2017 г. более ста участников из Комсомольска, Хабаровска, Благовещенска, Владивостока и Уссурийска в течение пяти часов дарили свои выступления преданным поклонникам³.

¹ Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске...

² Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске: фестивали, тусовки и равнодушие власти // HLEB (Хабаровское электронное издание), 4.02.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hleeb.asia/people/khv-anime-fest> (Дата обращения 25.10.2019)

³ Давыдов И. Более ста косплееров со всего Дальнего Востока съехались на аниме-фестиваль в Комсомольске // Новости Хабаровска на DVHAB.RU. 26.03.2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

Сахалинские областные аниме-фестивали существуют с начала 2000-х гг. 27 сентября 2009 г. аниме-фестиваль состоялся в Южно-Сахалинске в четвертый раз. На нем присутствовали более 20 участников и 200 зрителей, приехавшие в областной центр из разных населенных пунктов на юге острова. Четвертый сахалинский областной аниме-фестиваль проходил в рамках грантового проекта при поддержке администрации области. Участники объединения «Студия «Отаку» в течение года проводили подготовительные мероприятия: три городских косплея (костюмированных игры) в Южно-Сахалинске и Корсакове, встречи анимешников, небольшие праздники¹.

С 2011 г. существует сахалинский косплей-фестиваль KoguCon. 21 августа 2016 года в Южно-Сахалинске в Доме культуры «Родина» прошел V KoguCon. До этого косплей четыре года базировался в Корсакове и организовывался клубом «Белые тигры». Косплей собирал 150-200 человек, среди которых некоторые увлекались аниме более 5 лет. Так, Мария «Uninstall» Овчаренко, постоянный участник «KoguCon» и анимешник с восьмилетним стажем, работала над образом для косплея около двух месяцев: *«Я сделала все своими руками, докупала разве что расходники вроде диодов, ткани, клея. Пришлось повозиться с конструкцией и очень много додумывать. В основном угробила много времени на эту штуку, — поделилась Мария, демонстрируя похожий на заточенный пропеллер элемент своего образа Painwheel из видеоигры «Skullgirls». — А вообще и костюмы стали намного лучше, и подготовка, и вообще в целом все*

<https://www.dvnovosti.ru/komsomolsk/2017/03/26/64100/#ixzz5xrVyRJlz> (Дата обращения 25.10.2019)

¹ Камушкова С. Четвертый областной аниме-фестиваль прошел в Южно-Сахалинске // Сахалин и Курилы. Новости. 28 сентября 2009 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://skr.su/news/post/36423/> (Дата обращения 23.08.2019)

хорошо воспринимается. У фестиваля хорошая динамика, я надеюсь, дальше будет еще лучше»¹.

В VI KoguCon, который состоялся 9 сентября 2018 г. в Южно-Сахалинске участвовали гости из Японии. Они представили вокальные и танцевальные номера, а также шоу барабанщиков. В рамках фестиваля состоялся также мастер-класс по рисунку манга от художницы манга «седзе», дизайнера и иллюстратора Кирара Томидзава. В программу мастер-класса входили выступление профессионального косплеера и выставка лучших косплей-костюмов от сахалинских клубов аниме².

VII KoguCon состоялся 11 августа 2019 г., число участников и качество представлений, по отзывам прессы, выросло³.

Косбенды участвуют не только в творческих, но и в коммерческих мероприятиях. Так, в октябре 2016 г. в рамках выставки товаров с о-ва Хоккайдо в ТРК «Сити Молл» (Южно-Сахалинск) прошло косплей-шоу, в котором изображались персонажи популярных японских аниме. Костюмированное представление продлилось недолго — меньше часа, но, тем не менее, собрало немало зрителей, желающих увидеть, а по окончании шоу и сфотографироваться с участниками шоу.

«Я приятно удивлен, что столько людей на Сахалине занимается косплеем аниме, — поделился своим впечатлением от увиденного представитель губернаторства Хоккайдо Хироки Морита. — Это превзошло все наши самые смелые ожидания. Персонажи в исполнении российских

¹ Фраер Э., Максимова А. Четвертый аниме-фестиваль «KoguCon» прошел в Корсакове // Сайт Citysakh.ru. Новости. 17 Августа 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://citysakh.ru/news/47031> (Дата обращения 21.06.2019)

² Ре Е. (Лиза). Фестиваль аниме пройдет в Южно-Сахалинске // ИА ASTV. Новости. 19 июля 2018 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://astv.ru/news/society/2018-07-19-festival-anime-projdet-v-yuzhno-sahalinske>; Мастер-класс от японской художницы манга пройдет в Южно-Сахалинске. // Официальный сайт Администрации Южно Сахалинска. <https://yuzhno-sakh.ru/dirs/70/?newsid=11744> (Дата обращения 20.12.2019)

³ Фраер Э. V аниме-фестиваль KoguCon состоится 21 августа в Южно-Сахалинске. ИА Сахалин Инфо. Новости. 18 августа 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sakhalin.info/news/120211> (Дата обращения 18.11.2019)

ребят, безусловно, отличаются от японских. Но отличия эти как раз в пользу россиян. Ведь рисованные герои аниме имеют европейские черты лица. Поэтому сходство представленных на выставке в Южно-Сахалинске персонажей с их реальными прототипами гораздо выше, чем в Японии»¹.

На Сахалине в 2016 г. действовали, по крайней мере, три клуба, в которых «косплеили» десятки молодых людей: «Белые тигры» (Корсаков), «Нодзومي» (Холмск) и «Лесные ягодки» (Южно-Сахалинск). В основном, это, конечно, подростки, но среди них есть и те, кто уже давно отпраздновал свое двадцатилетие.

Подавляющее большинство персонажей женские. Однако нельзя сказать, что юношам косплей не интересен. Их, как и в любых других творческих объединениях, немного, но они есть. Так же самостоятельно шьют костюмы, прорабатывая до мелочей образы своих героев.

«В детстве мне нравилось смотреть мультики на одном из телеканалов и там показывали аниме, — рассказала представшая в образе Ноэль Вермиллион из аниме "Лазурный Гримуар" Татьяна Блюдик. — Преимущество аниме именно в том, что оно для разных возрастов. Поэтому когда я выросла, стала искать людей, которым оно интересно. И в моем небольшом городе Корсаков, я их нашла. Мы стали сначала интересоваться культурой Японии, историей создания рисованных персонажей, а позже уже доросли до косплея — костюмированной игры. И нам захотелось попробовать, потому что перевоплотиться в другого персонажа всегда интересно»².

Сахалинские косплейщики все костюмы мастерят своими руками. И, даже учитывая это, воплощение образа обходится недешево — в среднем

¹ Фраер Э. V аниме-фестиваль KoguCon состоится 21 августа в Южно-Сахалинске. ИА Сахалин Инфо. Новости. 18 августа 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sakhalin.info/news/120211> (Дата обращения 18.11.2019)

² Фраер Э. V аниме-фестиваль KoguCon состоится 21 августа в Южно-Сахалинске. ИА Сахалин Инфо. Новости. 18 августа 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sakhalin.info/news/120211> (Дата обращения 18.11.2019)

от 5 до 8 тысяч рублей. Готовые костюмы стоят значительно дороже. Кроме одежды и обуви требуются еще парики, а если у героя аниме другой цвет глаз, то дополнительно приходится приобретать контактные линзы.

Организовало косплей-шоу губернаторство Хоккайдо. Японцы остались довольны тем, как оно прошло. По их словам, в следующем году они собираются в рамках выставки повторить это мероприятие. А если получится, то пригласить некоторых ребят принять участие в подобном шоу, которое ежегодно проводится в Саппоро.

Японские мастера аниме – художники, продюсеры и популяризаторы аниме-культуры – высоко ценят встречи с сахалинскими анимешниками. Так, Такамаса Сакураи (родился в 1965 году в Токио) – контент-медиа-продюсер, писатель, специально назначенный профессор аспирантуры Университета Digital Hollywood, глава Ассоциации международного отаку-ЕХРО, который занимается культурной дипломатией, выступая с лекциями и организуя различные мероприятия и показы модной одежды в более 150 городах 27 стран мира, на встрече с сахалинскими анимешниками сказал: «Я как продюсер проводил в Москве и в Санкт-Петербурге разные мероприятия, посвящённые поп-культуре Японии. Эти два города хорошо известны японцам, но я хотел бы сделать так, чтобы моя страна узнала, что и здесь люди увлекаются анимэ...

То, что я увидел сегодня, было великолепно! Вообще я очень радуюсь, когда осознаю, что на свете есть люди, которым интересно то же, что и мне. Это замечательное ощущение и прекрасный шанс почувствовать единение. Желаю сахалинским ребятам продолжать делать то, во что они верят. Я знаю, что не все вокруг их поддерживают, а многие даже говорят, что они сумасшедшие. Нужно не обращать на это внимание и продолжать заниматься любимым делом. Я верю в то, что люди, которые серьёзно увлекаются чем-

либо, со временем найдут единомышленников и последователей. Так всегда было и будет»¹.

Экспресс-опрос и беседы с участниками фестивалей (всего 150 респондентов) позволили установить, что в мероприятиях наиболее активно участвуют молодые люди 16-20 лет – 51% (среди них преобладают девушки), участников в возрасте 21-25 лет – 27%, младше 16 лет – 13%, старше 25 лет – 9%².

Таким образом, основные формы существования и репрезентации субкультуры аниме в реальном социальном пространстве – это аниме-ивенты, т.е. различные субкультурные события – тусовки, тематические вечеринки, фестивали (А-кон, конвей, косплей) и продукты их фото- и видеофиксации.

Отдельные элементы аниме-стиля распространяются в реальном пространстве далеко за пределами аниме-фэндома и порождают такой феномен как аниме-фэшион или, другими словами, возникает мода на аниме в одежде, аксессуарах, предметной среде и разговорном языке.

На Дальнем Востоке фестивали аниме (косплей) начали проводиться в начале 2000-х годов и в настоящее время они существуют в каждом большом и многих небольших городах. Самый масштабный А-кон в ДФО – косплей-фестиваль «Animate it!», существует во Владивостоке с 2002 года и проводился 12 раз. Аниме-фестивали регулярно проводятся также в Хабаровске, Южно-Сахалинске и др. городах.

Численность анимешников на Дальнем Востоке не очень велика (сравнительно с Москвой, Санкт-Петербургом и городами-миллионниками), однако крупнейший аниме-фестиваль Владивостока вот уже 13 лет собирает

¹ Шамов Д. Анимешники из Сахалина очаровали известного Японского продюсера //Life in Japan. Сайт Дмитрия Шамова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lifeinjapan.ru/article/show/9789> (Дата обращения 18.11.2019)

² Воробьева Е.С. Полевой дневник. 2017 г.

зал Феско-холла на 1200 человек, менее крупные – залы «Андеграунд» ВГУЭС (766 чел.) и ДКЖД (450 мест).

Субкультура аниме на Дальнем Востоке России пользуется некоторой поддержкой со стороны японского консульства (Владивосток, Хабаровск) и префектуры Хоккайдо (Южно-Сахалинск), близость стран АТР также облегчает членам фэндома культурные контакты с японскими, корейскими и китайскими анимешниками и создателями аниме-сериалов.

2.3 Восприятие субкультуры аниме в современном обществе

Внимание к молодежным субкультурам со стороны гуманитарных и социальных наук обусловлено не только теоретическим интересом, но и политическими факторами. «Политически нагруженная как из-за характерной для нее склонности вносить инновации и отделяться, так и из-за той общественной обеспокоенности, которую это провоцирует, категория молодежи также ассоциируется с проблемой (маркирует область) социальных изменений вообще», — писала Джоан Готлиб (Принстонский Университет) в 1994 г.¹.

Проблематику контр- и субкультуры в американской и европейской социологической литературе принято связывать с подъемом протестной активности молодежи в 1950–1960-х годах, когда обнаружилось, что самоопределение молодежных движений происходило в терминах протеста не столько против структурного или статусного неравноправия/угнетения, сколько против доминирующей культуры. На смену открыто политизированному движению «новых левых» приходит «культурный бунт»: в молодежной среде формируются новые религиозные движения, порой

¹ Gotlieb, Joanne. Postmodern and Popular Culture: A Cultural History, by John Docker. New York: Cambridge University Press, 1994; Postmodern and Popular Culture, by Angela McRobbie. New York: Routledge, 1994//Contemporary Sociology. Vol. 25. № 1. (Jan.1996). P. 16–18. Цит. По: Щепанская Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура» // В сб. Социология вчера, сегодня, завтра. Под. Ред. О.Б. Божкова. СПб., 2011. С. 150-180.

шокирующие художественные и музыкальные стили, возникают формы общежития (коммуны, общины) и повседневные практики, противостоящие общепринятым формам образа жизни поколения «отцов». Именно эти проявления активности молодежи вызывают «моральную панику» — беспокойство со стороны общественного мнения¹.

Одной из первых форм концептуализации культурной составляющей молодежных движений стало понятие «контркультуры». В дискурсе самих участников оно означало протест против культуры как средство радикального освобождения, понимаемого как уход из бесчеловечного, погрязшего в грехах и лжи «Вавилона», возвращение к себе, к истинной человеческой природе. Лозунги контркультуры — протест против всего, что составляло основу «буржуазной культуры»: технократизма и лежавшего в его основе рационально-научного типа мышления (через практики расширения сознания при помощи наркотиков, психоделической музыки, религиозных медитаций); материальных ценностей и рыночных отношений (жизнь в коммунах, общинах, основанных на взаимопомощи); пуританской морали (практики «свободной любви» и сексуальной революции). Контркультура, таким образом, означала трансформацию всего образа жизни, системы поведения, представлений и ценностей, — как средство освобождения, альтернативное политическим действиям. Такое понимание нашло отражение в книгах, написанных идеологами контркультуры, а затем и в социологическом дискурсе.

Следует заметить, что понятие контркультуры было связано с характерным для того времени представлением о культуре — когда она фактически отождествлялась с доминирующей культурной моделью (в западных обществах — с традицией белых представителей среднего класса). Тогда вызов, который новое поколение бросало этой модели, воспринимался,

¹ Щепанская Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура» // В сб. Социология вчера, сегодня, завтра. Под. Ред. О.Б. Божкова. СПб., 2011. С. 152.

в особенности ее носителями, как попытка разрушения или отказ от культуры вообще. Понятие контркультуры основано на понимании культуры как интегрированной целостности, охватывающей все общество, т.е. по сути моностилистической (тоталитарной) культуры¹.

На первых порах понятие субкультура использовалось наряду и параллельно с термином контркультура и отчасти воспроизводило заключенное в нем значение противостояния официальной системе ценностей. «Суб-» прочитывалось не только как указание на подсистемный характер образования по отношению к культуре, как более широкой целостности, но и в прямом значении — как знак принадлежности к «низшему» слою культуры по отношению к доминирующей как «высшей». Термин субкультура перекликался с такими, как *subterranean values*, т. е. «подземные» ценности (ср.: другой синоним: *underground*), которые существуют в обществе скрытно, по контрасту с видимыми общепринятыми ценностями.

Субкультура сама хочет дистанцироваться от «большого» общества, она проводит границы между собой и большинством. Однако и со стороны «большинства» существуют механизмы отторжения, изоляции и стигматизации субкультуры. Существуют они и в отношении субкультуры аниме (отаку).

