

ISSUE 4 | 2020

GALACTICA MEDIA

JOURNAL OF MEDIA STUDIES



GALACTICA MEDIA

Journal of Media Studies

Academic E-Journal

www.galacticamedia.com

Vol 2, No 4

“Asian Tigers in the Digital Jungles”

Editor: Elina A. Sarakaeva

<https://doi.org/10.46539/gmd.v2i4>



2020

ГАЛАКТИКА МЕДИА

журнал медиа исследований

научный электронный журнал

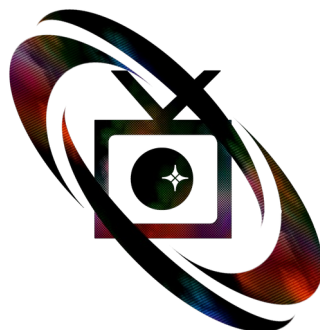
www.galacticamedia.com

Том 2, No 4

«Азиатские тигры в цифровых джунглях»

Редактор: Саракаева Элина Алиевна

<https://doi.org/10.46539/gmd.v2i4>



2020

Dear friends, colleagues, readers and authors!

Galactica Media: Journal of Media Studies is a periodic academic e-journal without printed forms (since 2019). The journal publishes scholastic articles, reviews, information resources, reports of expeditions, conferences and other scientific materials.

This project is a truly ambitious initiative that serves to disseminate scientific intellectual knowledge and information in the field of media and popular culture (history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.) in the modern world community.

It is not for nothing that we used the epithet ambitious, since from the very beginning of its inception and preparation, it really is such. The project was started in 2018 by a small group of enthusiasts, young scientists whose interests lie in the above-mentioned areas of research.

First of all, we have assembled a truly big international team to become the members of our editorial board, people from different parts of our “small global village” called planet Earth, as media culture theorist Herbert Marshall McLuhan put it. Our editors are leading scholars in the field of media and popular culture from Russia, USA, UK, Spain, Austria, Sweden, India, Sri Lanka, China, Malaysia, Ghana.

Therefore, we chose English (the international language of science) and Russian (as the project is an initiative of Russian scientists) as the working languages of the online journal.

Openness, no charge, and peer reviews by leading scholars are the fundamental principles of our project (Ethics). And the digital character of modern international communications made us choose the electronic version of the journal (without physical printing). Based on the above while choosing a platform we preferred an open and free engine called Open Journal Systems, which ideally allows to organize the entire publishing process.

This allowed us to automate each stage of publication through the user registration system.

The names and e-mail addresses entered on the website of this online journal will be used solely for the purposes indicated by the journal and will not be used for any other purposes or passed to other individuals or organizations.

Journal publishes articles on quarterly basis.

Our online edition is devoted to the topical issues in the field of studies of media and mass culture in the broadest coverage of: history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.

The title of the journal was chosen as a reference to the work of the famous theorist of media culture, Herbert Marshall McLuhan, who in his periodization of the invention and assimilation by mankind of mass communications (media) introduced the concept of "Galaxy" (Galaxy of Gutenberg, Galaxy Marconi, etc.).

Aim and Scope

to create a virtual platform for exchange of views and discussions in the field of studies of media and mass culture. We strive to ensure that our network publishing performs an important scientific function – communication and information, which al-

lows not only to accumulate new achievements in this area, but also serves as the basis for new discoveries and insights.

Online edition maintains its principles – to ensure the intercultural dialogue and to reduce the conflict of civilizations. It adheres to the philosophy of non-violence, cultural and religious tolerance. The editorial Board aims at removing language barriers while maintaining respect for the national culture of each nation, residing on the small planet Earth.

All materials submitted to the editors will be carefully selected and sent for double-blind review.

Which does not mean though that any article sent to the editor will be accepted for our online edition. Any unscientific or not based on facts article will be rejected by the editors.

All articles are published FREE, but the fee is not paid to the authors.

**Best regards,
editors**

- ◆ Certificate of registration issued by Roskomnadzor:
ЭЛ № ΦC77-75 215 since 07 march 2019
- ◆ Materials are intended for persons over 18 years old.

Уважаемые друзья, коллеги, читатели и авторы!

Сетевое издание Galactica Media: Journal of Media Studies является периодическим научным изданием, не имеющим печатной формы, и выпускается с 2019 года. В сетевом издании публикуются научные статьи, рецензии, информационные ресурсы, отчеты об экспедициях, конференциях и прочие научные материалы.

Данный проект является поистине амбициозной инициативой, служащей распространению научных интеллектуальных знаний и информации, посвящённых исследованиям в области медиа и массовой культуры (история, культурология, антропология, философия и т.д.) в современном мировом сообществе.

Мы не зря использовали эпитет амбициозный, так как с самого начала его зарождения и подготовки он действительно является таковым. Проект был задуман в 2018 году небольшой группой энтузиастов, молодых учёных, сферой интересов которых оказалась вышеуказанная область научных исследований.

Первым делом мы собрали по-настоящему огромную международную команду, которая представлена в редколлегии сетевого издания и охватывает большинство континентов, как выразился теоретик медиакультуры Герберт Маршалл Маклюэн, нашей «маленькой глобальной деревни» под названием планета Земля. Сюда вошли ведущие учёные в сфере медиа и массовой культуры следующих стран: Россия, США, Великобритания, Испания, Австрия, Швеция, Индия, Шри-Ланка, Китай, Малайзия, Гана.

Поэтому в качестве рабочих языков сетевого издания мы выбрали английский (международный язык науки) и русский (так как проект является инициативой российских учёных).

Открытость, бесплатность и рецензируемость ведущими учёными всех поступающих для публикации материалов являются основополагающими научными принципами нашего проекта (основные этические принципы представлены здесь). А цифровой характер современных международных коммуникаций заставил нас выбрать электронный вариант публикации статей (без физической печати). Исходя из вышеперечисленного в выборе платформы для реализации задуманного, мы остановились на открытом и бесплатном движке под названием Open Journal Systems, который позволяет идеально организовать весь издательский процесс.

Это дало нам возможность автоматизировать каждый этап на пути к опубликованию научных материалов через систему регистрации пользователей.

Имена и адреса электронной почты, введенные на сайте этого сетевого издания, будут использованы исключительно для целей, обозначенных этим сетевым изданием, и не будут использованы для каких-либо других целей или предоставлены другим лицам и организациям.

Мы выходим ежеквартально 4 раза в год.

Сетевое издание посвящено актуальным вопросам в сфере исследований медиа и массовой культуры в самом широком их охвате: история, культурология, антропология, философия и т.д.

Название проекта было выбрано в качестве отсылки к творчеству известнейшего теоретика медиакультуры Герберта Маршалла Маклюэна, который в своей периодизации изобретения и усвоения человечеством средств массовой коммуникации (медиа) использовал понятие «Галактика» (Галактика Гуттенберга, Галактика Маркони и т.д.).

