

Язовская Ольга Валерьевна

Yazovskaya Olga Valeryevna

кандидат культурологии, ассистент кафедры истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

PhD in Cultural Studies, Assistant Professor, History of Philosophy, Philosophical Anthropology, Aesthetics and Theory of Culture Department, Ural Federal University

ЭСТЕТИКА КАВАИЙ В ЯПОНСКОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ: АКТУАЛИЗАЦИЯ МИФОЛОГИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ [1]

KAWAII AESTHETICS IN THE JAPANESE POPULAR CULTURE: UPDATING THE MYTHOLOGICAL HERITAGE [1]

Аннотация:

В статье рассматривается новый этап актуализации мифологического наследия в рамках современной японской массовой культуры. В качестве инструмента анализа используется эстетическая категория кawaii как основная характеристика массовой культуры, для определения которой приводятся ряд авторских позиций как российских, так и зарубежных ученых. Устанавливаются основные черты эмоционального отклика кawaii (внутренняя близость – страстное почитание, поднятие настроения – симпатия) и визуальные особенности его выражения (стилистика комиксов манги). В соответствии с выявленными характеристиками рассматриваются конкретные примеры актуализации мифов в виде серий комиксов манги, онлайн-карты по своду «Кодзики» и новой версии детской игры карута. Устанавливается, что мифы четко вписываются в эстетику кawaii как естественным путем, так и путем заказа со стороны государства.

Ключевые слова:

кawaii, массовая культура, мифология, современная эстетика, японская культура, актуализация традиции.

Summary:

The study considers a new stage of updating the mythological heritage within contemporary Japanese popular culture. An analysis tool is represented by kawaii aesthetic category as the main characteristic of popular culture, which is defined by a number of both domestic and international scientists. The research reveals the basic features of the emotional response of kawaii (inner affinity – passionate veneration, mood elevation – liking) and the visual aspects of its expression (the style of manga comics). In accordance with the identified characteristics, the paper reviews the certain case studies of updating myths as a series of manga, Kojiki online-map, and a new version of the children's game caruta. It is established that the myths clearly fit into the kawaii aesthetics in a natural way and by the order of the state.

Keywords:

kawaii, popular culture, mythology, modern aesthetics, Japanese culture, updating the tradition.

Возрождение интереса к мифологическому наследию в Японии связано с актуализацией мифологических сюжетов в массовой культуре, которая шла как естественным путем, так и при поддержке правительства. И если ранее актуализация была связана с концепцией национальной сущности *кокутай* [2], то сейчас к мифам обращаются как к одному из сюжетов массовой культуры. В связи с этим мы предлагаем рассмотреть современные особенности актуализации мифологии. Для начала обратимся к наиболее значимым особенностям японской массовой культуры, которые можно выразить эстетической категорией *кawaii*.

Для различных периодов японской культуры характерно вырабатывать определенную эстетическую категорию, которой будет подчинена вся художественная традиция. Такими категориями были *моно-но аварэ* для эпохи Хэйан (794–1185), *югэн*, *ваби* и *саби* для средневековой эстетики, *ики* для эпохи Эдо (1600–1868). Современная массовая культура также пошла по этому пути и к 80-м гг. XX в. выработала свою собственную категорию – *кawaii* как что-то милое, детское и непринужденное.

Российская исследовательница Е.Л. Катасонова в своей монографии «Японцы в реальном и виртуальном мирах» дает историю происхождения этого понятия. Изначально слово кawaii имело форму *кайвасаэ*, которая встречалась в произведениях классической литературы эпохи Хэйан и была призвана передавать чувство легкой печали и жалости. В эпоху Эдо слово появляется в японо-португальском словаре иезуитов в виде *caiaij* и означает 'миловидный' и 'трогательный', передавая уже положительные эмоции. В начале XX в. понятие имело форму *каваюси*, после 1945 г. – *каваюи* и лишь к 1970-м гг. приобрело современную форму *кawaii* [3, с. 195].

Е.Л. Катасонова, следуя за словарями и современной формой употребления понятия, определяет кawaii как что-то милое и привлекательное, уточняя, что «японцы говорят "кawaii!" ...буквально обо всем на свете, что находят привлекательным, интересным, необычным и хоть в какой-то степени заслуживающим внимания» [4, с. 193]. Исследовательница из Дании Г. Боргрин

обращается к категории кawaii в контексте японского визуального искусства и отмечает, что ее стоит понимать как культурный стиль всего симпатичного, будь то комиксы манги, мультфильмы аниме, молодежная мода, компьютерные игры, дизайн и пр. [5, р. 41]. Японская исследовательница Юко Хасэгава, соглашаясь с этой устоявшейся концепцией, предлагает понимать кawaii шире как нечто ценное: «что-то, к чему нас тянет и что побуждает желание защитить что-то чистое и невинное» [6, р. 128].