В Японии словом «отаку» называют сильно увлекающегося чем-то человека (фаната), и сам термин имеет негативную коннотацию. В отличие от многочисленных поклонников японской анимации, для которых просмотр новой ленты или обмен мнениями в виртуальном пространстве или в живом общении — один из способов приятного времяпрепровождения, отаку — это своеобразные «экстремалы», маниакальные фанаты, для которых аниме, манга и др. — главная цель и смысл жизни. Отаку «не знают разницы между реальным и виртуальным миром и однозначно предпочитают виртуальный»,

¹ Щепанская Т.Б. К археологии и критике, С. 154

что ведет к разрыву связей с обществом и уходу молодых людей от реальной жизни в свой замкнутый мир («бегство в параллельные миры»)¹.

Отдельные исследователи связывают субкультуру отаку с распространенным в современной Японии феноменом – хикикомори (социальная самоизоляция, *social withdrawal*) – «состояние молодых людей в возрасте до 30 лет, сопровождающееся ограничением своего жизненного пространства пределами дома и отказом от какого-либо участия в жизни общества на срок от 6 месяцев и более»². Хикикомори рассматривается ими как следующая ступень отаку³.

Сильный резонанс в японском обществе, вызвали аресты нескольких серийных убийц, которые совершали свои преступления, как утверждалось, под впечатлением от аниме (жанров хентай и гуро)⁴. Наиболее известный из них – Цутому Миядзаки (*Tsutomu Miyazaki*), убивший четырёх девочек. «Один из самых острых и дискуссионных вопросов, который встал перед японским обществом после ареста Миядзаки это то, как повлияла массовая культура на формирование его личности и способствовала ли она превращению тихого, замкнутого мальчика в серийного убийцу. Речь в данном случае идет о манге, аниме и жестоких хоррор-фильмах, которыми Миядзаки очень увлекался, и даже можно сказать больше – он полностью погрузился в мир жестокой массовой культуры, забыв о реальной жизни.

¹ Катасонова Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры / Ин-т востоковедения РАН. М.: Вост. лит., 2012. 357 с.; Новикова О. Н. Игроизация культуры постмодерна и современные практики эскапизма // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2016. № 8 (390). Философские науки. Вып. 41. С. 45–51.

² Reysen S. et al. An examination of anime fan stereotypes // *The Phoenix Papers*. 2016. Vol. 2 (2). P. 90–117.

³ Молодяков В. Э. Растерянное поколение: старые и новые проблемы японской молодежи // Япония: экономика и общество в океане проблем. М.: Ин-т востоковедения РАН, 2012. С. 114–126. и др.

⁴ Гуро – подвид жанра хентай, который отличается изображением порнографии, садизма, пыток, расчленения тел и т.п. сцен жестокости, а также ужасных и гротескных образов. Является маргинальным жанром аниме, имеющим узкий круг потребителей. Запрещен в России по инициативе Е.Б. Мизулиной в 2016 год.

Самого же Миядзаки стали называть “убийца-отаку”»¹. После ареста Цутому Миядзаки, в Японии началась паника, каждый представитель субкультуры отаку стал считаться опасным и асоциальным. Данные стереотипы были разрушены, после того, как у убийцы диагностировали диссоциативное расстройство идентичности и шизофрению.

Последнее громкое преступление анимешника в Японии – поджог студии «Kyoto Animation», в которой погибли 33 человека. Преступник – мужчина 41 года, который много времени проводил на аниме-форумах, хотел «попасть в вечерние сводки новостей» и объяснил свои действия тем, что студия «украла его произведение»².

Если в Японии существует дифференциация отношения к фанатам аниме по степени выраженности увлечения, и негативную окраску получили только крайние формы, результаты исследования существующих представлений о фанатах аниме, проведенного группой американских и канадских ученых, показали превалирующее негативное отношение к фанатам аниме, что свидетельствует о том, что аниме-фэндом подвергается стигматизации³.

По мнению Дж. Беннета, до 1992 г. американское аниме-сообщество подвергалось социальному исключению и маргинализации из-за непривычности аниме как жанра искусства, а главное – быстрый рост субкультуры вызывал в «большой культуре» реакцию настороженности и отторжения. Например, в популярных американских фильмах «Вентилятор» (1981 г.) и «Мизери» (1990 г.) фанаты аниме изображались как одержимые своим объектом до такой степени, что он становится для них фетишем,

¹ Денисова А.И. Отношение к японским субкультурам в японском обществе // Аналитика культурологи (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина) 2014. № 1 (28). С. 11-16.

² Медуза. Новости. 19 июля 2019 г. ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://meduza.io/news/2019/07/19/ustroivshiy-podzhog-v-yaponskoy-anime-studii-ob-yasnil-svoi-deystviya-mestyu-za-krazhu-idei> (Дата обращения 15.08.2019)

³ Thompson, Kenneth. Moral Panics. New York: Routledge, 1998.

который побуждал их к насильственным преступлениям. Разумеется, в реальной жизни трудно найти подобные примеры, зато эти фильмы хорошо отражают страх перед аниме как чем-то чужим и непонятным, который стал уже общественным стереотипом¹.

Критика и даже страх перед аниме в некоторых кругах американцев сопровождалась (псевдо)рационализацией: в аниме якобы было слишком много реалистичных изображений насилия, секса и демонических сил, а также трагических последствий встречи с этими элементами жизни. Некоторые родители боялись воздействия аниме на своих детей как чего-то, что может развить у них склонность к жестокости. Другие, наоборот, считали, что рефлексия по поводу насилия и секса создает у подростков своего рода иммунитет к подобным явлениям в реальной жизни. Замечательно, что большинство обеспокоенных родителей, согласно опросам, никогда не смотрели ни одного аниме.

Примитивное морализаторство по отношению к аниме неспособно воспринимать его как форму искусства и оскорбляет многих поклонников. Люди, наивно убежденные, что изображение насилия и др. «взрослых» вещей в японском аниме автоматически увеличивает склонность к насилию у его зрителей, в то же время совершенно игнорируют тот факт, что теми же сюжетами наполнена их собственная культура: сказки, религиозная и светская литература, фильмы, сериалы и другие продукты культуры.

Анимешникам приходилось отстаивать свой стиль жизни и любимый жанр искусства, отрабатывая аргументы и способы коммуникации с носителями «основной» («традиционной») культуры: что насилие в японском аниме никогда не является идеалом и рассматривается либо как необходимое зло, либо как ошибка, в любом случае – то, что всегда приводит к тяжелым

¹ Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom (Дата обращения 28.09.2019)

последствиям в будущем. Изображение природы зла и трудности морального выбора в аниме обычно бывает более сложным, чем в массовой западной культуре, где эти вопросы толкуются обычно однозначно и примитивно.

Родительский аллармизм являлся лишь одной из причин, которые изолировали и стигматизировали американское аниме-сообщество в конце 1970-х и начале 1980-х годов. Более важными факторами были политические компании консервативных партий, опирающихся на влияние протестантских фундаменталистов в американском обществе. Таким образом, речь может идти о предвзятом отношении к аниме, связанном с нарушением определенных стереотипов американского массового сознания, а также с настороженным отношением фундаменталистов к новым молодежным субкультурам вообще.

Типпер Гор, бывшая вторая леди Соединенных Штатов категорически заявила о своем неприятии любых ролевых игр (в том числе косплея) как формы поклонения дьяволу и сатанизма¹. Она даже зашла так далеко, что объявила именно молодежные субкультуры виновными более чем в пятидесяти самоубийствах подростков. Связь между субкультурами и самоубийствами не была доказана юридически, однако политики неоднократно выступали против различных жанров поп-культуры или субкультур как источников морального разложения и даже пытались их запретить.

Негативная реакция на субкультуры, альтернативный образ жизни или политические взгляды неоднократно повторялась в Америке. «Охота на ведьм» во времена сенатора Маккарти в 1950-е годы², «моральные паники»

¹ Gore, Tipper. Raising PG-Kids in an X-Rated Society. Nashville, TN: Abingdon Press, 1987. P.118.

² Маккартизм — американское политическое течение, направленное против левых (социалистов и коммунистов) и либеральных деятелей и организаций в США в 1950-е годы. Маккартизм отличает политический экстремизм, нетерпимость к инакомыслию, «охота на ведьм».

1960-х и 1980-х годах¹, антиэмигрантская истерия 2010-х – это примеры, что культура США неоднократно реагировала страхом и агрессией даже на свою собственную культурную и субкультурную продукцию, не говоря уже о чужих культурных образцах.

Еще в конце шестидесятых годов английский социолог Стэн Коэн выдвинул теорию «моральной паники». «Моральная паника – это случай широко распространенного беспокойства и страха, вызванный малозначительными по своей сути событиями. Моральные паники имеют долгую и разнообразную историю, начиная от обвинений в колдовстве в средние века и заканчивая современными страхами перед молодежными субкультурами.

Моральная паника обычно фокусирует внимание на неких «козлах отпущения» (С. Коэн называет их «народными бесами»), которых обвиняют в возникшей ситуации и считают ответственными за весь моральный и социальный ущерб, каким бы он ни был. Такая паника сопровождается призывами к наказанию виновных или реставрации надлежащих моральных ценностей. Она может принимать форму крестовых походов в защиту нравственности (например, против употребления наркотиков или спиртных напитков), возглавляемых общественными активистами, которые могут сделать искоренение воспринимаемого ими зла делом всей своей жизни. В современных обществах очень важную роль в возникновении моральной

¹ Моральная паника (moral panic) – неадекватная реакция общества на существующие проблемы, при которой граждане под влиянием слухов, групп интересов и/или власти мобилизуются на борьбу с небольшой субкультурной или маргинальной группой, назначенной «козлом отпущения». В 1960-е годы Америку потрясла истерия страха перед отравлением детей во время Хэллоуина. В 1980-х годах в США «моральная паника» была связана с воображаемыми сатанистами-педофилами, которые якобы насиловали и убивали детей в ритуальных целях. См.: Victor J. S. Moral panics and the social construction of deviant behavior: a theory and application to the case of ritual child abuse // Sociological Perspectives. 1998. Vol. 41:3. P. 541–565. Интервью с А. Архиповой по проблеме «моральной паники» ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/05/15/80524-vmesto-togo-chtoby-borotsya-s-detskimi-samoubiystvami-my-pridumyvaem-kuratorov-kotorye-po-zadaniyu-gosdepa-ubivayut-nashih-detey> (Дата обращения 20.12.2019)

паники играют средства массовой коммуникации, распространяющие слухи и способствующие резкому росту страха и беспокойства»¹.

По С. Коэну, средства массовой информации способны не только вызывать «моральные паники» – общественные фобии, боязнь тех или иных социальных угроз, но и имеют и механизм обратного действия – они не только пугают общество «народными бесами», но и создают им рекламу, обеспечивая приток в разрекламированные сообщества новых участников.

Моральные паники легче всего возникают вокруг терминальных ценностей – безопасности², здоровья, и особенно детей. В английском языке появился даже новый термин *juvenoia* – ювенильная паранойя. Наряду с «моральной паникой» она имеет отношение к радикальному преувеличению или воображению якобы существующих угроз для детей и молодежи или, наоборот, исходящих от молодых людей проблем морально-нравственного и культурного характера.

Российское общество также время от времени погружается в состояние моральной паники. «Доминирующая модель отношения к молодому поколению – или подозрительное недоверие, или откровенное паникерство: «Куда катится?! Постоянные угрозы – обвинения пабликов и какой-нибудь аниме-культуры в деструктивности – только усиливают закрытость этих сообществ, нежелание детей коммуницировать. Это не вызывает в подростках ничего, кроме ощущения, что в них не верят, их не рассматривают как самостоятельных людей»³.

¹ Моральная паника. История конфликта игровой индустрии и общества // Сайт «Игромания» 20.05.2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.igromania.ru/article/23148/Moralnaya_panika_Istoriya_konflikta_igrovoy_industrii_i_obschestva.html (Дата обращения 15.10.2019)

² Примером моральной паники на почве «национальной безопасности» являются Дело Дрейфуса во Франции и страх «шпионов» и «вредителей» в сталинском СССР.

³ Вилисов В. Отцы и эти. Главный разлом российского общества // Портал Colta.ru. 05.04.17. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://muzobozrenie.ru/ottsy-i-e-ti-glavny-j-razlom-rossijskogo-obshhestva> (Дата обращения 12.08.2019)

Не следует забывать, что существуют профессиональные корпорации, которым выгодны «торговля угрозами» и установление «контроля» над молодежью. Их позицию отражает, допустим, мнение Х. Габдуллиной: «Стихийное, никем не контролируемое заимствование из японской культуры имеет как позитивные, так и негативные моменты. С одной стороны, процесс заимствования расширяет знания народов друг о друге, способствуя их сближению. Культурное влияние преломляется в принимающей национальной культуре и может обогатить ее, дать толчок к новому витку развития. С другой стороны, чересчур активное заимствование, особенно в молодежной среде, отнюдь не безобидно: оно свидетельствует о культурном вакууме в сознании молодежи и опасно потерей этнокультурной самобытности»¹.

Освещение в прессе преступлений, случаев суицидов, совершенных отаку, формирует представление о негативном влиянии аниме на подростков. Отдельные жанры аниме запрещены цензурой в связи с обилием сцен, содержащих агрессию, насилие, порнографию (это произошло в Китае, Саудовской Аравии, Франции, США, Новой Зеландии, Малайзии, Японии, России)².

В российском обществе аниме является достаточно дискуссионной темой. Как и на Западе, периодически возникает страх и «моральная паника», связанная с аниме. Сюжет на одном из телеканалов российского ТВ назывался «Аниме убивает детей». В ВКонтакте есть паблик «Аниме убивает детей», у которого 873 подписчика. Интересно, что авторы широко используют символы и образы аниме, но с «отрицательным знаком». Например, картинку героев аниме, перечеркнутых красной линией. Или

¹ Габдуллина А. Х. Язык и субкультура аниме в контексте глобализации // Челябинский гуманитарий. 2012, No1 (18). С. 34-37. С. 36.

² Колосов М. Аниме убивает детей или цензура в индустрии // Сайт Манга-хоум. 2015 г. ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://manga-home.com/stati/anime-ubivaet-detey> (Дата обращения 07.10.2019)

картинка из аниме с надписью «аниме говно». То есть «антианимешники» – это как антикоммунисты, они остро заинтересованы предметом своей ненависти и пользуются его языком¹.

Страхи и негативное отношение к аниме росли вместе с его популярностью. В 1997 г. распространились слухи о самоубийствах детей после «смерти» тамагочи (компьютерной игрушки, имитирующей домашнего питомца – котенка, хомячка и т.д., по виду похожего на зверюшек из аниме), а также слухи о том, что «Покемоны» из популярного в то время аниме-сериала зомбируют детей или вызывают эпилепсию. Широкая популярность аниме «Покемоны» в России не могла не обеспокоить старшее поколение людей. *«А после того, как чьи-то бабушки увидели покемонов-гипнотизеров, они решили, что именно из-за гипноза их внуки не отрываются от телевизора»².*

Вместе с распространением игры «Pokemon Go» возникли слухи, что эта игра все фотографирует через камеру и передает американцам, которые за нами шпионят. В 2000 г. распространились слухи о самоубийствах, спровоцированных аниме, где сюжет связан с суицидом («Наруто», «Тетрадь Смерти» и т.д.), а также слухи, что игральные фишки из коллекции Pokemon вызывают игровую зависимость у детей и взрослых³.