Цель проекта

создание виртуальной площадки для обмена мнениями и дискуссий в области исследований медиа и массовой культуры.

Исходя из цели, мы стремимся к тому, чтобы наше сетевое издание выполняло важные научные функции – коммуникативную и информационную, которые послужат основой для новых открытий и озарений.

Сетевое издание выступает с позиций «идеологии» диалога культур и устранение условий конфликта цивилизаций. Оно придерживается принципов философии ненасилия, культурной и религиозной толерантности. Редакция преследует цель устранения языковых барьеров и уважительного отношения к границам национальной культуры каждого народа, проживающего на маленькой планете Земля.

Все материалы, поступающие в редакцию проходят тщательный отбор и отправляются на двойное слепое рецензирование.

Вместе с тем это не означает, что любая, присланная в редакцию статья, будет напечатана в нашем сетевом издании. Любая антинаучная и не подкрепленная фактологически статья будет отклонена редакторами.

Все статьи публикуются в сетевом издании БЕСПЛАТНО, но и гонорар авторам не выплачивается.

**С уважением,
редакция журнала**

- ◆ Свидетельство о регистрации выдано Роскомнадзором:
ЭЛ № ФС77-75 215 от 07 марта 2019
- ◆ Опубликованные в журнале материалы предназначены для лиц старше 18 лет

Editorial Team

Редакция

Editor-in-Chief

Rastyam T. Aliev

PhD, Associate Professor at the Department of Cultural Studies, Astrakhan State University, Russia

Science editors

Serguey N. Yakushenkov

Dr. Habilitatus in History, Professor of the Department of Foreign History and Regional Studies, Astrakhan State University, Russia

Olesya S. Yakushenkova

PhD, Associate Professor of the Department of Cultural Studies, Astrakhan State University, Russia

Copy editors

Emilia A. Taysina

Dr. Habilitatus in Philosophy, Professor, Professor of the Department of Philosophy and Media Communication of Kazan State Energy University, Russia

Elina A. Sarakaeva

PhD, Hainan Professional College of Economics and Business in Haikou, China

Isabeau Vollhardt

B.A. Philosophy/English University of Washington, Seattle WA, USA

Editorial Board

Aleksander V. Pavlov

Dr. Habilitatus, Associate Professor, Faculty of Humanities / School of Philosophy, HSE, Moscow, Russia

Amador Iranzo

PhD, Universitat Jaume I de Castelló, Communication Sciences, Faculty Member, Spain

Главный редактор

Растям Туктарович Алиев

к. ист. н., доцент кафедры культурологии ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», Россия

Научные редакторы

Сергей Николаевич Якушенков

д. ист.н., профессор, профессор кафедры Зарубежной истории и регионоведения, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», Россия

Олеся Сергеевна Якушенкова

к. филос. н., доцент кафедры Культурологии, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», Россия

Технические редакторы

Эмилия Анваровна Тайсина

доктор философских наук, профессор, профессор кафедры Философия и медиакоммуникации ФГБОУ ВО "Казанский государственный энергетический университет", Россия

Элина Алиевна Саракаева

к. филол. н., Хайнаньский профессиональный колледж экономики и бизнеса Хайкоу, Китай

Изабо Воллхардт

B.A. Philosophy/English Вашингтонский университет, Сиэтл WA, США

Редакционная коллегия

Александр Владимирович Павлов

д. филос. н., Доцент, Факультет гуманитарных наук / Школа философии НИУ ВШЭ, Москва, Россия

Амадор Иранцо

PhD, Университет Жауме I де Кастелло, Коммуникационные науки, Член факультета, Испания

Christophe Duret PhD in French Studies (Université de Sherbrooke), Postdoctoral researcher at Laboratoire universitaire de documentation et d'observation vidéoludiques (Université de Montréal, Canada) and Espaces Humains et Interactions Culturelles (Université de Limoges, France). Lecturer in communication at Université de Sherbrooke, Canada	Кристоф Дюрет PhD по французским исследованиям (Университет Шербрука), доктор наук в Университете лабораторной документации и наблюдательных документов (Университет Монреаля, Канада) и Espaces Humains et Interactions Culturelles (Университет Лиможа, Франция). Преподаватель коммуникации в Университете Шербрук, Канада
David Hesmondhalgh PhD, Professor of Media, Music and Culture School of Media and Communication, University of Leeds, UK	Дэвид Хезмондалш PhD, Профессор Школы Медиа, Музыки и Культуры СМИ и коммуникации, Университет Лидса, Великобритания
Elena V. Khlyscheva Dr. Habilitatus, professor, Head of the Department of Cultural Studies, Astrakhan State University, Russia	Елена Владиславовна Хлыщёва д. филос. н., профессор, зав. кафедрой Культурологии ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», Россия
Gautam Basu Thakur PhD in Comparative Literature with Certificate in Critical Theory from the University of Illinois at Urbana-Champaign, USA. Associate Professor of English, Boise State University, USA	Гаутам Басу Тхакур PhD в сравнительной литературе с сертификатом по критической теории из Университета Иллинойса в Урбана-Шампейн, США. Доцент английского языка, Государственный университет Бойса, США
Ibitayo Samuel Popoola PhD (Political Science, specialization in Political Communication), Department of Mass Communication, University of Lagos, Nigeria	Ибитайо Самуэль Попула PhD (Политология, специализация в области политических коммуникаций), факультет массовых коммуникаций, Университет Лагоса, Нигерия
Joan Copjec PhD, Professor of Modern Culture and Media, Brown University, USA	Джоан Копьек PhD, Профессор современной культуры и медиа, Университет Брауна, США
Konstantin A. Ocheretyaniy PhD, Senior Lecturer at the Department of Philosophy of Science and Technology, St. Petersburg State University, Institute of Philosophy, St. Petersburg State University, Russia	Константин Алексеевич Очеретяный к. филос. н., старший преподаватель кафедры Философии науки и техники, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», Институт философии СПбГУ, Россия
Kwasu Tembo PhD, University of Edinburgh, Independent Researcher, Zimbabwe	Квасу Тембо PhD, Университет Эдинбурга, Независимый исследователь, Зимбабве