Другие японские исследователи Исихара Соитиро, Обата Кадзуюки и Канно Каёко также отмечают расширение границ кawaii. Если изначально понятие ассоциировалось только с детством, то к концу XX – началу XXI в. его стали употреблять люди всех возрастов. Авторы считают, что, «произнося слово “кawaii”, люди нередко выражают с его помощью одобрение или делают неосознанную попытку выглядеть моложе своих лет...» [7, с. 6]. Желание выглядеть моложе, раскованнее и чувствовать себя комфортно формирует потребность приобретать прелестные и милые вещи, что создает высокий спрос на эстетику кawaii и делает ее по-настоящему массовой.

Также в своем обзоре мира кawaii Исихара Соитиро, Обата Кадзуюки и Канно Каёко выстраивают систему координат типов и уровней кawaii, куда могут быть помещены различные предметы и явления японской культуры. Система выстраивается по двум шкалам: по вертикали идет градация от чувства внутренней близости до страстного почитания, а по горизонтали – от поднятия настроения до симпатии в духе моз (теплая симпатия). Большинство явлений, которые были внесены в эту систему координат, характерны сугубо для японской массовой культуры, но есть и зарубежные влияния. Скажем, Диснейленд и Микки Маус – явление далеко не японское, но оно имеет значимость в современной японской массовой культуре, поэтому вполне вписывается в рамки кawaii и относится к чему-то, что поощряет страстное почитание и поднимает настроение. Дети и животные поднимают настроение и вызывают чувство внутренней близости, а фигурки аниме-персонажей вызывают симпатию [8, с. 8].

Таким образом, можно отметить, что кawaii является не просто эстетической категорией, а определяющей чертой современной японской массовой культуры, имеющей под собой связь с предыдущей художественной традицией. Из этого следует, что, если какое-то явление будет стремиться вписаться в массовую культуру, ему придется обрести черты кawaii: вызывать улыбку и симпатию, давать чувство внутренней близости и стремление к страстному почитанию.

Этим переживаниям способствуют визуальные образы, характерные для японской анимации и комиксов манги. Как отмечает Е.Л. Катасонова, «сегодня манга – это первооснова, своеобразная матрица практически всех видов современного искусства, включая анимацию, кино, музыку, компьютерные игры и т. п.» [9, с. 103]. Графическая стилистика, выработанная в рамках комиксов манги отличается условностью и простотой. Юки Магуро анализирует ряд средств художественной выразительности в манге и предлагает сводные таблицы различных планов и ракурсов, кадров, словесных пузырей и фонов, а также составляет графико-символический словарь манги, где представлены условные выражения глаз, рта, черт лица, жестов и положения тела, которые призваны передавать определенные эмоции. Так, например, сведенные кончики указательных пальцев обозначают нерешительность, а большие глаза выражают наивность и чистоту, свойственную юному возрасту [10]. Именно подобная условность манги, на наш взгляд, позволяет вложить свои представления в предлагаемый визуальный ряд и легко вписать в них свое желание переживать мир милого и очаровательного, что характерно для кawaii.

Наиболее хрестоматийным образом кawaii можно считать Хелло Китти, которую компания «Санрио» придумала еще в 1974 г. Этот игрушечный персонаж сразу же стал невероятно популярным, но через пару лет ажиотаж вокруг фигурок пошел на спад. В 1980 г. с образом Хелло Китти начала работать дизайнер Ямагути Юко. Она убрала черный контур вокруг фигурки и присоединила к ее образу плюшевого медведя. Затем последовали эксперименты с возрастом котенка – Китти стала старше и начала взрослеть вместе со своими поклонниками. Этот ход, как пишет Торикай Синъити, и обеспечил Китти неугасающую популярность [11, с. 18]. Сама Ямагути Юко в интервью для журнала «Ниппония» очень тонко подмечает секрет популярности Китти. Самой выразительной частью лица является рот, а у Китти его нет, поэтому она может выражать любые эмоции, которые от нее ожидают: «Если вы опечалены, вам будет казаться, что она пытается поднять вам настроение. Если вы счастливы – и она будет радоваться вместе с Вами» [12].

Исходя из этого, отметим, что для эстетики кawaii характерна условность манги, которая возведена в абсолют. Наиболее простые образы становятся популярны из-за их легкой подстройки под эмоциональное состояние человека. Все это приводит к постепенному подчинению массовой культуры Японии принципу кawaii. А поскольку современная массовая культура тяготеет к тому, чтобы отобразить весь объем культурного наследия, то кawaii подвергаются и те явления, которые раньше таковыми не являлись. Это относится и к современной актуализации мифологического наследия.

К древней мифологии как к сюжету комиксов стали обращаться уже в 1980-е гг. Впервые мифологический свод «Кодзики» был представлен в форме манги еще в 1983 г. [13], а затем каждые 5 лет разные авторы издавали свои версии японских мифов. Настоящий бум на этот сюжет

случился в 2012–2013 гг., когда в Японии отмечали 1300-летие свода «Кодзики» [14]. Адаптации в манге подвергается именно мифологическая часть свода. Чаще всего содержание свода передается целиком от сотворения мира до появления первого императора Дзимму, отдельно могут быть представлены сюжеты о его легендарном завоевании древней Японии. Японских богов изображают в образах людей, а их костюмы стилизованы под эпоху Асука (593–710). При этом сохраняются и характерная для манги условность – те же жесты и выражения лиц, что и в других сериях комиксов, которые в большей степени являются графическим кодом, чем реальными образами.