Массовое распространение аниме в 2010-х гг. породило множество публикаций о вреде аниме. Аргументация противников аниме могла оставаться как на уровне обыденного мышления, так и претендовать на статус экспертного/научного знания. Например, Каринэ Асатрян в статье «О вреде анимэ на психику людей» утверждает: «Я писала эту статью очень

¹ Аниме убивает детей // ВКонтакте. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/antianimerpublic> (Дата обращения 07.10.2019)

² Массовые истерии и слухи в России // Яндекс дзен. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/sociopat/massovye-isterii-i-sluhi-v-rossii-chast-1-5c4030657cfae500aa85f47c> (Дата обращения 07.05.2019)

³ Массовые истерии и слухи в России // Яндекс дзен. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/sociopat/massovye-isterii-i-sluhi-v-rossii-chast-1-5c4030657cfae500aa85f47c> (Дата обращения 07.05.2019)

долго, все факты и аргументы, приведенные ниже, ни что иное как явное доказательство моим словами, вычитанное и вырытое из разнообразных научных источников, в том числе и из литературы, так что будьте уважительны! Итак, теперь статья о вреде анимэ на психику человека.

Почему я решила написать именно про вред анимэ? Я, как человек любящий писать статьи на актуальные психолог-психические проблемы 21 века, не могла не пройти мимо и этой проблемы! Конечно, я бы с точно такой же легкостью виртуоза могла бы написать и про вред мультиков типа «винкс», но хотелось бы призвать во внимание именно анимешников, т.к. все таки «винкс» смотрят малолетние дети, за которыми должны присматривать взрослые более целомудренные родители»¹.

У Каринэ Асатрян множество претензий к аниме, например «проявление навязчивой сексуальности. Японские представления о сексуальной культуре катастрофически отличаются от принятых на Западе, или в России. Из давно существующая и почитаемая культура проституции, нейтрально-спокойное, я бы даже сказала возвышенное. Все героини созданы по шаблонам секс бомбы, в теле которой не проявляется ничего кроме пошлости: не пропорционально большая и стоячая грудь, слишком выпуклая и так же не пропорциональная попа, слишком тоненькие ноги, слишком тонкая талия и руки. Мужчины же в основном секс-гиганты, с слишком накаченным телом для своих годов, и не менее накаченным «достоинством». Мало того, все эти качества прорисованы с точностью и агрессивно, говоря что «Таким тело быть и должно...Разве можно такое

¹ Асатрян К. О вреде анимэ на психику людей. // Портал Стихи.ру. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.stihi.ru/2009/08/17/2194> (Дата обращения 12.10.2019) (Правописание автора К. Асатрян)

показывать по телеэкрану» (Стиль и орфография - К. Асатрян)¹. Но здесь стоит отметить, что и к кукле «Барби» предъявляли те же претензии.

Проблема опасности аниме всплывала неоднократно, и хотя «аниме убивает детей» – часто только фраза для громкого заголовка², но есть и реальные примеры, когда группы граждан требуют от власти ввести цензуру или полный запрет на произведения японских студий. Обычно этот всплеск негативного интереса инициируется громким преступлением, в освещении которого в СМИ содержатся упоминания аниме: «В одном из спальных районов Новосибирска в Хеллоуин произошел не постановочный кошмар. В квартиру ворвались двое 16-летних подростков. Заранее все спланировали, вооружились до зубов и... чуть не убили троих человек – бабушку, маму и 11-летнего внука! А заказала преступление, похоже, старшая внучка-школьница, которая в последнее время увлеклась аниме...»³.

Наиболее негативно по отношению к аниме выступают консервативные религиозные слои общества. Например, в странах Лиги арабских государств был запрещен детский аниме-сериал «Покемон», так как мусульманские ученые-богословы решили, что он пропагандирует азартные игры, запрещенные исламом. Кроме того, в аниме цензорами были замечены гексаграммы (звезды Давида). И если в Японии звезду Давида воспринимают

¹ Асатрян К. О вреде анимэ на психику людей. // Портал Стихи.ру. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.stihi.ru/2009/08/17/2194> (орфография автора). (Дата обращения 12.10.2019)

² См. например: Словецкий В. Как анимэ убивает детей. В России растет число преступлений и самоубийств среди фанатов японских мультфильмов // Свободная пресса. 4 июня 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://svpressa.ru/society/article/43892/> (Дата обращения 15.10.2019)

³ Минаева В. Версия: школьница-фанатка аниме подбила своего парня убить бабушку и младшего брата в Хеллоуин // Комсомольская правда. Кемерово. 01.11.16. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kem.kp.ru/daily/26602/3617696/> (Дата обращения 18.08.2019)

как не более чем красивый магический символ, то для арабов это символ международного сионизма¹.

Примером «православного» отношения к аниме может служить комментарий Евгения Шалварова к посту «Один мальчик посмотрел аниме и...» на сайте Warhead.su: «Да, аниме – это целый мир, где есть свои грехи и пороки, наравне с некими достоинствами. Но всё-таки это противоестественное явление языческого мира, компенсирующее в визуальном выражении комплексы восточно-азиатских народов, несущее подсознательно их чуждую Христианству культуру. Книги и их визуализация (фильмы, мульты) – это порождение христианской культуры, которая есть фундаментальный код славянских и европейских народов. Христианство распространялось через Книгу, воспитывая поколения в верных моральных и духовных нормах. Таким образом, доверие слову впиталось на генетическом уровне в христианские народы, чем сейчас откровенно пользуются изолгавшиеся в фейках и вбросах силы зла. Но даже сейчас, во времена деградации, христианам есть на что опереться, ибо есть Библия и Церковь – нерушимые Мерила добра и зла. На что опереться языческой культуре, создающей аниме, когда она изначально во зле и в погибели? И ладно бы они задыхались там сами по себе, но они распространяют свое зло по всему миру, популяризируя аниме, особенно среди детей, подростков, играя на неизбежно возникающих в этом возрасте противоречиях между старшим и младшим поколениями. И эта пропаганда, конечно, не без участия сил зла – это надо понимать.

Не может языческая культура породить что-то доброе для христиан! Не создано в жанре аниме чего-нибудь стоящего, с точки зрения спасения человечества, и никогда не создастся, потому что люди, создающие или придерживающиеся этой культуры отвергают Христовы ценности и живут

¹ Иванов Б.А. Вся правда о покемонах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://offline.hotper.ru/2001/66/14939/> (Дата обращения 29.05.2013).

другими жизненными категориями, чего впрочем и не скрывают. И если кто, в погоне за модным, отрекается Христа, Церкви и Её наставлений, то пеняйте потом на себя»¹.

Р.Ю. Артемов (православный священник) демонстрирует все типичные способы рационализации отторжения и неприязни аниме, которые свойственны представителям консервативных слоев общества: это принципиальная чуждость аниме «православной цивилизации». «В ходе психиатрического исследования аниме-сериала «Покемоны» было выявлено, что постоянно мелькающие красный и синий цвета провоцируют у детей развитие суицидальных мыслей. Ввиду риска развития детского суицида «Покемоны» были запрещены во многих странах Западной Европы. В странах же бывшего Советского Союза «Покемоны» транслировались в прайм-тайм»². Страшно подумать, что демонстрация российского флага (где тоже мелькают красный и синий цвета) провоцирует у граждан суицидальные мысли.

Особенно раздражает православного священника то, что «важной особенностью аниме («Таинственные законы») является неприкрытая апокалиптика, которая ставит зрителя перед фактом скорого второго пришествия. Конечно же, спасти мир может только главный герой, который видит этот мир и все что в нем происходит не так, как все остальные. Идея исключительности играет не последнюю роль в сценарии этого аниме»³. Эта цитата ярко свидетельствует, что автора возмущает не содержание аниме («апокалиптика» является важнейшей частью православной догматики), а

¹ Один мальчик посмотрел аниме и... // Сайт Warhead.su. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://warhead.su/2018/09/08/odin-malchik-posmotrel-anime-i> (Дата обращения 12.10.2019)

² Артемов Р.Ю. Использование аниме нетрадиционными религиозными движениями в Японии // Труды Минской духовной академии. Минск: Изд-во Минской духовной академии БПЦ. 2016. № 13. С. 309-336

³ Артемов Р.Ю. Использование аниме нетрадиционными религиозными движениями в Японии // Труды Минской духовной академии. Минск: Изд-во Минской духовной академии БПЦ. 2016. № 13. С. 327.

конкуренция на одном рынке символического капитала. Примечательно, что этот далекий от научности текст размещен на академическом портале «Elibrary».

Кроме религиозного фундаментализма и политических компаний, СМИ могут формировать негативное отношение к аниме в стремлении к сенсации, к «хайпу». В современной социологии существует понятие «торговли угрозами» – плохие новости и прогнозы привлекают больше внимания и лучше продаются. Сенсационные публикации вызывают «эпидемию» подражателей, что, собственно, и становится одной из причин «моральной паники».

Исследователями выделяются две ключевые модели «моральной паники». Динамическая модель, предложенная С. Коэном, описывает последовательность ее развития: 1) возникновение ситуации, осознаваемой как угроза; 2) ее стереотипизация в СМИ; 3) комментарии со стороны «лидеров мнений» в области морали; 4) социально одобренные эксперты предлагают свои решения; 5) некоторые из них принимаются и реализуются; 6) ситуация угрозы исчезает или к ней теряется интерес¹.

Статическая модель, предложенная Э. Гудом и Н. Бен-Иегудой², нацелена на описание основных элементов моральной паники: 1) беспокойство по поводу определенной ситуации; 2) повышение враждебности по отношению к группам, обвиняемым в ее создании; 3) непропорциональность ощущаемой угрозы реальному вреду и 4) неустойчивость моральной паники, ее мимолетность. В обеих моделях социальная значимость моральной паники заключается в пересмотре и

¹ Cohen S. *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and the Rockers*. Oxford: Basil Blackwell, 1972; Cohen S. and Young J. (eds) *The Manufacture of the News: Deviance, Social Problems and the Mass Media*, London: Constable, 1973.

² Goode Erich, and Nachman Ben-Yehuda. "Moral Panics: Culture, Politics, and Social Construction." *Annual Review of Sociology*, vol. 20, 1994, pp. 149–171

утверждении определенных общественных норм и закреплении их репрессивными актами власти¹.

Обе эти классические модели разделяют ряд общих недостатков, не позволяющих напрямую применять их для описания наблюдаемых сегодня ситуаций. Разработанные для описания общественной тревожности, связанной с молодежными деликвентными группами, они несут на себе отпечаток теорий культурной гегемонии и символического сопротивления. В случае с аниме мы видим принципиально другую ситуацию: моральную панику конструирует множество самых разнообразных групп и лиц, далеко не все из которых имеют официальный статус.

Эта полиагентность, ставшая особенно заметной с развитием Интернета, на самом деле имела место и раньше – просто в роли таких «народных СМИ» выступал, например, устные коммуникации или «нишевые» медиа, рассчитанные на узкие целевые группы, часто ими же и создаваемые (например, фанзины). Как показывают Б. Конвелл и А. Линдерс², угроза заставляет членов самых различных групп взаимодействовать друг с другом для совместного упорядочивания неопределенной и часто противоречивой информации об этой угрозе. В результате этих совместных интерпретационных усилий «паника» как беспорядочная реакция на противоречивую информацию уступает место «организации»: мобилизации для борьбы с четко описанным «злом» при помощи санкционированного властью набора инструментов.

В случае страха перед аниме-культурой в качестве угрозы осознаются не сами анимешники («наши дети»), настоящим агентом угрозы является Сеть. Поэтому именно против Интернета направлены законодательные инициативы, возникающие на пике моральной паники. Так, например, в апреле 2017 г. депутаты законодательного собрания Ленинградской области предложили запретить подросткам пользоваться Интернетом до 14 лет, а с 14 – по паспорту. Перед нами –

¹ Critcher, C. (2008), Moral Panic Analysis: Past, Present and Future. *Sociology Compass*, 2: 1127–1144

² Benjamin Cornwell & Annula Linders (2002) the myth of «moral panic»: an alternative account of LSD prohibition, *Deviant Behavior*, 23:4, 307-330.

случай моральной паники, когда тревога общества концентрируется не на девиантных группах, а на техническом средстве, благодаря которому появляется некоторая «зона вне контроля», чуждое пространство непонятным образом устроенной коммуникации¹.

В 2016 г. Матвей Колосов выложил на сайте «Манга-хоум» несколько статей, где анализируются публикации СМИ с обвинениями манги и аниме в суицидах, убийствах и др. преступлениях.

Первый рассматриваемый случай, касающийся России: 14-летний подросток Леонид Хмелев, который в 2012 г. сбросился с крыши многоэтажного дома после смерти любимого героя аниме «Наруто» (Naruto), Итати Утихи. На своей страничке в соцсети он написал «Я покину...», а на следующий день совершил суицид.

М. Колосов обращает внимание, что герой аниме Утиха Итати умер в 2008 г. А также, что издания пишут: «У мальчика были проблемы в семье. Поклонник аниме часами проводил время за просмотрами любимых мультфильмов, спасаясь от домашних конфликтов. Друзья уверены, увидев серию, где близкий персонаж умирает, Леонид решил покончить с собой». То есть, у ребенка были «проблемы в семье» и «домашние конфликты», а причиной суицида сочли то, что «аниме убивает»².

Второй случай: В феврале 2013 г. 15-летняя ученица школы, Юлия Макарова сбросилась с балкона 13 этажа в Академическом районе Екатеринбурга. Следователи нашли в комнате девочки три тома японских комиксов «Тетрадь смерти». Родители именно их винили в смерти дочери.

¹ Архипова А., Волкова М., Кирзюк А. и др. Группы смерти: от игры к моральной панике. М.: РАНХиГС, 2017. 23 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/32409122/_%D0%93%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%BF%D1%8B_%D1%81%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8_%D0%BE%D1%82_%D0%B8%D0%B3%D1%80%D1%8B_%D0%BA_%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9_%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B5 (Дата обращения 10.12.2019)

² Колосов М. Смерть из-за аниме. 5 реальных смертей, причиной которым послужило аниме // Манга хоум. 27.07.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://manga-home.com/stati/smert-iz-za-anime-5-realnykh-smertej> (Дата обращения 19.10.2019)

Вскоре СКР возбудил уголовное дело по статье «Доведение до самоубийства» по отношению к русским издателям манги. Через год спорные комиксы тщательно исследовали разнообразные эксперты, успело смениться даже несколько следователей, ведущих этой дело. В результате факт доведения до самоубийства не подтвердился. В связи с этим дело прекращено. В юридическом смысле «Тетради смерти» на психику девочки никакого влияния не оказали¹.