Ludmila V. Scheglova Dr. Habilitatus, Professor, Head of the Department of Philosophy and Cultural Studies, Volgograd State Socio-Pedagogical University, Russia	Людмила Владимировна Щеглова д. филос. н., профессор, зав. кафедрой Философии и культурологии, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», Россия
Madina Tlostanova, PhD, Professor of Postcolonial Feminism, Department of Gender Studies, University of Linköping, Sweden	Мадина Тлостанова, д. филол. н., профессор постколониального феминизма Отделения гендерных исследований Университета Линчепинга, Швеция
Maksim V. Kirchanov Dr. Habilitatus, Associate Professor of the Department of Regional Studies and Economics of Foreign Countries of the Faculty of International Relations, Voronezh State University, Russia	Максим Валерьевич Кирчанов д. ист. н., доцент, доцент кафедры Регионоведения и экономики зарубежных стран факультета международных отношений, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», Россия
Natalya B. Kirillova Dr. Habilitatus, Professor, Head of the Department of Cultural Studies and Socio-Cultural Activities, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Russia	Наталья Борисовна Кириллова доктор культурологии, заведующая кафедрой Культурологии и социально- культурной деятельности, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ), Россия
Neeraj Khattri PhD, Associate Professor and HoD Seedling Institute of Media Studies Jaipur National University, Jaipur Rajasthan, India	Нираж Кхаттри PhD, Доцент, Институт медиаисследований, Джайпурский национальный университет, Джайпур, Раджастхан, Индия
Qiao Li Associate Professor in the school of communication and creative arts at KDU University College, Malaysia	Qiao Li Доцент в школе коммуникации и творчества в Университетском колледже KDU, Малайзия
Robert Pfaller Dr. philos., professor of Department of Cultural Studies, University of Art and Design Linz, Austria	Robert Pfaller Доктор философских наук, профессор кафедры культурологии, Университет искусств и дизайна, Линц, Австрия
Stephen Duncombe PhD, Professor of Media and Culture Gallatin School of Individualized Study & Media, Culture and Communication, Steinhardt School New York University, USA	Стивен Денком PhD, Профессор средств массовой информации и культуры Школы индивидуального изучения и медиа, культуры и коммуникации им. Галлатина, Школа Steinhardt, Нью- Йоркский университет, США

Todd A. Comer PhD, Professor of English at Defiance College, USA	Тодд А. Комер PhD, Профессор английского языка в колледже Defiance, США
Todd McGowan PhD, University of Vermont, Department of English, Associate Professor, USA	Тод МакГован, PhD, Университет Вермонта, факультет английского языка, доцент, США
Theodora Dame Adjin-Tettey PhD, Lecturer Faculty of IT and Communication Studies University of Professional Studies, Accra, Ghana	Теодора Даме Аджин-Тетти PhD, Преподаватель факультета информационных технологий и коммуникаций, Университет профессиональных исследований, Аккра, Гана
Valeriy V. Savchuk Dr. Habilitatus, Professor, Department of Cultural Studies, Philosophy of Culture and Aesthetics, Institute of Philosophy, St. Petersburg State University, Russia	Валерий Владимирович Савчук д. филос. н., профессор кафедры культурологии, философии культуры и эстетики Института философии СПбГУ, Россия
Wasana Maithree Herath PhD, Senior Lecturer Department of Management Sciences Faculty of Management Uva Wellassa University, Sri Lanka	Васана Майтри Хэрат, PhD, Старший преподаватель Кафедра наук управления Факультет менеджмента Университета Ува Велласса, Шри-Ланка

CONTACTS

Founder: Limited Liability Company Scientific Industrial Enterprise
“Genesis. Frontier. Science”

Address: 57, Granovskiy St. apt. 2, Astrakhan,
Russia 414 038

Editor-in-Chief

Rastyam T. Aliev

Email: admin@galacticamedia.com

CEO

Rastyam T. Aliev

Email: rastaliev@gmail.com

Journal was founded in 2019

The opinion of the editorial board may not coincide with the opinion of the authors

КОНТАКТЫ

Учредитель: Общество с ограниченной ответственностью
научно-производственное предприятие «Генезис.Фронтир.Наука»

Адрес редакции: 414 038, Астраханская обл., г. Астрахань,
Грановский пер., д. 57, кв. 2

Главный редактор:

Алиев Растям Туктарович

Email: admin@galacticamedia.com

Дирекция журнала

Алиев Растям Туктарович

Email: rastaliev@gmail.com

Журнал основан в 2019

Мнение редколлегии журнала может не совпадать с мнением авторов

Content

ASIAN TIGERS IN THE DIGITAL JUNGLES

Svetlana V. Obolkina The Cyborg's Topos: Europe vs Asia	14
Nikolai B. Afanasov Insects and Rain. Anime beyond Human	35
Serguey N. Yakushenkov & Olesya S. Yakeshenkova Old Wine into New Wineskins: Chinese Vloggers between Tradition and Modernity	52
Shiyu Zheng Chinese Fans' Patriotism Creating Quandary in the Digital Media Era	87
Maksym W. Kyrchanoff Inventing Nostalgia for the "Golden Age" of the National Middle Ages and Fear of the Future	112
Asia A. Sarakaeva Political Philosophy of Chinese Historical TV-Shows	152
Olesya S. Yakushenkova & Rastyam T. Aliev K/J/C-Pop and Images of "Asianness" in the Russian Internet Segment: Webometric Analysis	187

CRITICS & REVIEW

Elina A. Sarakaeva Gods and Demons, Beauties and Zombies: through the pages of Chinese educational magazine "Cultural Heritage of China"	214
--	-----

Содержание

АЗИАТСКИЕ ТИГРЫ В ЦИФРОВЫХ ДЖУНГЛЯХ

Оболкина С. В. Топос «киборга»: Европа vs Азия	14
Афанасов Н. Б. Насекомые и дождь. Аниме за пределами человеческого	35
Якушенков С. Н., Якушенкова О. С. Старое вино в новых мехах: китайские влоггеры между прошлым и настоящим	52
Чжэн Ш. Патриотизм китайских фанатов создает дилемму в эпоху цифровых медиа	87
Кирчанов М. В. Изобретая ностальгию по «Золотому Веку» национального Средневековья и страхась будущего	112
Саракаева А. А. Политическая философия китайских исторических сериалов	152
Якушенкова О. С., Алиев Р. Т. K/J/C-Pop и образы «азиатскости» в российском сегменте Интернет: вебометрический анализ	187

КРИТИКА И РЕЦЕНЗИИ

Саракаева Э. А. Боги и демоны, девы и зомби: по страницам китайского просветительского журнала «Культурное наследие Китая»	214
---	-----



THE CYBORG'S TOPOS: EUROPE VS ASIA

Svetlana V. Obolkina (a)

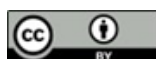
(a) Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences. Yekaterinburg, Russia. Email: obol2007[at]mail.ru

Abstract

This article investigates the topic of posthumanism and the futurological perspective of cyborgization. The research subject was the 'cyborg' mythologeme and its implementation in the *Ghost in the Shell* franchise. The method of topological reflection was used to analyse this piece of mass art as a cultural "unconscious" phenomenon and to formulate the following research question: should cyborgization be treated as a universal phenomenon or does it have any cultural specifics in the Asian and European contexts? The conducted analysis showed that the 'cyborg' mythologeme, though demonstrating topological continuity in the form of cyberpunk, splits into two toposes – Asian and European. Both toposes are characterized by religious attitudes (in their secular manifestation) specific to these cultures. As a result, the cyborg's topos is realized in the form of two futurological plots – phyllidous and theomachic. It is concluded that, at least for the time being, the prediction about a universal global future with erased cultural differences is somewhat premature; the identified plots cannot be realized as a universal developmental perspective due to their conflicting nature. This conclusion can be important for both futurology and a wide range of studies related to the sociocultural specifics of Asia and Europe.