Еще одним примером массовизации с привлечением эстетики кавайи может служить онлайн-карта мифов, где объекты мифологического прошлого соотнесены с современными туристическими местами Японии. Карта находится на информационном портале префектуры Нара, где в древности располагалась первая постоянная столица раннего японского государства. Онлайн-карта была сделана именно с целью популяризации древней истории и мифологии. Сами мифы представлены в виде десяти разделов, где кратко описан тот или иной сюжет в сопровождении иллюстрации в стиле манги и дан список мест с подробным маршрутом, которые с ним связаны [15]. Опять же персонажи мифов изображены условно и без привязки к реалистичности.

За счет эстетики кавайи популяризация мифов идет и в рамках проекта NaraKikiManyo Project [16], инициированного руководством той же префектуры Нара. Проект призван вернуть интерес к древнему прошлому и мифологическому наследию в период юбилейных лет сводов «Кодзики» (712) и «Нихон сёки» (720). В рамках проекта ведется как научно-просветительская, так и развлекательная деятельность. Наиболее интересным примером привлечения эстетики кавайи может служить детская игра карута, сделанная по мотивам японских мифологических сюжетов [17]. Игра сделана по принципу карт ироха карута, где 45 карточек представляют собой картинки с одним из знаков японской слоговой азбуки хирагана, а вторые 45 карточек – короткий текст, поясняющий иллюстрацию и начинающийся с того же знака хираганы, что и на парной карточке с картинкой. Иллюстрации к карточкам выполнены в стилистике манги, сюжеты мифов описаны в виде простых и понятных формул. А если карточки с картинками перевернуть рубашкой вверх, то можно сложить пазл, в который будут вписаны все значимые сюжеты мифа. Знакомый принцип игры и стилистика манги по шкале кавайи вызывают чувство внутренней близости и поднимают настроение.

Представленные выше примеры адаптации японских мифов позволяют выявить следующие характерные черты функционирования мифологического прошлого в современной массовой культуре. Во-первых, массовизация проводится через комиксы манги как культурную матрицу, божества обретают антропоморфные черты и формируются их визуальные образы, что не было характерно для прошлой традиции. Во-вторых, образы божеств выполнены в условном упрощенном стиле и вписываются в эстетический канон, диктуемый категорией кавайи. И в-третьих, если в 1980-е гг. к мифам обращались как к еще одному сюжету для манги, то в последние годы наблюдается повышенный интерес со стороны не только художников, но и муниципальных властей, которые используют принципы кавайи как инструмент популяризации мифологического наследия.

Ссылки и примечания:

1. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-33-01080.
2. Подробнее см.: Язовская О.В. Политический миф о национальной сущности (на примере Императорской Японии конца XIX – середины XX в.) // Известия Уральского федерального университета. Серия 3. Общественные науки. 2014. № 3 (131). С. 33–43.
3. Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры. М., 2012. 357 с.
4. Там же. С. 193.
5. Borggreen G. Cute and Cool in Contemporary Japanese Visual Arts // Copenhagen Journal of Asian Studies. 2011. Vol. 29, no. 1. P. 39–60. <http://dx.doi.org/10.22439/cjas.v29i1.4020>.
6. Hasegawa Yuko. Post-identity Kawaii: Commerce, Gender and Contemporary Japanese Art // Consuming Bodies: Sex and Contemporary Japanese Art. L., 2002. P. 127–141.
7. Исихара Соитиро, Обата Кадзуюки, Канно Каёко. Привлекательный мир «кавайи» // Ниппония : журнал. 2007. № 40. С. 4–9.
8. Там же.
9. Катасонова Е.Л. Указ. соч. С. 103.
10. Магуро Ю. Анатомия манги // Манга в Японии и России. Субкультура отаку, история и анатомия японского комикса. М. : Екатеринбург, 2015. С. 297–334.
11. Торикай Синъити. «Кавайи» – лаборатория // Ниппония. 2007. № 40. С. 18–19.
12. Цит. по: Там же. С. 18.
13. Akatsuka Fujio. Kojiki. Akatsuka fujio no manga koten nyūmo (1). Tokyo, 1983.
14. Niwaneko Moru. Chōraku! Kojiki-koku umikara Nihon kenkoku made manga de yomu rekishi-sho (tankōbon komikkusu). Tokyo, 2012 ; Kōno Fumiyo. Booru-pen kojiki. Vol. 1–3. Tokyo, 2012–2013 ; Kondō Yōko. Koi suru kojiki [tankōbon]. Tokyo, 2012.
15. Kijiki yukari-hi mappu [Электронный ресурс] // Naraken: NaraKikiManyo Project. 2012. URL: <http://www.pref.nara.jp/miryoku/narakikimanyo/yukaritimap/kojiki.html> (дата обращения: 20.11.2017).
16. NaraKikiManyo Project, 2012–2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://www3.pref.nara.jp/miryoku/narakikimanyo/> (дата обращения: 21.11.2017).
17. Kojiki karuta about [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tengudo.jp/kojiki/> (дата обращения: 29.11.2017).