Аниме, так же как виртуальные игры, обвиняют в провоцировании молодежной преступности и суицидах. Особенно усиливаются эти обвинения после массовых немотивированных убийств в школах и колледжах (Колумбайн и т.д.). Почти все массовые убийцы увлекались жестокими играми типа «Doom», «Battlefield 2» и т.п. Однако научные данные не подтверждают связи между широким распространением Интернета, видеоигр и аниме-культуры с ростом насилия. Наоборот, в последние 40 лет наблюдается глобальный тренд на снижение насилия, в том числе резкое снижение молодежной преступности. Статистика ФБР, собранная с 1972 по 2012 г.г., свидетельствует, что рост тяжких преступлений, таких как убийства, ограбления, изнасилования постоянно снижается, также как и спрос на наркотики².

Достоверного объяснения такому феномену пока не найдено. Полиция, разумеется, говорит о своих героических усилиях, однако некоторые американские и европейские ученые считают, что ситуация меняется к лучшему благодаря Интернету и видеоиграм. Раньше скучающие подростки шли на улицы, сбивались в компании. Потребность в самоутверждении

¹ Горбунов А. Следователи решили, что «Тетради смерти» не доводили уральскую школьницу до самоубийства // Комсомольская правда. Екатеринбург. 03.04.2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ural.kp.ru/daily/26202.2/3088389/> (Дата обращения 25.11.2019)

² Кнорре А., Кудрявцев В. Великое снижение преступности // Ведомости. 27 сентября 2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/09/28/735650-velikoe-snizhenie> (Дата обращения 30.11.2019)

порождала насилие, дети легко подхватывали дурные привычки. Теперь же у них есть новый, «электронный» наркотик, который лучше обычных хотя бы тем, что стоит дешевле, а увлечение им не ведет к преждевременной смерти от СПИДа или передозировки.

По мнению В. Громова, в СССР и России в 1980-2010-х гг. «моральные паники» и предпринимавшиеся меры борьбы с молодежными сообществами фактически способствовали их росту и качественному изменению благодаря СМИ.

Именно в СМИ часто создается канон субкультурного образца, которому затем следуют неофиты. «Особая роль принадлежит масс-медиа в определении и формировании социальных проблем. Медиа выступают агентом морального возмущения (нравственного негодования), даже если они сами этого не сознают, их способ предоставления определенных фактов может быть достаточен для возникновения определенного негодования, беспокойства или паники. Когда подобные чувства накладываются на общественные ощущения того, что некоторые ценности нуждаются в защите, существуют реальные условия для создания новых социальных правил или определения социальной проблемы <...> Масс-медиа... могут создавать определенные социальные проблемы быстро и драматично... Внимание журналистов, репортеров и фотографов может стимулировать новые действия молодежи»¹.

Механизм возникновения и «раскрутки» молодежного сообщества действует следующим образом: 1) появляется относительно малочисленная молодежная группа; 2) средства массовой информации освещают деятельность этого сообщества, причем благодаря отбору и структурированию информации аморфная и разношерстная группа приобретает четко обрисованные, конкретизированные, канонизированные

¹ Коен С. Народные бесы и моральные паники: возникновение модов и рокеров. Цит по: Омельченко Е. Молодежные культуры и субкультуры. М.: Ин-т социологии РАН; Ульяновск: НИЦ «Регион», 2000. С. 167.

черты; 3) наложившись на общественные настроения (в том числе общественные фобии), информация СМИ служит причиной возникновения собственно «моральной паники» – неадекватно высокого внимания общества к данной группе (вернее, к ее мифологизированному образу); 4) широкие слои молодежи, получив информацию через СМИ, активно подключаются к деятельности сообщества, в качестве образца для подражания получая образы, канонизированные СМИ. Такой механизм неоднократно использовался в ходе развития многих молодежных сообществ Советского Союза и позднее России¹.

В последние годы в рассматриваемом явлении произошли серьезные изменения. Если раньше молодежные сообщества были объектами «моральных паник», то теперь они все чаще оказываются их субъектами. Иначе говоря, создание «моральной паники» становится инструментом, при помощи которого та или иная группа может «раскрутить» себя. Причем эта раскрутка осуществляется не спонтанно (как, скажем, в 1980-х годах), а вполне осознанно. В 1990–2000-х годах возникла целая культура уличной самопрезентации, уличного «театра» молодежной политики – сформировались стили одежды и поведения, возник фольклор. Молодежные группы через СМИ транслировали свои действия на широкие массы читателей, зрителей, слушателей. По мнению экспертов, самораскрутка через яркие перформансы и хеппенинги (у анимешников – косплей и уличные тусовки в определенном месте) в большей степени свойственна малочисленным группам, не имеющим в достаточном количестве других ресурсов для самопрезентации².

¹ Громов Д. В. «Моральная паника» как механизм развития ряда молодежных сообществ Советского Союза и России // Историческая психология и социология истории. 2012. № 1. Том 5. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/143054/> (Дата обращения 29.11.2019)

² Громов, Д. В. Образ «эсхатологического нашествия» в восточнославянских поверьях в древности и современности. Этнографическое обозрение. 2004. № 5. С. 20–42.

Молодежи и подросткам, участникам аниме-фэндома, в определенной степени нравится «пугать» взрослых своим внешним видом и непонятным слэнгом, в чем проявляется их юношеский протест. Однако им присуще также стремление объяснить свою позицию и установить коммуникацию, смягчить негативное восприятие своей субкультуры. Для этого используются разъяснительные статьи на сайтах, выступления в СМИ и «просвещение» учителей и родителей.

В процессе коммуникации интерпретация элементов субкультуры меняется в зависимости от адресата. Элемент субкультуры, который внутри аниме-сообщества имеет одно значение, может интерпретироваться успокоительным для «внешнего потребителя» способом.

Например, аниме-фэндом во время косплеев привлекает подростков сверх-экстравагантной одеждой, ярко окрашенными волосами (зелеными, голубыми, розовыми). Такой внешний облик создает «вау-эффект» (восхищение) среди своих, но «снос крыши» и «вынос мозга» (неприятие, отторжение) среди чужих. Однако в беседах со «старшими», например, журналистами подобное провокативное и протестное поведение получает рациональное и «нормализующее» объяснение: «Во внешнем виде анимешников преобладает огромная палитра красок, такие же, в которые раскрашены их любимые герои из полюбившихся лент... У аниме-отаку волосы показывают настроение их хозяина, и потому могут быть «всех цветов радуги». В зависимости от настроения, цвета варьируются, например, от ярко-розового (веселый и жизнерадостный человек) до приглушенно-синего или почти черного (грустный и печальный)¹.

Следует сказать, что отношение к молодежным субкультурам, в том числе и аниме, постепенно смягчается, и страх сменяется снисходительным отношением. Анимешники описываются как «странные, но безобидные» или

¹ Будникова А.В. Общее и особенное в субкультурах готов и аниме-отаку // Символ науки (Уфа). 2016. № 12-3 (24). С. 256-259. С. 257.

«почти нормальные»: «...часто анимешников считают людьми инфантильными и бестолковыми, иногда вообще маньяками, но они, само собой, разные»¹. Однако и в этом случае взрослые (журналисты, педагоги, представители власти) присваивают себе властную позицию, поскольку именно они выносят решения о нормальности какого-либо явления. Те же, за кем наблюдают, – это Другие, на них часто смотрят свысока, и они представляются хоть и интересными, но как минимум инфантильными: *«Повзрослев и поумнев, Никита понял, что столь сильное желание многих ребят походить на героев любимых мультфильмов можно считать несерьезным – взрослые девушки, надевая кошачьи уши, выглядят по меньшей мере нелепо. При этом аниме как вид кинематографического искусства ему нисколько не надоедает»*².

Интересно отношение к анимешникам не только «нормальных», несубкультурных людей, но и представителей других субкультур. Они могут относиться к анимешникам негативно, но их аргументы не совпадают с рационализациями консерваторов и профессиональных экспертов. Они не объективируют анимешников, акцентируют внимание не на общественном ущербе от аниме, а на несовпадении индивидуальных вкусов и ценностей. При этом они демонстрируют более глубокое личное знание аниме, чем «эксперты».

Тут характерен, например, отзыв «Александра Федоровича», который представляется как человек, «делающий городские фестивали и играющий в городские ночные игры (DzzzR), а также бывший комиссар НАШИх, каскадер и артист уличной fireshow-группы»: *«Как нелюбитель аниме с большим стажем, имеющий друзей анимешников, могу сказать, что причин нелюбви к аниме несколько:*

¹ Литвиненко Ю. По главной улице с...каваем // Ростов официальный. 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rostof.ru/articles/po-glavnoy-ulitse-s-kavaem>

² Ясакова Е. Вымирающие виды // Вечерняя Москва. – № 204. – 2015.

1) Аниме зачастую носит очень специфический сюжет, основанный на культурных традициях Японии или тесно перемешанный с ними. Даже если по сюжету действие происходит не в Японии – незабываемая японская стилистика вкупе с японским образом мысли там присутствует. Таким образом, чтобы не воспринимать аниме при просмотре как бред сумасшедшего – им надо проникаться долго и упорно. Не каждый человек на это готов пойти. А если этого не делать – то и аниме кажется бредом. Отсюда негатив.

2) Стил, в котором оно нарисовано, также требует предварительного привыкания, а в противном случае вызывает отторжение.

3) В России в принципе почти отсутствует культура уважения к чуждым иностранным культурам, и даже шире – к чуждым вкусам (киношным, литературным, музыкальным) других людей. Если русскому не нравится рэп, то «рэп – говно». Вдумайтесь, не «Я не люблю рэп», – скажет человек, а именно «рэп – говно». С аниме то же самое.

4) Качественное аниме с хорошим сюжетом почти никогда не транслировалось в РФ по центральному ТВ.

5) Любое творчество испортят его поклонники. После пресловутого 2007 года, в годах 9-10х, когда Аниме стало панацеей от Эмо, улицы больших городов и страницы рунета заполнили някающие кавайные школьники разной степени пубертатности и незрелости. У нормального взрослого или даже адекватного ровесника эта эпидемия вызывала отторжение¹.

¹ Ответ на вопрос Ю. Беляковой «Почему в России многие не любят аниме?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://thequestion.ru/questions/13364/pochemu-v-rossii-mnogie-ne-lyubyat-anime> (Дата обращения 20.08.2018)

Комментарий: *«Согласен. Фанаты аниме, конечно, та еще соц. группа, но в общем-то безобидная»*¹.

Отношение к субкультуре аниме в регионах сильно зависит от СМИ и позиции власти всех уровней, от родителей и школы до губернатора субъекта Российской Федерации.

Современные СМИ Дальнего Востока довольно часто публикует материалы о субкультуре аниме со специальной целью формирования позитивного отношения к аниме-фэндому и разоблачения негативных стереотипов о нем.

В Приморье в статье И. Горбунова «Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье» автор последовательно разоблачает все перечисленные «мифы» об анимешниках².

Автору статьи удалось найти зрелых и успешных людей, которые в то же время являются фанатами аниме. Так, Алексею из Владивостока 43 года, он серьезный бизнесмен с приличным доходом. *«Увлечаться японской анимацией я начал еще в 90-х годах. Тогда мы с товарищем возили машины из Японии. Пока напарник их сопровождал во Владивосток, я неделями валялся в отелях. Японский знаю хорошо, вот и пялился постоянно в телевизор. А там все время различные мультипликационные сериалы крутят. Вначале нос воротил, ведь взрослый же парень. Потом присмотрелся, а ведь мультики-то интересные и далеко не для детей. Короче, втянулся», — рассказал он*³.

¹ Ответ на вопрос Ю. Беляковой «Почему в России многие не любят аниме?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://thequestion.ru/questions/13364/pochemu-v-rossii-mnogie-ne-lyubyat-anime> (Дата обращения 20.08.2018)

² Горбунов И. Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/23721811-molodoy-zamknutyu-lenivuu-stereotipy-o-fanatah-anime-v-primore/> (дата обращения 3.08.2019 г.)

³ Горбунов И. Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/23721811-molodoy-zamknutyu-lenivuu-stereotipy-o-fanatah-anime-v-primore/> (дата обращения 3.08.2019 г.)

Теперь взрослый, успешный и семейный человек раз в неделю вечером запирается в своем кабинете и по пять часов смотрит новые появившиеся сериалы. Кроме просмотра сериалов Алексей коллекционирует фигурки и оригинальные компакт-диски с саундтреками. По его словам, многие из его знакомых и коллег по работе не понимают, как в его возрасте можно заниматься подобной «ерундой».

Алексей — не единственный взрослый мужчина среди поклонников аниме, которых нашел автор. Он упоминает знакомого продавца DVD-дисков, а также одного из сотрудников японского консульства во Владивостоке, который радовался, что наконец смог купить коллекционный галстук с символикой Evangelion'a.

Следующий «разоблачаемый» миф заключается в том, что поклонники аниме — скучные и неинтересные люди, которые не любят появляться в обществе и большую часть жизни проводят в одиночестве перед компьютером.

Журналист отмечает, что «еще лет десять назад такая ситуация во Владивостоке действительно была. Фанаты жанра вместе собирались довольно редко и только для того, чтобы обсудить новые сериалы и обменяться дисками. Ни о каких совместных развлечениях речи даже и не шло¹.

«Когда я впервые приехала во Владивосток из Хабаровска, поклонников японской анимации тут было немало, но все они действительно выглядели забитыми мальчиками и девочками. Но потом все кардинально изменилось. Течение стало модным, появились организаторы, собравшие толпу одиночек в единое целое», — рассказала основательница самого большого в Приморье аниме-клуба «Паприка». *... «У нашего клуба, да и у других тоже, постоянно проходят различные вечеринки или хотя бы «сборища». На них мы не только*

¹ Горбунов И. Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/23721811-molodoy-zamknutyu-lenivyyu-stereotipy-o-fanatah-anime-v-primore/> (дата обращения 3.08.2019 г.)

смотрим видео, но и обсуждаем возможности организовать тот или иной фестиваль, делимся секретами приготовлений костюмов к очередному шоу и так далее. То есть ведем вполне активный образ жизни. Мало того, даже пытаемся принимать участие в акциях, не связанных с аниме», — объяснила она¹.

Еще один стереотип, против которого борется автор публикации — что японская анимация — лишь развлечение, которое отнимает время и не приносит никакой пользы. Однако, автор утверждает, что в Японии на основе аниме построены учебные программы для младших классов, в которых анимационные фильмы пропагандируют здоровый образ жизни или предоставляют варианты будущих профессии, в комедийной форме рассказывая, о той или иной работе. Кроме того, с помощью мультипликации создаются инструкции безопасности и даже показывают новости.

Однако главное достоинство аниме: пробуждение интереса к Японии, японской культуре и языку. По словам руководителя аниме-клуба «Паприка», большая часть молодых японоведов и переводчиков в Приморье пришли к своей профессии как раз благодаря анимации. Кроме того, поклонники жанра очень часто становятся музыкантами, идут в единоборства или спорт. Многие пытаются стать художниками. «Аниме — не главная причина, но очень хороший толчок для подростка попробовать что-то новое. Конечно, далеко не все сериалы несут в себе какую-либо смысловую нагрузку, но есть и такие, которые изначально создаются с расчетом на это. Например, сейчас очень много сериалов про то, как молодые люди ищут работу, чтобы накопить денег», — отметила девушка².

¹ Горбунов И. Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/23721811-molodoy-zamknutyu-lenivuyu-stereotipy-o-fanatah-anime-v-primore/> (Дата обращения 3.08.2019 г.)

² Горбунов И. Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/23721811-molodoy-zamknutyu-lenivuyu-stereotipy-o-fanatah-anime-v-primore/> (Дата обращения 3.08.2019 г.)