Keywords

cyborg; topos; topological reflection; Asia and Europe; culture; futurology; posthumanism; *Ghost in the Shell*; theomachy; phyllidous plot



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ТОПОС «КИБОРГА»: ЕВРОПА VS АЗИЯ

Оболкина Светлана Викторовна (а)

(а) Институт философии и права Уральского отделения Российской Академии наук.
Екатеринбург, Россия. Email: obol2007[at]mail.ru

Аннотация

Статья посвящена теме постгуманизма и футурологической перспективе киборгизации. Мифологема «киборг» и ее воплощение во франшизе «Призрак в доспехах» выступает предметным полем исследования и анализируется в качестве вторичной интенции. Метод топологической рефлексии позволяет рассматривать это произведение массового искусства как культурное «бессознательное» и поставить главный вопрос: является ли данная футурологическая интенция универсальной или существует специфика азиатского и европейского подхода к киборгизации? Проведенный анализ позволяет утверждать, что мифологема «киборг», демонстрируя топологическую непрерывность в качестве атмосферы киберпанка, все же распадается на два топоса – азиатский и европейский. В этих топосах традируются базовые для этих культур религиозные установки (в их секулярном воплощении); топос «киборга» реализуется в форме двух футурологических «сюжетов» – филлидозного и богоборческого. Таким образом, как минимум на данный момент представление о некоем универсальном глобальном будущем и о «стирании» культурной дифференциации выступает ошибкой прогнозирования; выявленные «сюжеты» не могут быть реализованы в качестве универсальной перспективы развития, поскольку они выступают конфликтующими версиями будущего. Данный вывод может иметь значение как для футурологии, так и для широкого круга исследований, касающихся социокультурной специфики Азии и Европы.

Ключевые слова

киборг; «Призрак в доспехах»; топос; топологическая рефлексия; Азия и Европа; культура; футурология; постгуманизм; богоборчество; филлидозный сюжет



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Современная культура переживает острую стадию футурошока, которым Э. Тоффлер обозначил тревогу человека, столкнувшегося с масштабными изменениями за слишком короткое время (Тоффлер, 2002). Современная стадия футурошока в большей степени связана не с количественной, а с качественной характеристикой изменений. Речь о фундаментальном переходе к принципиально новой, согласно Тоффлеру, эпохе, которая будет характеризоваться «сращиванием» человека с компьютером и машиной как таковой. Д. Лавлок также предсказывает наступление эпохи гиперразумных машин – новацена, в которой человек не просто соединится с машиной, но проиграет историю киборгу (Lovelock, 2019). Трансгуманизм в его европейском варианте озабочен подобной перспективой. Например, Н. Бостром предупреждает, что высока вероятность появления сверхинтеллекта, который выйдет из-под контроля и окажется враждебным по отношению к человеку. Бостром считает такой сценарий наихудшим, однако вполне возможным (Бостром, 2016).

Таким образом, киборг выступает парадигмальной фигурой в ситуации нашей озабоченности будущим. «Киборг является неотъемлемым мифом киберкультуры, метафорой естества, которое стало вместительным всех видов фантазий и кошмаров, касающихся нашего сближения с технологиями», – отмечает Е.С. Щекотова и добавляет: то, «как этот миф будет интерпретирован, зависит от того, какое будущее для человечества мы себе представляем» (Щекотова, 2017, с. 109). Однако думается, что вектор культурного генезиса противоположный: то, как будет интерпретирована мифологема киборга, влияет на выбор футурологической перспективы. Мы «прощупываем» будущее посредством игры с этим мифом, поскольку, как определяет автор «Манифеста киборгов», «Киборг есть конденсированный образ как воображения, так и материальной реальности – два совмещенных центра, структурирующих любую возможность исторической трансформации» (Харауэй, 2016, с. 8).



Но исследование футурологической перспективы подразумевает важный вопрос: говорим мы о некоей универсальной культуре (в духе глобализма) или интенция киборгизации и, соответственно, выбор будущего имеют специфично европейские и азиатские¹ черты?

ПРЕДМЕТ И МЕТОД

Для решения этого вопроса следует найти в первую очередь предмет исследования, поскольку таковым не может выступать сам киборг. Человек с кардиостимулятором уже может считаться киборгом, но нас интересует киборг, каким его изображает фантастика, – которого еще нет и, возможно, никогда не будет. И, во-вторых, нас интересует не сам этот феномен как таковой, а культурный контекст, в который он помещен. Поэтому предмет нашего исследования должен выступать рефлексией культуры, в которой киборг занял ведущие позиции – культуры, которой еще нет и, возможно, никогда не будет.

Введенное схоластикой различие первичных и вторичных интенций позволяет различить напряжение, которое можно отнести к реакции на сам объект, от восприятия самой этой реакции: «Именами вторичной интенции называются те имена, которые налагаются исключительно для обозначения интенций души, являющихся естественным знаками, а также других, произвольно установленных знаков и того, что таковым знакам сопутствует» (Оккам, 2002, с. 21)¹.

Поэтому имеет смысл обратиться ко вторичным интенциям – они рефлексивны и имеют знаковую природу (подобно взгляду на человека посредством взгляда на его фотографию). В искусстве мы имеем дело с изображением, посредством которого киборг уже дан нам, и мы имеем возможность анализировать реакцию на него,

1 Под «Европой» в данном случае мы будем подразумевать культурное единство Старого и Нового света, не затрагивая самих по себе важных различий между ними. Под «Азией» будет подразумеваться восточноазиатская культура и более конкретно – японская, которая на стадии своего осуществления впитала традиции китайской, корейской и т.д. культур. Разумеется, это довольно приблизительная дистинкция, но она играет инструментальную роль для данного исследования.

1 У Оккама так: «Имена вторичной интенции» могут пониматься широко и узко. И при широком понимании именем вторичной интенции называется то, что обозначает интенции души, являющиеся естественными знаками, вне зависимости от того, будет ли таковое обозначать также и произвольно установленные знаки, пока те являются знаками, или нет. И в данном случае то или иное имя первичной интенции и вторичной импозиции может быть именем вторичной импозиции. А при узком понимании именем вторичной интенции называется только то, что обозначает исключительно интенции души, являющиеся естественными знаками».



поэтому именно искусство выступает областью локализации искомого предмета. Речь в этом случае должна идти уже не о концепте, но о мифологеме «киборг».

Среда осуществления этой мифологемы огромна – художественное воплощение киборга представляет собой массив, проанализировать который не представляется возможным. Но в условиях поставленной цели нам важно найти такое воплощение этого образа, в котором сочетались бы как культурно-универсалистские, так и культурно-релятивистские моменты. Только в гомогенной среде можно ставить вопрос о единообразии и искать неоднородности. Этим требованиям очень удачно соответствует франшиза «Призрак в доспехах» (далее «Призрака...»), сформированная восточноазиатскими и европейскими вариантами одного сюжета: рассказ о девушке-киборге и ее миссии в качестве бойца особого подразделения МВД Японии.

В режиме краткого обзора дадим представление о франшизе: в 1989 г. начала выходить манга Масамунэ Сиро (Широ) в жанре научной фантастики «Ghost in the Shell» («Призрак в доспехах»¹). На основе манги в 1991 г. начали выходить фильмы и сериалы. «Призрак в доспехах» режиссера Мамору Осии – полнометражный анимационный фильм по нескольким главам манги – получил мощный зрительский отклик. И, наконец, в 2017 г. в кинокомпании DreamWorks вышел фильм режиссера Руперта Сандерса, приближенный к фильму-аниме Сиро (многие моменты анимационного фильма почти точно воспроизведены кинематографическими средствами). Франшиза «Призрака в доспехах» на этом не заканчивается, но мы вынуждены ограничить наш предмет этими ее центральными «узлами»: манга и аниме (азиатский вариант) и фильм (европейский вариант).

Поставленный нами вопрос требует адекватного метода. Мифологема киборга создана в мировоззренческом пространстве постгуманизма, однако рассматривать «Призрака...» с позиций дискурс-анализа означало бы слушать художественное эхо идей постгуманизма. Мы же хотим услышать в «Призраке...» эхо будущей культуры, поэтому дискурс-анализ будет иметь значение лишь отчасти, отступая в пользу культурологических методов. При этом самым нежелательным методологическим подходом было бы постулиро-

1 Надо сказать, что этот перевод спровоцировал критику, и очень многие авторы и анонимы сети Интернет обосновывают его неадекватность. Доводы в пользу других переводов («дух в оболочке», «призрак в раковине» и т.д.), действительно имеют значение в понимании произведения. Однако мы будем пользоваться закрепившимся переводом, поскольку он также играет смыслообразующую роль.



вание некого набора особенностей культуры в качестве инстанции, задающей тон конкретным произведениям культуры. А именно, исходя из предубеждений о неких особенностях азиатской и европейской культур, характеризовать специфику «Призрака...». Такой методологический ход заведомо исключил бы тот вариант ответа, в котором мы не обнаружили бы различие азиатского и европейского воплощения «киборга» и поэтому должны были бы признать универсальность этой футурологической фигуры. Иным словами, культурная обусловленность не должна навязываться произведению «извне». Она может быть обнаружена лишь как интенция, идущая «изнутри» произведения искусства, выступая неотъемлемым элементом его собственной реальности. Наиболее подходящим для нашей задачи выступает метод топологической рефлексии. Наиболее полно он представлен в работе В. В. Савчука «Топологическая рефлексия» (Савчук, 2012), на которую во многом мы и будем опираться.

История топологического исследования ведет свое начало с античности, когда Аристотелем были заложены основания для развития близких смыслов: 1. Место, *topos*, *τόπος*. 2. В риторике - фигура речи или положение, разделяемое всеми, «общее место». «Если для говорящего тоpos – аспект развертывания текста, то для слушающего это аспект, которого обычно касаются, развивая данную тему. Ключевое слово здесь – “обычно”» (Хазагеров, 2009). Понимание тоposа как «общего места» предполагает наличие тех «всех», кто разделяет какое-то положение относительно погоды или киборга. Эти «все» объединены в тело культуры – не в универсалистском смысле, а в качестве той человеческой общности, которая имеет конкретное место в климатическом, географическом, территориальном смысле. То есть, как подчеркивает В.В. Савчук, в пределах общности выживания. «Топос объединяет место и дискурс, и географические особенности места, и способы коммуникации, и осуществление власти (дискурсивных практик)» (Савчук, 2012, с. 305). Изнутри видит только тот, кто внутри – некий агент знания и видения, который «вырастает» из задач выживания в конкретном месте и времени. Это агент, для которого свойственно «чувство коллективного тела, архаическая синкретичность места, климата, биологического и социального» (2012, с. 312). Этот агент возможен как массовое искусство: для него важны категории общности и архаические установки выживания.



А.В. Федоров ставит вопрос: «Можно ли превратить анализ популярного медиатекста (быть может, даже изначально и рассчитанного на «бездумное» восприятие) в своего рода интеллектуальную игру, направленную на развитие медиакомпетентности?» (Федоров, 2012, с. 14). И, отвечая на него утвердительно, исследователь формирует методологический подход, в котором развивает позиции У. Эко по отношению к «развлекательному» и «потребительскому» жанру: условия рынка (предвосхищающая потребность в определенных темах, героях и образах) выступает в нем важным структуро-содержательным аспектом (2012, с. 15). Для массового искусства сильно «интуитивное угадывание подсознательных интересов публики», а успех у аудитории очень тесно связан с мифологическим слоем произведения. Ключевые для массового искусства жанры всегда опираются на «сильные» мифы». (2012, с. 43-44).

Таким образом, в массовом искусстве мы имеем пространство «массовых ожиданий»; это культурное бессознательное, озабоченное выживанием данного «коллективного тела». Одна из стратегий такого выживания связана с «прощупыванием» будущего с помощью такого «сильного мифа» как «киборг». Философия же может вступить в коммуникацию с этим мифом, осуществляя топологическую рефлексия. Собственно, это самое большое, чем мы располагаем: понятие киборга еще не сформировано ни в отношении содержания, ни в отношении объема. Мы имеем лишь концепт «киборг» – то есть «набор знаний, представлений, переживаний и ассоциаций, который сопровождает то или иное слово» (Соломоник, 1995, с. 41-42), причем в режиме активного накопления. Поэтому так важна рефлексия мифологемы киборга, реализуемая искусством. Онтологические «уловки» массового искусства позволяют «быть» в будущем как в настоящем – вместе с киборгом, чтобы сделать его частью коллективного тела и прочувствовать его радость и боль как свои собственные. Этому способствует в первую очередь форма подачи истории «Призрака...», о которой следует упомянуть особо.