Хабаровские анимешники также отмечают, что отношение к аниме постепенно меняется с испуганного или агрессивного на нейтральное и равнодушное. «Соппротивление со стороны посторонних и непосвящённых встречается всё реже. Когда-то анимешники подвергались физическому насилию за один только свой наряд, но сегодня прохожие относятся к людям в костюмах героев анимации проще» – говорит Екатерина Кузнецова, организатор фестиваля WakeUp Fest. Перед фестивалем она встречалась с родителями участников: «Иногда приходится разговаривать с родителями. Хорошо, что, сейчас родители четырнадцатилетних детей сами молодые и им проще всё объяснить. Я встречалась с некоторыми, потому что дети сталкивались с непониманием и просили помощи. Приходила, рассказывала, показывала фотографии, объясняла, как происходят фестивали, как это на самом деле классно». Чтобы убедить родителей и бабушек в том, что аниме – это не «школота и извращенцы», а полезное занятие, Е. Кузнецова сравнивает его с «художественной самодеятельностью», которая была распространена в советское время¹.

Просвещение родителей – отдельный вопрос в жизни семьи с ребёнком-анимешником. Владелец аниме-магазина Виктор Михайлов рассказывает, что ему не раз приходилось проводить ликбезы с клиентами, обеспокоенными увлечением своих детей.

Власти Хабаровска никогда не поддерживали «странное увлечение иностранной культурой», поэтому команды энтузиастов организуют все события на собственные деньги.

Мария Искра, организатор тематических аниме-мероприятий в Хабаровске и Благовещенске в 2015-2016 гг. говорит: «Притеснения были

¹ Судаков Д. Обидеть косплеера легко? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.habex.ru/paper/1224/25814/> (Дата обращения 27.05.2019)

всегда. Это молодёжное направление неинтересно администрации города. Власти вообще не воспринимают [аниме]»¹.

Это мнение подтверждает и Екатерина Кузнецова, организатор фестиваля WakeUp Fest в Хабаровске: «Нас всегда считали ненормальными. Если нужна поддержка государственных органов, объяснить им что-то — это вообще танцы с бубном. Без презентаций, картинок и часовой лекции на встречу идти бессмысленно»².

По данным СМИ, руководство Сахалинской области лучше относится к аниме-движению, и даже выделяет средства на проведение областного аниме-фестиваля. Тут, видимо влияет стремление областных властей поддерживать добрые отношения с Японией и особенно, с Хоккайдо³.

Таким образом, общественная реакция на аниме определяется как степенью новизны и популярности этой субкультуры, так и уровнем консерватизма и ангажированности принимающего сообщества и групп интересов.

В случае страха перед аниме-культурой в качестве угрозы осознаются не сами анимешники («наши дети»), настоящим агентом угрозы являются «чужие» — создатели аниме, «старшие» фэндомы (японский, американский) и сеть Интернет.

Общая тенденция реакции на аниме заключается в переходе от настороженного и негативного отношения — к нейтральному и позитивному. Предпринимаются усилия использовать аниме-фестивали для создания позитивного имиджа поселения (брендирования территории) и привлечения туристов. Для этого косплейеров приглашают на общественные и

¹ Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске: фестивали, тусовки и равнодушные власти // HLEB (Хабаровское электронное издание), 4.02.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hleb.asia/people/khv-anime-fest> (Дата обращения 14.10.2019)

² Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске: фестивали, тусовки и равнодушные власти // HLEB (Хабаровское электронное издание), 4.02.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hleb.asia/people/khv-anime-fest> (Дата обращения 05.03.2019)

³ Мастер-класс от японской художницы манга пройдет в Южно-Сахалинске. // Официальный сайт Администрации Южно Сахалинска. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://yuzhno-sakh.ru/dirs/70/?newsid=11744> (Дата обращения 23.09.2018)

культурные мероприятия – Дни города, Ночи музеев, ярмарки, выставки и т.п. (См. Приложение 9)

Выводы.

Репрезентация составляет важнейшую часть любой (суб)культуры, тем более значима она в аниме-фэндоме, объединенного вокруг визуального жанра искусства.

Репрезентация субкультуры аниме происходит преимущественно в кибер-пространстве. Социальную среду распространения аниме-культуры точнее всего определить как транснациональную сеть, объединяющую систему локальных групп и виртуальное сообщество, существующее без прямых связей между собой, а только за счет ориентации на культурные образцы, транслируемые по глобальным сетям (например, через сайты в Интернете).

Итак, связь аниме и виртуальности существует на разных уровнях:

1. Аниме как символическая система (визуальный язык) обладает предельной условностью и абстрактностью, семиотизацией и эстетизацией телесно-предметной сферы, обращением к прошлому или будущему времени, фантастическим или мифологическим сюжетам, – т.е. виртуально само по себе.

2. Аниме как жанр искусства создается и распространяется с помощью современных компьютерных технологий и создает эффекты иммерсивности (глубокого погружения) и симуляции (функционального сходства), т.е. моделирует виртуальную реальность как среду и как контент.

3. Аниме как субкультура (аниме-фэндом) создает особый образ жизни, в котором виртуальное пространство и современная киберкультура (игры, гаджеты, сети, коммуникации, ритуалы) являются самостоятельными и доминирующими ценностями.

Основные формы существования и репрезентации субкультуры аниме в реальном социальном пространстве – это аниме-фестивали (А-кон, конвей,

косплей) и локальные объединения фанатов аниме (отаку-фэндом) в виде тусовок, пати (вечеринок), клубов и групп по интересам.

Фестиваль (конвей, косплей) можно рассматривать как аналог сакрального события, где «священное» – это сфера общественного ритуала, в котором собрание действующих лиц (фэндом) подтверждает свою веру, верность сообществу и обретают поддержку в общении друг с другом.

Успешная репрезентация субкультуры аниме в виртуальном и реальном сообществе приводит к росту ее популярности, притоку новых членов, а также порождает такой феномен как аниме-фэшион или, другими словами, моду на стиль аниме в одежде, аксессуарах и разговорном языке за пределами фэндома.

На Дальнем Востоке постепенно сложилось множество разных форм объединения и репрезентации аниме-культуры: фестивали (А-кон, косплей), клубы, вечеринки, аниме-магазины и кафе, сайты и форумы, рынок реализации костюмов для косплея, самодельных журналов (фанфик), субкультурных сувениров (фанарт) и пр.

Характерная черта косплея на Дальнем Востоке – совместные выступления всех гиков, т.е. любителей аниме, манги, видео-игр, фантастики, фэнтези и киберкультуры. Большинство молодых людей, увлекающихся косплеем, относятся к возрастной группе от 16 до 21 года, т.е. это старшие школьники и студенты. Однако организаторы фестивалей – это обычно «ветераны» движения, взрослые работающие люди.

Субкультура аниме на Дальнем Востоке России имеет географические преимущества близости к странам АТР, что облегчает членам фэндома культурные контакты с японскими, корейскими и китайскими анимешниками и создателями аниме-сериалов и возможность пользоваться азиатским рынком аниме-фэшион, т.е. молодежной моды в стиле аниме.

Широкое распространение аниме, особенно среди подростков и молодежи, сделало субкультуру аниме общественно значимой и породило

общественный запрос на контроль за ней. Адекватные формы этого контроля, которые устраивали бы обе стороны, пока не выработаны. Это время от времени порождает вокруг аниме-сообщества моральные паники.

Типичные способы рационализации отторжения и неприязни аниме, которые свойственны представителям консервативных слоев общества: это принципиальная чуждость аниме «православной цивилизации», антигуманность, трансляция насилия, секса и суицидальных мыслей. Кроме религиозного фундаментализма и политических компаний, СМИ могут формировать негативное отношение к аниме в стремлении к сенсации, к «хайпу».

Логика развития «моральной паники» вокруг аниме предполагает, что кроме СМИ, которые раздувает проблему ради сенсационности, в «охоту на ведьм» должны включиться материально заинтересованные «группы интересов» (священники, политики, силовики, эксперты).

Молодежи и подросткам, участникам аниме-фэндома, в определенной степени нравится проявлять свой нонконформизм через внешний вид и непонятный слэнг. Однако им присуще также стремление объяснить свою позицию и установить коммуникацию, смягчить негативное восприятие своей субкультуры.

На Дальнем Востоке России отношение к субкультуре аниме в регионах сильно зависит от СМИ и позиции власти всех уровней, от родителей и школы до губернатора субъекта Российской Федерации. Общий тренд заключается в постепенном привыкании к субкультуре аниме и восприятию ее как разновидности нормы.

Общая тенденция заключается в переходе от настороженного и негативного отношения — к нейтральному. Предпринимаются усилия использовать аниме-фестивали для создания позитивного имиджа населения (брендирования территории) и привлечения туристов. Для этого косплейеров

приглашают на общественные и культурные мероприятия – Дни города, Ночи музеев, ярмарки, выставки и т.п. (См. Приложение 9).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Зарождение японского аниме как жанра искусства относится ко второй половине двадцатого века, а распространение и популярность этот жанр получает к концу XX – началу XXI вв.. На Западе аниме вначале воспринималось как разновидность фантастики, а объединения поклонников (фанатов, фэнов) аниме выделились из первых американских фэндомов – объединений любителей фантастики со своей структурой и системой внутренних отношений и связей с внешним миром. Если символическая система у всех фанатов аниме общая, аниме-фэндомы в разных странах и даже на региональном уровне развиваются автономно. В России субкультура аниме возникла лет на 20 позже американской, но типологически они родственны: это молодежная субкультура, идентичность которой связана с аниме.

Специфика аниме как жанра заключается в парадоксальном сочетании локальной экзотики и космополитизма, как на уровне стилистики (визуальных образов), так и на уровне сюжетов и тематики. Парадоксальным является также сочетание восточных и западных ценностей: высокой контекстуальности (самые востребованные аниме – это многосерийные сериалы про «миры» – воображаемые вселенные, населенные кланами персонажей с очень сложной генеалогией и историей) и яркой индивидуальности героев, в том числе женских персонажей.

Эта же парадоксальность свойственна и аниме-фэндому (субкультуре аниме как реальной социальной группе): он существует в виде небольшого сообщества с экзотическими для местной культуры интересами на локальном уровне, но в то же время является частью мировой аниме-культуры с миллионами участников.

Относительно места субкультуры аниме в российском социокультурном пространстве существуют различные мнения. Автор придерживается идеи Л.Г. Ионина, что аниме-фэндом может

рассматриваться как активное меньшинство или молодежная субкультура, т.е. группа не просто сравнительно малочисленная, но и отличающаяся от представителей «нормативной» культуры образом жизни и ценностями.

При этом следует понимать, что в отличие от советского общества, где доминировала одна официальная культура, а молодежные субкультуры были маргинализированы и вытеснены на периферию, современные субкультуры существуют в полистилистическом культурном пространстве, где взгляды на новые субкультуры более лояльны. Именно члены субкультур отличаются попытками выработать непротиворечивую систему ценностей и оформить ее в единой стилистике, отличающую их от других. От «нормальных», несубкультурных российских граждан фанаты аниме отличаются не столько по объекту увлечения (качеству), сколько по степени (количеству): у «нормального» человека все убеждения и пристрастия (политические, религиозные, культурные) колеблются «около нуля» (например, семейные ценности разделяют все, но многодетная семья – это уже отклонение от нормы; 70% россиян декларируют свое православие, но соблюдают ритуалы и еженедельно ходят в церковь только ок. 8% «православнутах»; слишком умная молодежь стигматизируется в виде «ботанов»; политические и экологические активисты воспринимаются как «экстремисты»).

Анимешники ориентированы скорее на искусство, чем на спорт; они скорее миролюбивы, чем агрессивны; скорее андрогинны, чем маскулинны; придают большое значение визуальной репрезентации; их субкультура скорее эзотерична, чем экспансивна. Аниме-фэндом входит в более крупное молодежное направление – гиков, объединяющее любителей виртуальной реальности: искусств, игр, гаджетов, фантастики и косплея. Гики по своим ценностям противостоят брутальным, маскулинным и криминальным субкультурам – АУЕ, гопникам, скинхедам, футбольным фанатам и др.

Субкультура аниме находится в стадии роста: первая волна широкой популярности аниме относится к 2005-2010 гг., однако и число участников, и

число мероприятий, связанных с аниме, растет с каждым годом, расширяется также география аниме-фэндома. В 2017 г. Дальнего Востока достигла «корейская волна» – мода на южнокорейское аниме манхва и музыку К-поп, а также молодежные сериалы дорамы, следующие стилистике аниме. Благодаря пограничному положению Дальнего Востока и наличию корейской, японской и китайской диаспор, а также туристов из Восточной Азии дальневосточная молодежь имеет возможность непосредственно наблюдать и перенимать эту моду в реальном времени. Сам российский Дальний Восток, как ближайший к странам АТР «Запад» служит предметом изображения и рефлексии в аниме-культуре.

Субкультуру аниме можно рассматривать как неразрывный синтез социокультурной группы и символической системы. Ценностное ядро аниме как жанра искусства выстроено вокруг «травмы модернизации», которая для молодого человека является испытанием (инициацией). В этом смысле проблематика аниме является развитием европейского романа эпохи Модерна. Моделью «травмы модернизации» выступают чаще всего космическая или технологическая катастрофа, инопланетное вторжение, мировая война, экологическое загрязнение. Аниме (наряду с сериалами) удовлетворяет также потребность современного человека в метанарративах и общей картине мира, которую ранее выполняли мифология, религия и «толстые» романы.

Моральные проблемы в аниме трактуются как сложные и неоднозначные, ответственность за выбор несет сам человек, и последствия эти могут быть трагическими. В этом главное отличие аниме от европейской традиции детской литературы и мультфильмов, где добро легко отличить от зла, и обязателен счастливый конец. Аниме обладает также оригинальной эстетикой, которую можно считать «неояпонской», т.к. современная японская культура восприняла западный опыт и вышла на глобальный уровень.

Участники аниме-фэндома самостоятельно интерпретируют образы и смыслы аниме, а также участвуют в реальном сообществе – они социально не распылены или изолированы как пассивные зрители/читатели, скорее они используют транслируемый образец для самопознания, самовоспитания и апробации в группах единомышленников.

Способ взаимодействия анимешников с «большой» культурой является современным и ненасильственным: они расширяют реальный мир за счет включения в него элементов, связей и отношений, выработанных в виртуальной концептуальной вселенной и «прошедших испытания» в группах меньшинств (субкультуре). Субкультура аниме – одна из молодежных «культур участия», противопоставляющих себя, до определенной степени, культуре потребления.

Аниме-фэндом обладает развитой символикой, обозначающей границы сообщества, внутреннюю иерархию и социальные роли, а также выражающей субкультурную идентичность: телесный и предметный коды сообщества (макияж, прическа, татуировки, одежда, оформление жилища, аксессуары в стиле «аниме»), субкультурный слэнг (японские и английские термины, молодежный компьютерный жаргон), особые локации (реальные и виртуальные места «тусовок»), субкультурные ритуалы (конвей, косплей, фотосет).