Искусство – это коммуникативная среда, и то, какой медиаязык использован, не безразлично. Поэтому в разговоре о методологических позициях следует подчеркнуть роль медиаархеологии как исследований «способа видеть» (Huhtamo & Parikka, 2011). Предложенная Э. Хухтамо и получившая развитие в том числе у российских исследователей концепция «экранологии» (screenology) подчеркивает важное различие между «оконным» и «экранным»



интерфейсом – и для нас это важно как различие подачи истории «Призрака...» в форме манги, мультипликационного и игрового фильма.

«Экран рассчитан на фронтальное восприятие (в отличие, например, от панорамы). Он существует в нормальном пространстве, пространстве нашего тела, и выступает в роли окна в другое пространство» (Манович, 2012, с. 56). Это может быть пространство вымышленной реальности, но экран позиционирует ее как нечто доступное именно посредством фактора окна и соразмерности; реальность зрителя и реальность изображенного на экране разделяются только рамкой. В случае с аниме и фильмом «Призрака...» это оказывается «окном» в (возможно) будущую реальность, что существенно отличается от подачи информации в манге. Для манги свойственен «оконный интерфейс»: «Оконный интерфейс имеет больше общего с современным графическим дизайном, который рассматривает страницу как набор различных, но одинаково важных блоков данных (текстовых, изобразительных, графических), чем с кино (2012, с. 58). «<...> режим, основывающийся на идентификации зрителя с экранным изображением, достигает своей кульминации в кино, которое идет на крайности, чтобы обеспечить эту идентификацию (большой размер экрана, темнота окружающего пространства), все еще полагаясь на экран (прямоугольную плоскую поверхность) (2012, с. 59). Поэтому «перевод» манги «Призрака...» в фильм имеет большое значение в качестве появления эффекта «окна в реальность».

Дальнейший выбор формы медиа – уже не анимация, но кинофильм – усиливает этот эффект. Л. Манович подчеркивает: «Анимация выдвигает на передний план свой искусственный характер, открыто признавая, что ее образы – это всего лишь представления. Ее визуальный язык в большей мере сближается с графическим, нежели с фотографическим. Этот язык дискретен и намеренно неоднороден» (Manovich, 2001, р. 298). Если мультфильм – это окно-рамка в мир воображения, то игровой фильм выступает рамкой-окном в реальность, даже если это абсолютно фантазмагорическая реальность.

Этой эволюции медиасредств соответствует эволюция того, что можно назвать «топосом киборга», подразумевая под этим нечто более узкое и прицельное, нежели «мифосфера киборга». Мифосфера киборга предполагает очень широкую перспективу темы сраживания человека с чем-то инородным; ее героем может выступать если не кентавр, то уж точно монстр Франкенштейна. Топос киборга



– это пространство «общих мест», значительно более близкое к нам. Э. Хухтамо неслучайно сближает рефлекссию средств и сообщения в категории «топоса». В главе «Разбирая волшебный двигатель – Медиаархеология как исследование топоса» обосновывается, как изображения приобретают статус топоса. Хухтамо обосновывает этот момент ссылками на вечно существующую «культуру аттракционов» (Huhtamo & Parikka, 2011, pp. 27-47). В другой работе он относит к топосам «повторяющиеся сюжетные мотивы» и показывает, что они «являются строительными блоками при формировании культурных традиций. Они демонстрируют как преемственность, так и трансформацию, присущие процессам восприятия и передачи идей», поэтому «мы должны избегать рассмотрения традиционных топосов, как монолитных образований» (Хухтамо, 2017).

Таким образом, топос «киборга» во вселенной «Призрака...» демонстрирует определенную эволюционную линию, которая начинается как «аттракцион»: манга полна эротики и юмора, главная героиня (Мотоко Кусанаги) подчеркнута сексуальна, игрива (что не мешает ей выполнять сложные задания 9-го отдела). Но в аниме этот персонаж уже вряд ли выполняет функцию «развлекательного аттракциона». Осия изображает, если так можно выразиться, серьезного киборга; подчеркнутая сексуальность Мотоко не исключается, но оказывается латентной. Сохранив сюжетную канву манги, режиссер ставит в центр атмосферу киберпанка и экзистенциальную проблему киборга. Рефлексивные моменты усиливаются в фильме, и «Призрак...» 2017 г. выступает полноценной вторичной интенцией по отношению к концепту «киборг», то есть рефлексией над тем, что мы подразумеваем, используя такое «общее место» как «киборг». Что в нас отражается и болит при этом слове/мысли/образе? Умножается отражением именно то, что связано с ресурсами места и выживания, что очень «близко к телу» – коллективному телу конкретной культуры. «Результатом топологической рефлексии является не картина мира, но способ его сохранения, способ выживания в радикально изменившихся условиях». (Савчук, 2012, с. 347). Киборг связан с будущим, поэтому речь о стратегии будущего выживания человечества.

Возможно, именно «киборг» как «знамя» будущей окончательной победы космополитизма и глобализма – один из элементов «склейки» Запада и Востока (Европы и Азии)? Математический смысл топологии сохраняется в топологической рефлексии: топологические свойства фигур – это свойства, остающиеся инвариантными при любых непрерывных деформациях. Если топос «киборга»



один (и глобализация – дело решенное), то мы сможем наблюдать, как при трансформациях «Призрака...» от азиатского к европейскому решению важнейшие положения вторичной интенции останутся константными. Но если это все же разные топосы, мы обнаружим разрывы, свидетельствующие о том, что это разные фигуры со своими собственными константами, сохраняющимися при деформациях временем.

Таким образом, «Призрак в доспехах» – уникальный предмет для препарации, то есть создания некоего «рабочего материала» для топологической рефлексии будущего Азии и Европы. В этом произведении мы имеем дело с единой тканью семиосферы «киборга», сотканной межкультурными заимствованиями, цитированиями и отсылками. В этом нет культурной апроприации, хотя с обеих сторон авторы часто ходят по грани: мангаки цитируют Новый завет, европейский режиссер использует элементы традиционной культуры Японии, но эти отсылки сплавляются в нечто единое, и киборг выступает детищем этого единого пространства, связанного с эстетикой и мировоззрением киберпанка. Поэтому вначале обратим внимание на аспект непрерывности топоса «киборг».

НЕПРЕРЫВНОСТЬ И РАЗРЫВЫ ТОПОСА «КИБОРГ»

То, что «киборг» родом из Японии, не делает его специфично азиатским героем – он в первую очередь герой жанра киберпанк, который оформился в массовой культуре Нового Света. Канадо-американский автор У. Гибсон в соавторстве с Б.Стерлингом создали уже классические для киберпанка произведения. Но при этом киберпанк – это изначально кроссовер, соединяющий японские и европейские мотивы. Многие авторы научной фантастики отмечали, что Япония в 80-е годы была вдохновителем этого жанра – в ней активно проявлялся тренд высоких технологий, создаваемых большими корпорациями. В работе М.В. Шайдулиной характеризуется тот уникальный колорит японской культуры XX в., в котором эстетически обрабатываются тенденции милитаризации и настроения поражения во Второй мировой войне, незаживающая рана атомных бомбардировок и культ высоких технологий (Шайдулина, 2016). Постапокалиптические мотивы становятся новой формой красоты, которая находит отклик по всему миру – не столько в форме заимствования, сколько резонанса с собственными настроениями.