Репрезентация составляет важнейшую часть любой (суб)культуры, тем более значима она в аниме-фэндоме, объединенного вокруг визуального жанра искусства. Самовыражение субкультуры аниме происходит преимущественно в кибер-пространстве. Социальную среду распространения аниме-культуры точнее всего определить как транснациональную сеть, объединяющую систему локальных групп в виртуальное сообщество, существующее без прямых связей между собой, а только за счет ориентации на культурные образцы, транслируемые по глобальным сетям (например, через сайты в интернете).

Связь аниме и виртуальности существует на разных уровнях: 1) аниме как символическая система (визуальный язык) обладает предельной условностью и абстрактностью, семиотизацией и эстетизацией телесно-предметной сферы, обращением к воображаемому времени, фантастическим или мифологическим сюжетам, – т.е. виртуально само по себе. 2) Аниме как жанр искусства создается и распространяется с помощью современных компьютерных технологий и создает эффекты иммерсивности (глубокого погружения) и симуляции (функционального сходства), т.е. моделирует виртуальную реальность как среду и как контент. 3) Аниме как субкультура (аниме-фэндом) создает особый образ жизни, в котором виртуальное пространство и современная киберкультура (игры, гаджеты, сети, коммуникации, ритуалы) являются самостоятельными и доминирующими ценностями. Можно утверждать, что символический язык аниме вышел далеко за пределы аниме-фэндома и превращается из специфического субкультурного языка в повседневный (вернакулярный) язык глобальной культуры.

Основные формы существования и репрезентации субкультуры аниме в реальном социальном пространстве – это аниме-фестивали (А-кон, конвей, косплей) и локальные объединения фанатов аниме (отаку-фэндома) в виде общения единомышленников, тусовок, пати (вечеринок), клубов и групп по интересам (косбенд).

Фестиваль (конвей, косплей) можно рассматривать как аналог сакрального события, где «священное» – это сфера общественного ритуала, в котором собрание действующих лиц (фэндом) подтверждает свою веру, верность сообществу и обретают поддержку мощной внешней силы.

Успешная репрезентация субкультуры аниме в виртуальном и реальном сообществе приводит к росту ее популярности, притоку новых членов, а также порождает такой феномен как аниме-фэшион или, другими

словами, моду на стиль аниме в одежде, аксессуарах и разговорном языке за пределами фэндома.

На Дальнем Востоке России первые объединения анимешников возникли в 1990-х годах, фестивали аниме (косплей) начали проводиться в начале 2000-х годов и в настоящее время они существуют в каждом большом и многих небольших городах. Самый масштабный А-кон в ДФО – косплей-фестиваль «Animate it!», существует во Владивостоке с 2002 года и проводился 12 раз. Аниме-фестивали регулярно проводятся также в Хабаровске, Южно-Сахалинске и др. городах.

Постепенно на Дальнем Востоке России сложилась развитая структура субкультуры аниме: фестивали, клубы, вечеринки, аниме-магазины и кафе, сайты и форумы, рынок реализации костюмов для косплея, самодельных журналов (фанфик), субкультурных сувениров (фанарт) и пр.

Численность анимешников на российском Дальнем Востоке не очень велика (сравнительно с Москвой, Санкт-Петербургом и городами-миллионниками), ее оценивают как 4-7% молодежи, поэтому характерная черта косплея на Дальнем Востоке – совместные тусовки и выступления всех гиков, т.е. любителей аниме, манги, видео-игр, фантастики, фэнтези и киберкультуры. Наибольшее число активных анимешников относится к учащимся старших классов школы и студентам ВУЗов, однако организаторами аниме-фестивалей, администраторами аниме-сайтов и авторитетными отаку являются лица более старшего возраста.

Субкультура аниме на Дальнем Востоке России пользуется некоторой поддержкой со стороны японского консульства (Владивосток, Хабаровск) и префектуры Хоккайдо (Южно-Сахалинск), близость стран АТР также облегчает членам фэндома культурные контакты с японскими, корейскими и китайскими анимешниками и создателями аниме-сериалов.

Широкое распространение аниме, особенно среди подростков и молодежи, сделало субкультуру аниме общественно значимой и породило

общественный запрос на контроль за ней. Адекватные формы этого контроля и институционализации субкультуры, которые устраивали бы обе стороны, пока не выработаны. Это время от времени порождает вокруг аниме-сообщества моральные паники.

Типичные способы рационализации отторжения и неприязни аниме, которые свойственны представителям консервативных слоев общества: это принципиальная чуждость аниме «православной цивилизации», антигуманность, трансляция насилия, секса и суицидальных мыслей. Кроме религиозного фундаментализма и политических компаний, СМИ могут формировать негативное отношение к аниме в стремлении к сенсации, к «хайпу». В случае страха перед аниме-культурой в качестве угрозы осознаются не сами анимешники («наши дети»), настоящим агентом угрозы являются «чужие» – создатели аниме и влиятельные отаку, «старшие» фэндомы (японский, американский) и сеть Интернет.

Логика развития «моральной паники» вокруг аниме предполагает, что кроме СМИ, которые раздувают проблему ради сенсационности, в «охоту на ведьм» должны включиться материально заинтересованные «группы интересов» (священники, политики, силовики, эксперты).

Молодежи и подросткам, участникам аниме-фэндома, в определенной степени нравится демонстрировать старшему поколению свой нон-конформизм с помощью вызывающего внешнего вида и непонятного слэнга. Однако им присуще также стремление объяснить свою позицию и установить коммуникацию, смягчить негативное восприятие своей субкультуры.

На Дальнем Востоке России отношение к субкультуре аниме в регионах сильно зависит от СМИ и позиции власти всех уровней, от родителей и школы до губернатора субъекта Российской Федерации.

Общая тенденция заключается в переходе от настороженного и негативного отношения – к нейтральному и позитивному. Предпринимаются шаги использовать аниме-фестивали для создания позитивного имиджа

поселения (брендирования территории) и привлечения туристов, а также использования косплееров при проведении официальных городских мероприятий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Источники

Законодательные акты

1. Доктрина молодежи России: стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2012 года. М.: Государственный Совет РФ, 2002.
2. Закон Приморского края от 30 апреля 2009 г. N 423–КЗ «О молодежной политике в Приморском крае» (с изменениями от 12 октября 2009 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/494212838>
3. Закон Хабаровского края от 30.09.2015 № 117 «О молодежи и молодежной политике в Хабаровском крае» // Собрание законодательства Хабаровского края. 2015. № 9 (I).
4. Постановление Правительства Хабаровского края от 05.12.2016 № 445-пр «Об утверждении государственной программы Хабаровского края «Развитие молодежной политики в Хабаровском крае»» // Собрание законодательства Хабаровского края. 2017. № 12 (том 2).
5. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации (утв. распоряжением Правительства РФ от 18 декабря 2006 г. № 1760-р). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/90356/>
6. Федеральный закон от 28 июня 1995 г. «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» № 98-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1995. № 27. Ст. 2503.
7. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». (В редакции федеральных законов от 28.07.2012 № 139-ФЗ, от 05.04.2013 № 50-ФЗ, от 29.06.2013 № 135-ФЗ, от 02.07.2013 № 185-ФЗ, от

14.10.2014 № 307-ФЗ, от 29.06.2015 № 179-ФЗ, от 01.05.2017 № 87-ФЗ, от 29.07.2018 № 242-ФЗ, от 18.12.2018 № 472-ФЗ, от 01.05.2019 № 93-ФЗ). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody&nd=102144583>

Ресурсы Интернет

8. 10 самых распространенных видов анимешников. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://2x2tv.ru/blog/10-anime-fan-types/>

9. Advego.ru (автор). БиблиоУвлечение. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://librarian-otaku.blogspot.com/2011/05/aniwiki.html>

10. Geek. COBUILD Advanced English Dictionary. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/geek>

11. Global Error (автор). Аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://aniwiki.net/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8

12. Амарао-сан. Живой журнал. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://amarao-san.livejournal.com/180208.html>

13. Аниме убивает детей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vk.com/antianimepublic>

14. Анимешники – кто это такие? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://miuki.info/2012/01/animeshniki-kto-eto-takie/>

15. Асатрян, К. О вреде анимэ на психику людей. // Портал Стихи.ру. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.stihi.ru/2009/08/17/2194>

16. Быть шаманом-королем: косплей-фестиваль «Animate It!» в 12-ый раз проходит во Владивостоке // ПримаМедиа. Новости. 4 мая 2019 г.: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://primamedia.ru/news/809764/>

17. Вилисов, В. Отцы и эти. Главный разлом российского общества // Портал Colta.ru. 05.04.17. <https://muzobozrenie.ru/ottsy-i-e-ti-glavny-j-razlom-rossijskogo-obshhestva>
18. Владивосток в японском аниме-сериале. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=bWkkVKCSgP8>
19. Воробьева, П. Образ женщин в супергероике: чрезмерная сексуальность персонажей плохо влияет на сюжет. // Geekster. 10.01.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://geekster.ru/hot-news/superheroine-sex-art-story/>
20. Выставка Такаси Мураками «Будет ласковый дождь». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=5Yt40KJEprI&feature=youtu.be> (Дата обращения 20.05.2019)
21. Герои японских мультфильмов приехали в Казань // Регион Online. 31 марта 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news-r.ru/news/culture/26925/> (дата обращения 05.08.19 г.)
22. Горбунов, А. Следователи решили, что «Тетради смерти» не доводили уральскую школьницу до самоубийства // Комсомольская правда. Екатеринбург. 03.04.2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ural.kp.ru/daily/26202.2/3088389/>
23. Горбунов, И. Молодой, замкнутый, ленивый: стереотипы о фанатах аниме в Приморье. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/world/23721811-molodoy-zamknuty-lenivyy-stereotipy-o-fanatah-anime-v-primore/> (дата обращения 3.08.2019 г.)
24. Давыдов, И. Более ста косплееров со всего Дальнего Востока съехались на аниме-фестиваль в Комсомольске // Новости Хабаровска на DVHAB.RU. 26.03.2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dvnovosti.ru/komsomolsk/2017/03/26/64100/#ixzz5xrVyRJlz>

25. Дело Соколовского // Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BB%D0%BE_%D0%A1%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE

26. Евангелион – комментарии зрителей // Интернет-портал «World-art.ru». Анимация. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.world-art.ru/animation/animation.php?id=32>

27. «Если запретить на эту тему говорить, фантазия становится фетишем» // Сайт «Индикатор.ру» 18.07.18 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://indicator.ru/article/2017/07/18/realnye-prichiny-podrostkovyhsamoubijstv/>

28. Жанры аниме и манги // Сайт «Аниме». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://web2.z-kurs.ru/index.php/24-zhanry-anime-i-mangi>

29. Записи Хидеаки Анно (выдержка из дневника) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/topic-9338362_31081456

30. Зинченко Н. Как живет аниме-сообщество в Хабаровске: фестивали, тусовки и равнодушие власти // HLEB (Хабаровское электронное издание), 4.02.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hleb.asia/people/khv-anime-fest>

31. История Косплея. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stopgame.ru/blogs/topic/64384>

32. К. «Врен» Говорун (гл. ред. журнала «Страна игр»). С чем связан пик популярности аниме в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://thequestion.ru/questions/431623/s_chem_sviazan_tekushchii_pik_anime_v_70e564e1

33. Камушкова, С. Четвертый областной аниме-фестиваль прошел в Южно-Сахалинске // Сахалин и Курилы. Новости. 28 сентября 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skr.su/news/post/36423/>

34. Карначёва, Е., Кузнецов, Д. Первый фестиваль полнометражного аниме «Реанифест» открылся во Владивостоке. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.news1.ru/photos/2012/04/15/anime>

35. Китагава Кадзуми. Акихабара и культура отаку // Токио Моногатари — Токио глазами токийцев. История и современность / Пер. Е. Белякова. Токио: Ассоциация переводчиков-русистов, 2010. С. 182—183.

36. Кнорре, А., Кудрявцев, В. Великое снижение преступности // Ведомости. 27 сентября 2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/09/28/735650-velikoe-snizhenie>

37. Колосов, М. Аниме убивает детей или цензура в индустрии // Сайт Манга-хоум. 2015 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://manga-home.com/stati/anime-ubivaet-detey>

38. Колосов, М. Смерть из-за аниме. 5 реальных смертей, причиной которым послужило аниме // Сайт Манга хоум. 27.07.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://manga-home.com/stati/smert-iz-za-anime-5-realnykh-smertej>

39. Косплей // Anime magazine [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.animag.ru>

40. Костюченко, Е. «Я не верю в «кураторов», которые по заданию Госдепа убивают наших детей» // Новая газета. 15 мая 2019 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/05/15/80524-vmesto-togo-chtoby-borotsya-s-detskimi-samoubiystvami-my-pridumyvaem-kuratorov-kotorye-po-zadaniyu-gosdepa-ubivayut-nashih-detey>

41. Кочегаров, П. «Ня». Икона суицида. // Life. 26 мая 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://life.ru/t/%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/412546/nia_ikona_suitsida.ru/t/%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B

4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/412546/nia_ikona_suitsida

42. Краснодар объединил любителей аниме. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://old.kubantv.ru/kultura-kuban/krasnodar-obedinit-lyubitelej-anime/>.

43. Литвиненко Ю. По главной улице с...каваем // Ростов официальный. 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rostof.ru/articles/po-glavnoy-ulitse-s-kavaem>

44. Массовые истерии и слухи в России // Яндекс дзен. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/sociopat/massovye-isterii-i-sluhi-v-rossii-chast-1-5c4030657cfae500aa85f47c>

45. Мастер-класс от японской художницы манга пройдет в Южно-Сахалинске. // Официальный сайт Администрации Южно Сахалинска. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://yuzhno-sakh.ru/dirs/70/?newsid=11744>

46. Матрица (фильм). // Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0_\(%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%86%D0%B0_(%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC))

47. Минаева, В. Версия: школьница-фанатка аниме подбила своего парня убить бабушку и младшего брата в Хеллоуин // Комсомольская правда. Кемерово. 01.11.16. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kem.kp.ru/daily/26602/3617696/>

48. Моральная паника. История конфликта игровой индустрии и общества // сайт «Игромания» 20.05.2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.igromania.ru/article/23148/Moralnaya_panika_Istoriya_konflikta_igrvoy_industrii_i_obschestva.html

49. Мурсалиева Г. Группы смерти // Новая газета. 16.05.2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/05/16/68604-gruppy-smerti-18>
50. Назарова Кс. В Москве проходит фестиваль японской культуры Hinode Power Japan. // Метро. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.m24.ru/articles/kultura/25032019/155108>
51. Один мальчик посмотрел аниме и... // Сайт Warhead.su. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://warhead.su/2018/09/08/odin-malchik-posmotrel-anime-i>
52. Отаку. Краткий анимешно-русский разговорник // Anime*magazine. М.: Сакура-пресс, 2004. № 3. С. 37. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.animag.ru>
53. Ответ на вопрос Ю. Беляковой «Почему в России многие не любят аниме?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://thequestion.ru/questions/13364/pochemu-v-rossii-mnogie-ne-lyubyat-anime>
54. Пользователь dimap [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://twitter.com/dimap/status/1036538485656768512>
55. Пользователь Злой Гик [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://twitter.com/zloygik/status/1036551297539948549>
56. Пресс-служба кинофестиваля «Меридианы Тихого» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vladivostok.bezformata.com/listnews/raboti-klassika-anime-mamoru/13025563/>
57. Ре, Е. (Лиза). Фестиваль аниме пройдет в Южно-Сахалинске // ИА ASTV. Новости. 19 июля 2018 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://astv.ru/news/society/2018-07-19-festival-anime-projdet-v-yuzhno-sahalinske>

58. Росомаха, Бладрейн и космический хомяк: первый фестиваль комиксов стартовал во Владивостоке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.news.vl.ru/vlad/2017/06/17/160222>

59. Рюскэ Хикава. Послевоенная культура аниме и токусацу и радиация. Отрывок из каталога выставки Такаси Мураками «Будет ласковый дождь». М.: Музей современного искусства «Гараж», 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://garagemca.org/ru/materials/1380?id=105>

60. Сайт «Аниме/гик/геймер. Барахолка. | Приморский край». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/anigeega_vl

61. Сайт «VladAnime». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://anime.vl-vostok.ru/>

62. Сайт журнала «Великий Дракон» с архивом номеров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.greatdragon.ru/>

63. Сайт журнала Anime magazine [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.animag.ru>

64. Сайт фотографа Марии Кожановой [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mariyakozhanova.com/>

65. Сайт MyAnimeList (англоязычный). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://myanimelist.net/>

66. Словецкий, В. Как анимэ убивает детей. В России растет число преступлений и самоубийств среди фанатов японских мультфильмов // Свободная пресса. 4 июня 2011. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://svpressa.ru/society/article/43892/>

67. Сейлор Мун (аниме) // Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Сейлор_Мун_\(аниме\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Сейлор_Мун_(аниме)).

68. «Склоняют к гомосексуализму». РИА «Новости» написало текст об аниме, и вы не поверите, но они всерьёз. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://medialeaks.ru/0309mav-anime-suicide/>

69. «Статус». Сезон 3. Вып. 2. 10 сентября 2019 г. // Сайт Екатерины Шульман. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=v5RwKvk7zGE&t=1240s>

70. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2016 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 18.12.2006. № 1760-р. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/90356/>.

71. Устроивший поджог в японской аниме-студии объяснил свои действия местью за кражу идеи // Интернет-издание «Медуза». Новости. 19 июля 2019 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://meduza.io/news/2019/07/19/ustroivshiy-podzhog-v-yaponskoy-anime-studii-ob-yasnil-svoi-deystviya-mestyu-za-krazhu-idei>

72. Фестивали японской анимации в России // Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Фестивали_японской_анимации_в_России

73. Статистика сайтов аниме. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://top100.rambler.ru/search?query=%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5>

74. Фраер, Э. Пятый аниме-фестиваль «KoguCon» состоится 21 августа в Южно-Сахалинске. ИА Сахалин Инфо. Новости. 18 августа 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sakhlin.info/news/120211>

75. Фраер, Э., Максимова, А. Четвертый аниме-фестиваль «KoguCon» прошел в Корсакове // Сайт Citysakh.ru. Новости. 17 Августа 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://citysakh.ru/news/47031>

76. Хидеаки Анно (выдержка из дневника) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vk.com/topic-9338362_31081456

77. Хикикомори. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vitaextensa.narod.ru/hikikomori.htm> (Дата обращения 18.08.2019);

78. Что такое косплей и с чем его едят // Интернет-журнал «Великий Дракон» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.greatdragon.ru/online/45/1991-450809-что-такое-kospsey.html>

79. Чернышев, А. «Те же группы смерти». Детей подсаживают на аниме и склоняют к суициду. // РИА Новости. 3 сент. 2018 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20180903/1527619030.html>

80. Что такое косбенд. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://teenslang.su/content/&slang=anime>

81. Шамов, Д. Анимешники из Сахалина очаровали известного Японского продюсера // Life in Japan. Сайт Дмитрия Шамова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lifeinjapan.ru/article/show/9789>

82. Яндекс статистика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/#!/?words=%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B5>

83. Японские мультфильмы: как аниме влияет на психику подростка // Интернет-портал «Выучить.work». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vyuchit.work/samorazvitie/kak-anime-vliyaet-na-psihiku-podrostka.html>

84. Gore, Tipper. Raising PG-Kids in an X-Rated Society. Nashville, TN: Abingdon Press, 1987.

Результаты эмпирического исследования

85. Воробьева, Е.С. Полевой дневник 2017 г.

86. Воробьева, Е.С. Полевой дневник 2018 г.

87. Социологический опрос 2016-2017 г.

Литература

88. Агеев, В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально психологические проблемы. / В.С. Агеев. М.: Изд-во МГУ, 1990. 240 с.

89. Альтернативная культура. Энциклопедия / Сост. Д. Десетярик. Екатеринбург: УльтраКультура, 2005. 279 с.

90. Артемов Р.Ю. Использование аниме нетрадиционными религиозными движениями в Японии / Р.Ю. Артемов // Труды Минской духовной академии. Минск: Изд-во Минской духовной академии БПЦ. 2016. № 13. С. 309-336

91. Архипова А. Группы смерти: от игры к моральной панике. / А. Архипова, М. Волкова, А. Кирзюк и др. М.: РАНХиГС, 2017. – 24 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.academia.edu/32409122/_%D0%93%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%BF%D1%8B_%D1%81%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8_%D0%BE%D1%82_%D0%B8%D0%B3%D1%80%D1%8B_%D0%BA_%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B9_%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B5

92. Бауман, З. Мыслить социологически / З. Бауман. М.: Аспект Пресс, 1996. 255 с.

93. Бергер, П. Социальное конструирование реальности / П. Бергер, Т. Лукман. М.: Медиум, 1995. 334 с.

94. Борисов, И.Ю. Полоролевая дифференциация во взаимоотношениях супругов на различных стадиях жизненного цикла семьи / И.Ю. Борисов // Психология семьи: хрестоматия / Ред. Д.Я. Райгородский. Самара: Бахрах-М, 2007. С. 321-323.

95. Будникова, А.В. Влияние стиля аниме на современную моду // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3-6. С. 98-100.

96. Будникова, А.В. Общее и особенное в субкультурах готов и аниме-отаку // Символ науки (Уфа). 2016. № 12-3 (24). С. 256-259.

97. Бычков, В.В. Виртуальная реальность как феномен современного искусства / В.В. Бычков, Н.Б. Маньковская // Эстетика вчера, сегодня, всегда. Вып. 2. М., 2006. С. 32-61. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://iphras.ru › uplfile › root › biblio › aest › aest_2 › 2.pdf

98. Воробьева, Е.С. Часть виртуальной реальности – японское аниме // Успехи современной науки. 2016. Т. 8. № 11. С. 154-158.
99. Воробьева Е.С. Генезис субкультуры аниме в Японии, странах Запада и ее становление в России. – Миссия конфессий (Научный и общественно-политический журнал) / отв.ред. Чапкин С. В. М.: Международный издательский центр «Этносоциум». 2020. №48 (Т.9.Ч.7). – С. 813-815
100. Габдуллина, А.Х. Язык и субкультура аниме в контексте глобализации // Челябинский гуманитарий. 2012. №1 (18). С. 34-37.
101. Гельман, В. Кому выгодно «наследие прошлого» // Ведомости. 5 сентября 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/09/06/655792-nasledie-proshlogo>.
102. Громов, Д.В. «Моральная паника» как механизм развития ряда молодежных сообществ Советского Союза и России // Историческая психология и социология истории. 2012. № 1. Том 5. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/143054/>
103. Громов, Д.В. Образ «эсхатологического нашествия» в восточнославянских поверьях в древности и современности. Этнографическое обозрение. 2004. № 5. – С. 20-42.
104. Денисова, А.И. Семантика субкультуры аниме // Аналитика культурологи (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина). 2009. № 2 (14). – С. 120-122.
105. Денисова, А.И. Отношение к японским субкультурам в японском обществе // Аналитика культурологии (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина). 2014. № 1 (28). С. 11-16.
106. Добротворский, С. Восприятие стандарта // Искусство кино. 1994. № 2. С. 70-87.
107. Иваненко, Е.А. Заклятье вечной молодости или репрезентация телесности в жанре аниме / Е.А. Иваненко, М.А. Корецкая, Е.В. Савенкова //

Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2009. № 2 (6). С. 32-43.

108. Иванов, Б.А. Аниме в России // Аниме и Манга в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://animemanga.ru/Articles/russia.shtml>.

109. Иванов, Б.А. Введение в японскую анимацию. / Б.А. Иванов. 2-е изд. М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2002. 336 с.

110. Иванов, Б.А. Введение в японскую анимацию. / Б.А. Иванов. М., 1999. 198 с.

111. Иванов, Б.А. Кто такие отаку? / Б. А. Иванов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://anime.dvdspecial.ru/Articles/otaku.shtml>

112. Иванов, Б.А. Вся правда о покемонах / Б. А. Иванов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://offline.homeru.ru/2001/66/14939/>. Дата обращения: 29.05.2013.

113. Ионин, Л. Г. Восстание меньшинств. / Л.Г. Ионин. М.; СПб.: Университетская книга, 2013. – 237 с.

114. Ионин, Л.Г. Парад меньшинств. / Л.Г. Ионин. М.: Московский Дом книги, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kartaslov.ru/%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8/%D0%98%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BD_%D0%9B_%D0%93_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B4_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D1%88%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2/1

115. Катасонова, Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: Очерки современной японской массовой культуры. / Е.Л. Катасонова. М.: Восточная литература, 2012. 372 с.

116. Кудасова, А.Е. К вопросу о понятии отаку и его субкультурной идентичности / А.Е. Кудасова, Т.Ю. Кузнецова // Аллея науки (Екатеринбург). 2017. № 6. С. 99-102.

117. Лапчук, Я.В. Подростковая субкультура отаку (аниме): факторы включенности и меры профилактики // Вестник ТОГИРРО (Тюмень). 2015. № 1 (31). С. 439-441.
118. Латышева, Т.В. Феномен молодежной субкультуры: сущность и типы. // Социологические исследования. 2010. № 6. С. 93-101.
119. Левикова, С.И. Молодёжные субкультуры. / С.И. Левикова. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 608 с.
120. Леонов, В.Ю. Становление аниме, его отличительные стилистические особенности, различия с манга и художественно-технологические этапы создания // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. № 12-3 (26). С. 99-103.
121. Липаева, Д.Е. Анимация в пространстве визуальной культуры Японии // Aspectus. 2015. № 4. С. 54-60.
122. Луков, В. А. Особенности молодежных субкультур в России / В.А. Луков // Социологические исследования. 2002. № 10. С. 79-87.
123. Лякина, Я.С. Личностные особенности подростков и молодежи, увлекающихся аниме, и их связь с формированием психопатологических проявлений / Я.С. Лякина, А.А. Голубятников, Н.А. Дмитриева // Современные проблемы клинической психологии и психологии личности. Новосибирск: Изд-во ННИГУ, 2017. С. 202-209.
124. Манхейм, К. Диагноз нашего времени. / К. Манхейм. М.: Юрист, 1994. 700 с.
125. Мещерякова, Т.А. Аниме как источник заимствования в русском языке. / Т.А. Мещерякова, Е.Ю. Потапчук // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Хабаровск: Тихоокеанский гос. ун-т, 2018. С. 69-74.
126. Мид, М. Культура и мир детства. / М. Мид. // Избр. пр-я. М.: Наука, 1988. 428 с.

127. Михайлова, Ю.Д. Россия и Япония: «Образы» и «репрезентации». / Ю.Д. Михайлова, В.Э. Молодякова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.intl.hiroshimacu.ac.jp/~yulia/publ/Images%20and%20Representations.pdf>
128. Молодякова, В.Э. Растерянное поколение: старые и новые проблемы японской молодежи // Япония: экономика и общество в океане проблем. М.: Ин-т востоковедения РАН, 2012. С. 114-126.
129. Наймушина, А.Н. К истории распространения аниме в России // Социально-экономическое управление: теория и практика. Изд-во Ижевского гос. техн. ун-та. 2010. – № 2 (18). С. 165-169.
130. Неформальные молодежные сообщества Санкт-Петербурга: теория, практика, методы профилактики экстремизма / Под ред. А.А. Козлова, В.А. Канаяна. СПб., 2008. 85 с.
131. Новикова, О.Н. Игроизация культуры постмодерна и современные практики эскапизма // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2016. № 8 (390). Философские науки. Вып. 41. С. 45–51.
132. Носов, Н.А. Виртуальная цивилизация // Виртуальные реальности в психологии и психопрактике. Труды лаборатории виртуалистики. Вып. 1. М., 1995. С. 105-116.
133. Омельченко, Е.Л. Молодежные культуры и субкультуры. / Е.Л. Омельченко. М.: Ин-т социологии РАН; Ульяновск: НИЦ «Регион», 2000. С. 166-168.
134. Осорина, М.В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых. / М.В. Осорина. СПб.: Речь, 2004. 276 с.
135. Орлов, А.М. Виртуальная реальность. Пространство экранных культур как среда обитания. / А.М. Орлов. М.: Наука, 1997. 336 с.
136. Пилюгина, Е.В. Россия в пространстве постмодерна. // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2016. – № 1. – С.

9-15. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiya-v-prostranstve-postmoderna>.

137. Пирсон-Смит, Э. "Готы", "лолиты", "дарты вейдеры" и коробка с маскарадными костюмами: исследование феномена косплея в Юго-Восточной Азии. // Теория моды: Одежда. Тело. Культура: международный журнал. Вып.10 / ред.: В. Стил, Л. Алябьева, А. Красникова, Т. Григорьева. М.: НЛО, 2008. С. 219-269.

138. Прасол, А.Ф. Япония: лики времени. Менталитет и традиции в современном интерьере. Изд. 2-е, доп. / А.Ф. Прасол. М.: Наталис, 2009. 416 с.

139. Радзиевская, А.В. Субкультура аниме в современном обществе / А.В. Радзиевская, А.В. Калинина // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Тюмень: Изд-во Тюмен. индустр. ун-та, 2016. С. 225-229.

140. Руссо Ж.-Ж. Эмиль, или о воспитании. М.: Андроникум, 2017. 511 с.

141. Рябинина, А.М. «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999-2017 года) / А.М. Рябинина // Артикульт. 2018. 29(1). С. 109-127. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://articult.rsuh.ru/articult-29-1-2018/articult-29-1-2018-guabinina.php> (Дата обращения: 18.01.2020)

142. Смелзер, Н. Дж. Социология // Социс. 1990. № 12. С. 119-137.