Сама среда комиксов и манги – это также единая среда. Искусство рисованных рассказов традиционно для Японии, сложная письменность которой часто требовала иллюстраций (Пономарева,



2012). Однако манга XX в. – это не только процесс естественной эволюции этой японской традиции, но и заимствований из западной поп-культуры.

Таким образом, мифосферу киборга невозможно «разделить» между Азией и Европой. Само слово появилось в комиксе издательства «DC Comics» (№ 26, октябрь 1980, авторы М. Вольфман и Д. Перес), но популярность получил не первый киборг-персонаж («Вик»), а, в первую очередь, киборг из «Призрака...».

Киборг «Призрака...» – это особый киборг¹ в мире, где подавляющее большинство людей оснащены интерфейсом, позволяющим подключаться к сети без технологических посредников, посредством собственного мозга. Соответственно, это выступает основой интриги и драмы: мозг людей постоянно «взламывается» злоумышленниками, и 9-й отдел расследует случаи подобного взлома. В ходе одного из них Мотоко со своей группой вступают в противостояние с неуловимым хакером Кукловодом – как выясняется, сущностью, рождённой из информационной среды и скрывающейся в разных телах-оболочках: «Я живое мыслящее существо, появившееся в мире информации», – говорит о себе Кукловод.

Таким образом, атмосферу киберпанка и киборга как главного его персонажа можно считать тем топологическим элементом, который ответственен за непрерывность. Идеи трансгуманизма, связывающие воедино европейские и азиатские «нити», формируют транснациональную ткань топоса «киборг». Мы не утверждаем, что киборг в реальности будет похож на Мотоко, но можно утверждать, что «азиатский» и «европейский» вариант киборга будет морфологически универсален. Однако мы не можем игнорировать, что среди неизбежных фактурных и сюжетных различий всех произведений франшизы «Призрака...» есть такие детали, которые «рвут» эту единую ткань. Не всякие различия выступают линиями разрыва, их следует еще найти.

В первую очередь обратим внимание на отсылку к европейской культуре, которую сознательно делает автор манги. Название «Ghost in the Shell» отсылает к заглавию труда А. Кестлера «Ghost in the Machine» – который, в свою очередь, выбирает это название, чтобы полемизировать с дискуссией Г. Райла с картезианством. В свое время Райл критиковал дуализм сознания и тела, иронично называя эту позицию «призраком духа в машине» и считая понятие «души» вообще лишней категорией.

1 Киборг, чье тело за исключением головного и спинного мозга полностью синтетическое.



Кестлер заимствует фразу Райла для названия собственной книги (*"Ghost in the Machine"*), в которой выдвигает версию, отличную как от позиции Райла, так и вообще от принципа физического монизма, но при этом он не приветствует и картезианский дуализм. Согласно Кестлеру, душа как некая нематериальная сущность порождается живым телом и неразрывно связана с ним; у всех живых существ есть душа в том или ином виде.

Поэтому стоит озаботиться одним неочевидным вопросом: кто же является Призраком в доспехах? Если следовать логике Кестлера, которая, по всей видимости, близка автору манги, душа не помещается в тело, но порождается телом. Поэтому это не может быть Мотоко – ведь ее человеческая душа (живой мозг) как раз помещена в оболочку (синтетическое тело). Кукловод – точнее, «Проект 25-01», как он сам себя называет, – имеет гораздо больше прав на эту метафору: он есть та «душа», которая самоорганизовалась в ходе экспериментов по созданию киборгов нового типа. Но все же эта «душа» не порождена телом. Как говорит сам Кукловод, он – еще не завершенная / несовершенная сущность, поскольку для него недоступны основные функции живого: репродукция и смерть.

В этом моменте мы обнаруживаем тот сюжетный разрыв между японским фильмом-аниме (1995) и американским фильмом (2017), который становится топологическим разрывом.

В аниме человеческая «призрак-душа» Мотоко сливается с сущностью Кукловода. На этот союз уже изначально намекает звучащий в ключевые моменты саундтрек, без которого невозможно представить атмосферу «Призрака...»: снова и снова звучит «Бог спускается для свадьбы...». В результате союза-слияния Мотоко и Кукловода рождена «новая душа». «Новорожденная» и есть «душа» в кестлеровском понимании; причем она воплощает собой новый виток эволюции и завершение этапа эволюционного приоритета человека. В ходе кульминационной борьбы (в заброшенном музее естественной истории) взгляд зрителя «отвлекается» на изображение некоего эволюционного дерева, где тупиковые ветви – это виды рыб и головоногих, а на вершине – надпись «*hominis*», которую разбивают пули. В интервью 1993 г. М. Сиро говорит: «Человек не может жить в Эдеме, который он всегда желал; только биоинженерное совершенство способно на это. Чтобы человечество стало совершенным, человек больше не может быть человеком» (Ledoux, 1993).



Этого пафоса эволюционного обновления нет в американском фильме (европейском топосе «киборга»): нет изображения древа, нет «свадьбы» Мотоко и Кукловода, как и их «ребенка» – новой сущности. Героиня фильма воплощает, по сути, такое понимание фразы “Ghost in the Shell”, какое вкладывал в нее Райл, а не Кестлер: возомнившие себя «богами» инженеры корпорации Hanka Robotics, «заперли» человеческую душу в тело, представляющее собой военные «доспехи». Поэтому в европейском топосе «киборга» акцентирован момент, который обходит стороной аниме: драма не киборга, но человека, превращенного в киборга. Мира Киллиан – такое имя дано Мотоко, забывшей свое человеческое прошлое, – выясняет, что в своей человеческой ипостаси она была членом группы сопротивления, выступающей против деятельности Hanka Robotics. Там, где в аниме с восторгом говорится о слиянии Мотоко и Кукловода и рождении их «ребенка», в европейском фильме говорится о продолжении сопротивления во имя справедливости.