143. Соколов, К. Художественная жизнь и социокультурная стратификация общества / К. Соколов, Ю. Осокин. // Художественная жизнь современного общества. Т.1. Субкультуры и этносы в художественной жизни. Отв. ред. К. Б. Соколов. – СПб., 1996. С. 16–36;

144. Сычева, Е.С. Традиционные ценности в современной массовой культуре Японии / Е.С. Сычева // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2 (35). С. 260-263.
145. Тихоцкая, И.С. Изменения в жизненном цикле японцев и место молодёжи в современном обществе // История и культура традиционной Японии 3. Выпуск XXXII. / Под ред. И. С. Смирнова, отв. ред А. Н. Мещеряков . М.: Наталис, 2010. 180 с. С. 455—468.
146. Хасьянов В. Б. Субкультура аниме как культурно-информационный феномен (на примере деятельности молодежных объединений Иркутской области) / В. Б. Хасьянов, А. С. Зайцев // Научный диалог. — 2014. — № 11 (35) : Психология. Педагогика. — С. 75–88.
147. Цветущая сложность: Разнообразие картин мира и художественных предпочтений субкультур и этносов / под ред. П. Ю. Черносвитова. СПб.: Алетейя, 2004. 544 с.
148. Шафрин, Ю.А. 1500 основных понятий, терминов и практических советов для пользователей персональным компьютером. / Ю.А. Шафрин. М.: Дрофа, 2001. 272 с.
149. Щепанская, Т.Б. Антропология молодёжного активизма // Молодёжные движения и субкультуры Санкт-Петербурга (социологический и антропологический анализ). СПб.: Норма, 1999. С. 262 - 302.
150. Щепанская, Т.Б. К археологии и критике понятия «молодежная субкультура» // В сб. Социология вчера, сегодня, завтра. / Под. ред. О.Б. Божкова. СПб., 2011. С. 150-180.
151. Щепанская, Т.Б. Микроэкономика молодежных субкультур: стратегии безденежья // Экономическое обозрение. 2008. № 1. С. 42-45.
152. Щепанская, Т.Б. Символика молодежной субкультуры: опыт этнографического исследования системы, 1986-1989 гг. / Т.Б. Щепанская СПб., 1993. 341 с.

153. Щепанская, Т.Б. Процессы ритуализации в молодежной субкультуре // Советская этнография. 1988. № 5. С. 15-25.
154. Эпоха компьютера: пер с англ. И. Михайловой. М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 1998. 152 с.
155. Azuma, H. Otaku: Japan's Database Animals : [англ.] / Translated by Jonathan E. Abel and Shion Kono. – University of Minnesota Press, 2009. 176 p.
156. Cornwell, B., Linders A. The myth of «moral panic»: an alternative account of LSD prohibition and Deviant Behavior. New York: Cambridge University Press, 2002. P. 307-330.
157. Bennett J. H. A Preliminary History of American Anime Fandom. [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.academia.edu/691203/A_Preliminary_History_of_American_Anime_Fandom
158. Clements, Jonathan, McCarthy, Helen. The Anime Encyclopedia: A Guide to Japanese Animation Since 1917. 2-е изд. Stone Bridge Press, 2006. 867 p.
159. Cohen, S. Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and the Rockers. Oxford: Basil Blackwell, 1972. 224 p.
160. Critcher, C. Moral Panic Analysis: Past, Present and Future // Sociology Compass, 2008, № 2. Pp. 1127-1144.
161. Docker. Postmodern and Popular Culture. New York: Cambridge University Press, 1994. 313 p.
162. Fine, G. A., Kleinman, Sh. Rethinking Subculture: An Interactional Analysis //The American Journal of Sociology. Univ. of Chicago, 1979. Vol.85. №.1. P. 1–20.
163. Galbraith, Patrick W. Moe: Exploring virtual potential in post-millennial Japan // Electronic journal of contemporary japanese studies. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html>

164. Gerken, Tom. Anime fans 'sobbing' at Olympic ice skating (англ.), BBC News (9 февраля 2018). <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-43003630>
165. Goode, Erich, Nachman Ben-Yehuda. "Moral Panics: Culture, Politics, and Social Construction." *Annual Review of Sociology*, vol. 20. 1994. Pp. 149-171.
166. Hills, Matt. *Fan Cultures*. London: Routledge, 2002. 237 p.
167. Holland, D. *Feminism and Youth culture: Jackie to Just Seventeen* by Angela McRobbie. Boston: Unwin Hyman, 1991 // *American Journal of Sociology*, pp. 166-183. <https://gloss.ua/story/ipeople/article/67337>
168. Jenkins H. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Routledge, 1992. 330 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://epdf.pub/textual-poachers-television-fans-and-participatory-culture-studies-in-culture-an.html>
169. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, 2005.
170. Jenkins H. *Fans, Bloggers, and Gamers: Media Consumers in a Digital Age*. NYU Press, 2006. 289 p.
171. McCain, J., Gentile, B., Campbell, W. K. *A Psychological Exploration of Engagement in Geek Culture*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0142200>
172. Miles, S. *Youth Lifestyles in a Changing World* Open. Buckingham, Philadelphia, University Press, 2000. 177 p.
173. Kasa, Naomi. *Constructing Animerica: History, Style, and Spectatorship of Anime in the United States*. (MA thesis, Regent University, 16 March 2005), [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bibfan.de/frindres.php?such=%26Ocirc;tomo%2C+Katsuhiko&sziel=bind>

174. Levi, Antonia. Samurai from Outer Space: Understanding Japanese Anime. Chicago: Open Court Publishing Co., 1996. 169 p.

175. McRobbie, Angela. Postmodernism and Popular Culture. London: Routledge, 1994. 236 p.

176. Mikhailova, Y.D. Anime and Manga in Contemporary Russia – A Bridge between the Two Countries? // Russo-Japanese Mutual Images and Representations Seen through Visual Media — for Understanding Relations between Japan and Russia, Report on Academic Research Project for the period 2003-2004. Hiroshima: Ichiritsu Daigaku, 2005. P. 113-133.

177. Mikhailova, Y.D., Torchinov, E.A. Images at an Impasse: Anime and Manga in Contemporary Russia // Japan and Russia. Three Centuries of Mutual Images. – Folkestone: Global Oriental, 2008. Pp. 175-191.

178. Obst, P., Zinkiewicz, L., Smith, S.G. Sense of Community in Science Fiction Fandom, Part 1: Understanding Sense of Community in an International Community of Interest // Journal of Communal Psychology. 2002. № 30 (1). Pp. 76-97.

179. Reysen, S. et al. An examination of anime fan stereotypes // The Phoenix Papers. 2016. Vol. 2 (2). Pp. 90-117.

180. Sean, Leonard. Celebrating Two Decades of Unlawful Progress: Fan Distribution, Proselytization Commons, and the Explosive Growth of Japanese Animation, UCLA Entertainment Law Review. № 189 (Spring 2005).

181. Thompson, Kenneth. Moral Panics. New York: Routledge, 1998. 176 p.

182. Victor, J. S. Moral panics and the social construction of deviant behavior: a theory and application to the case of ritual child abuse // Sociological Perspectives, 1998, Vol. 41:3. Pp. 541-565.

183. Диссертации и авторефераты диссертаций

184. Воронов, А.И. Философский анализ понятия «виртуальная реальность»: дис. ...канд. филос. наук. / А.И. Воронов – СПб., 1999. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/fenomen-virtualnoi-realnostiv-kontekste-bytiya-cheloveka-opyt-filosofskogo-analiza>
185. Габдуллина, А.Х. Когнитивные основания и лингвокультурологические факторы заимствований из японского языка: дис. ...канд. филол. наук. / А.Х. Габдуллина. Челябинск, 2012. 241 с.
186. Иванов, Н.С. Неформальное молодежное движение как социально-политическое явление: дис. ... канд. полит, наук / Н.С. Иванов. – Одесса, 1992. 139 с.
187. Леонов, В.Ю. Проблемы развития манга и аниме в художественной культуре Японии второй половины XX - начала XXI в.: дис. ... канд. искусств. / В.Ю. Леонов. М., 2015. 196 с.
188. Липаева, Д.Е. Категория бытия - небытия в пространстве культурного диалога Запада и Востока : (на примере аниме) : автореф. дис. ...канд. культурологии: / Д.Е. Липаева. Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, 2019. 26 с.
189. Мельникова, Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологи. / Л.А. Мельникова. Владивосток, 2015. 215 с.
190. Носов, Н.А. Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора: дис. ... доктора псих. наук. / Н.А. Носов. М., 1994. 283 с.
191. Райхштат, О.А. Молодежные субкультуры в российском обществе: теоретические подходы и современные практики: автореф... канд. соц. наук. / О.А. Райхштат. Казань, 2006. 28 с. [Электронный ресурс]. Режим

доступа: <http://cheloveknauka.com/molodezhnye-subkultury-v-rossiyskom-obschestve-teoreticheskie-podhody-i-sovremennye-praktiki#ixzz60FCs8y2e>

192. Сычева, Е.С. Традиционная культура Японии в современной массовой культуре (на примере аниме и манга): дис. ...канд. культурологии / Е.С. Сычева. М., 2016. 179 с.

Приложение 1.

Внешний вид анимешников в повседневной жизни.

Владивостокские анимешники.



Тусовка аниме-клуба «Паприка», Владивосток, 2013 г.



Хабаровские анимешники



Сахалинские анимешники



Приложение 2.

Использование стилистики аниме за пределами субкультуры.

Икона в стиле аниме.



Вывеска в Ботаническом саду, г. Владивосток, 2019 г.



Приложение 3.

Аниме-фэшн (мода на стиль аниме за пределами субкультуры).

Мадонна с «ушками» в стиле аниме.



Модель Фернанда Ли на обложке журнала Вог.



Брелок для сумки «Зайчик» фирмы Fendy



Приложение 4.

Воплощение персонажей аниме «идолами» и рядовыми участниками субкультуры.

Модель Фернанда Ли и героиня аниме Лайтнинг



Образ из аниме «Тетради смерти» и его воплощение на косплее



Приложение 5.

Репрезентация телесности в субкультуре аниме

Татуировка в стиле аниме¹.



¹ Фото из источника: Мельникова Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологи. Владивосток, 2015. С. 215.

Приложение 6.

Вечеринки в стиле аниме

Студенты ВГУЭС на аниме-пати, г. Владивосток¹.



¹ Фото из источника: Мельникова Л.А. Татуировка как форма репрезентации культурных кодов визуальности в молодежной среде (на примере г. Владивостока): дис...канд. культурологи. Владивосток, 2015. С. 214.

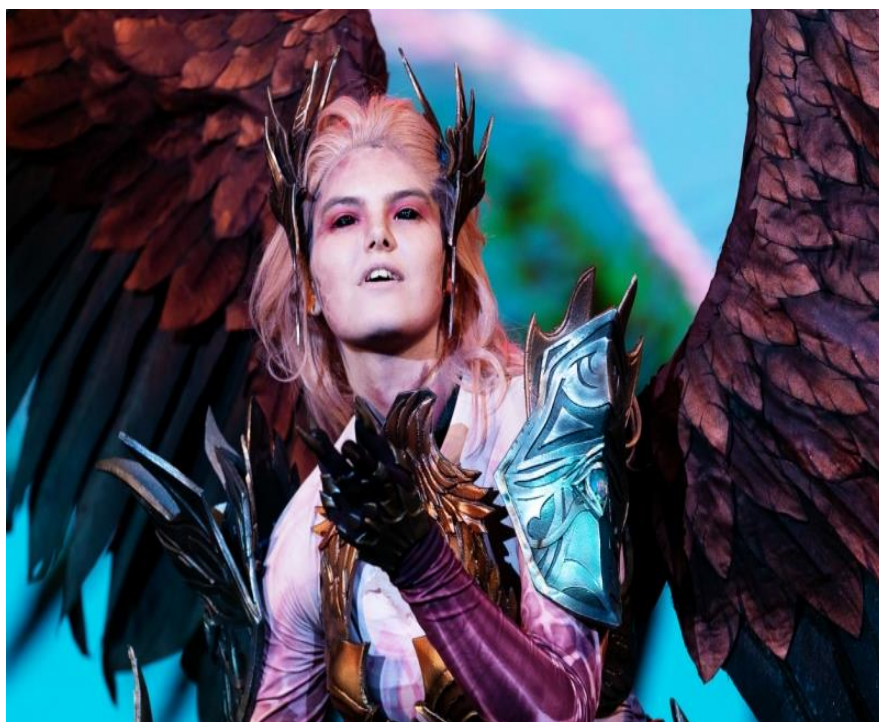
Приложение 7.

Дальневосточный косплей-фестиваль, г. Владивосток, 2019 г.

Афиша дальневосточного косплей-фестиваля, г. Владивосток, 2019 г.



Участница косплей-фестиваля, Владивосток, 2019



Приложение 8

Участники косплей-фестиваля «Animate it!» в образах из игры по мотивам аниме «Герои меча и магии-5» IV. Владивосток, 2011.



Участница косплея из аниме-клуба «Паприка», 2013 г.



Приложение 9.

Участие косплееров в городских мероприятиях.

Косплееры на открытии моста через бухту Золотой Рог. Владивосток, 2012 г.¹.



Косплей-шоу в ДКЖД, Владивосток, 2016 г.



¹ Фото предоставлено автору фотографом Н. Заровневой.

Приложение 10. Коммерческое использование символики аниме

Тюнинг для автомобиля в стиле аниме, г. Владивосток.



Тюнинг автомобиля образами из аниме в жанре «меха», г. Владивосток.



Пижама в стиле аниме-персонажа «Пикачу», продается на сайте «Фарпост», г. Владивосток



Приложение 11.**Творчество участников субкультуры по мотивам аниме**

Образец фанарта



Приложение 12.

Юмор в творчестве анимешников.

Пример юмора анимешников.



Пример юмора анимешников

КОГДА У ТЕБЯ ТЕМПЕРАТУРА 36,7



Приложение 13.

Тезаурус.

А-кон – аниме фестиваль.

Анимка – собрание (тусовка) анимешников для совместного общения

Аниме – японский стиль в мультипликации, выросший из него популярный жанр искусства и молодежная субкультура, объединяющая поклонников (фанатов, фэнов) этого жанра.

Гик (Geek) - человек, чрезвычайно увлечённый чем-либо; фанат. Изначально гиками именовали людей, увлечённых высокими технологиями (обычно компьютерами и гаджетами). В 2000-е годы распространилось другое значение слова: человек, увлечённый популярной культурой, член фэндом. Есть также точка зрения, что гики образуют единое сообщество поклонников фантастики и технологий.

Конвей – то же, что и А-кон

Косбенд – постоянно совместно выступающая группа косплееров

Косплей – костюмированное представление по мотивам аниме, компьютерных игр, сериалов. В принципе, косплеить можно что угодно.

Манга – японские комиксы. Стилистика изображения и сюжеты в манга и аниме тесно связаны.

Моз – изображение любого объекта в стиле «аниме» «мозфицировать» можно любой предмет повседневной жизни и даже человека. Широко используется в рекламе.

Отаку – фанат аниме, используется как самоназвание для членов аниме-фэндом.

Фанфик (Fanfic) – это фанатская фантастика, в которой используются известные персонажи и / или концептуальные вселенные. Автор фанфика может продолжать оригинальную идею, создавать боковые сюжеты или опровергать ее. Они могут создавать новых персонажей, один из вариантов – создание виртуальных друзей, любовных отношений и семей.

Фанарт (Fanart) – это фанатское искусство, вдохновленное любимыми произведениями – видеоролики, рисунки, мемы, шутки, игрушки, аксессуары и т.д.

Фансаб (Fansubs) – это субтитры, которые производятся фанатами для новых, иногда пиратских версий аниме. Хотя они технически незаконны, но обычно не запрещены или не преследуются официальными производителями и дистрибьюторами и на раннем этапе существования аниме-фэндом составляли основу многих фан-сообществ, давая им чувство общей цели.

Фанзины – это фанатские журналы, некоторые на бумаге, а некоторые в Интернете, которые публикуют только фанфик и фанарт и позволяют читателям комментировать работы авторов