Поэтому мы можем утверждать, что для топоса «киборга», который демонстрирует непрерывность, разрывы все же играют ключевую роль. Следует говорить об азиатском и европейском топосах «киборга» и, соответственно, о разных футурологических интенциях даже в условиях такой задачи-утопии, в которой, казалось бы, нет места культурной специфике, ведь мир киборгов – это мир синтетического универсализма. Но такова была бы логика размышления о *концепте* «киборг», тогда как в *топосе* «киборга» осуществляется различие. В этом смысле «топос» пересекается с «фюсис», которая у Аристотеля означает живую форму роста (это значение сохраняет соответствующий анатомический термин, обозначающий «точку роста» кости). «Призрак...» – это одна из таких точек роста, то «общее место», в котором, как мы могли увидеть, азиатская и европейская специфика не отбрасывается, но подтверждается в качестве эффекта драмы.

В европейском топосе «киборга» мы наблюдаем драму киборга, который возвращает себе себя в борьбе за неприкосновенность человеческой души с зарвавшимся «творцами». Драма «азиатского киборга» связана с неполнотой воплощения: Мотоко ощущает полноту существования, лишь слившись с Кукловодом и получив продолжение в качестве некой новой сущности в оболочке ребенка;



только преодолением прежних форм «несовершенства» – Мотоко и Кукловода – обретается разрешение драмы. Весь фильм Мамору Осии можно рассматривать как прощание с человечеством¹.

Таким образом, если мы утверждаем, что топосы – это выбор культуры, то следует задать следующий вопрос: что конкретно подтверждается азиатским и европейским топосами «киборга» кроме гетерогенности как таковой?

«Киборг» – это топос, «прощупывающий» постгуманистический вариант будущего. При этом, напомним, топос связан с выживанием. Для нас естественно думать, что, ставя вопрос о выживании, человек говорит о способности сохранить свое собственное существование. Но для него может быть важнее сохранить культуру, традируя в будущее ее базовые основания. Поэтому наличие разных топосов «киборга» в, казалось бы, единой перспективе постгуманистического будущего говорит о том, что культура Европы и Азии, если и увидит путь постгуманизма своим, то, определенно, это будут разные дороги.

ТОПОС «КИБОРГА»: ФИЛЛИДОЗНЫЙ ИЛИ БОГОБОРЧЕСКИЙ СЮЖЕТ?

Какие же базовые характеристики культуры требуют сохранения, если обратиться к различиям азиатского и европейского топосов «киборга»? По всей видимости, даже вполне атеистический и секулярный характер произведения искусства продолжает решать ту часть задачи выживания, которая изначально создавала различие культур и отвечала за нуминозный опыт. При этом важно подчеркнуть: постгуманистическое решение по определению бунтарское – это бунт против участи быть человеком. Но при этом сам этот «богоборческий» бунт укрепляет то или иное понимание божественной реальности.

Для европейского менталитета киборг, будучи изделием, лишь берет душу «взаймы» у человека: «именно человек закладывает в киборга программы, даже если они содержат концепцию самосовершенствования подобного организма» (Малькова, 2018, с. 89). Для азиатского менталитета это вовсе не очевидно. Сам создатель манги поясняет: «Религиозный подход в моей работе, вероятно, ближе

1 В рецензиях часто встречаются сетования на обилие «лишних» кадров – когда взгляд зрителя как бы бесцельно блуждает по городскому пейзажу под вечным дождем, выхватывая «картинки» обычной жизни людей в их разрушающемся мире. Именно в эти моменты в фильме полностью звучит незабываемое музыкальное сопровождение – песня, в которой говорится о свадьбе, и о том, что «вечерняя птица поет свою последнюю песню». Думается, это отнюдь не лишние «зарисовки» – это тема прощания, данная по-японски немногословно, точными и почти прозрачными штрихами.



всего к анимизму. Когда я говорю “религия”, я не имею в виду, что миром управляет некий Всемогущий “Бог”; я имею в виду “богов” в смысле сил природы» (Schodt, 2013).

Для азиатского менталитета ближе позиция анимизма, следовательно всего представленная в японской культуре: всякая вещь имеет то, что в японском языке обозначается как «тама» и «кокоро» (Матвеев 2012, Татарская 2002), переводимые как «сердце» или «душа». «Тама» может «отсоединиться» и улетать, тогда как «кокоро» – это некая более крепкая связь с бытием: неотъемлемое и неутрачиваемое свойство сознания. Можно допустить, что сущность, порожденная Мотоко и Кукловодом, получила «сердце»-«кокоро», и важность этого изменения не нужно объяснять японцам. Поэтому так важна драма Мотоко как боль недо-воплощения, незаконченности. Когда Мотоко сливается с Кукловодом, это означает достижение почти божественного уровня совершенства.

Ни для синтоизма, ни для буддизма или даосизма нет непроницаемости между миром людей и богов (это специфика восточно-азиатского политеизма). Например, в крайне ритуализованной магии оммёдо, или в боевом искусстве, достаточно овладеть необходимой техникой и уровнем, чтобы человек стал практически равен богу. Азиатское искусство изобилует сценами теомеханики: сражаясь с богами, человек демонстрирует не столько непослушание, сколько уровень совершенства в боевом искусстве (или другой форме деятельности). И если он когда-нибудь «перерастет» в своих практиках самосовершенствования собственную родовую сущность, то так тому и быть. Для азиатского топоса «киборга» нет бунта, есть лишь трансгрессия из несовершенного в совершенное состояние. Поэтому азиатский топос (его определенный экстремум в японском варианте) видит в киборге, по сути, вариант филлидозного сюжета¹.

Человечество оказывается только промежуточным этапом к совершенному существу-киборгу без органической составляющей². Мотоко (Мира) принадлежит корпорации и должна «отработать» свое высокотехнологичное тело – то есть киборг нового типа создан для обслуживания целей человека. Но совершается инверсия, и созданное начинает использовать создателя: «Новорожденная», подобно Филлиде, «оседлает» человеческую культуру, превратив ее в свою среду обитания (сети и производство кибернетических тел, которые можно использовать в качестве одной из форм присут-

1 Речь идет о распространенной (особенно в Средние века) притче и сюжете изобразительного искусства: о том, как гетера Филлида прокатилась верхом на спине Аристотеля, подстегивая его хлыстом.

2 Д. Лавлок говорил именно о таком киборге.



ствия). Киборг делает это, возможно, не без «хлыста», но все же – как и в притче о Филлиде – почти играючи. Ведь азиатская культура всегда предпринимала серьезные социально-культурные и философско-религиозные усилия для формирования навыка принятия смерти.

Для восточноазиатской культуры в этом процессе огромное значение имело представление о карме и эволюция этой буддийской идеи (Brian, 2007). Например, как говорил японский идеолог Томомацу Энтай в своей работе, призванной утешить военных вдов, смерть – это последовательная работа кармы; ни война, ни несчастный случай не сделают так, чтобы кто-то прожил меньше, чем он мог бы прожить в соответствии со своими действиями в прошлых жизнях. Несмотря на критику самими буддийскими мыслителями социально-политического применения такого понимания кармы, именно оно оказывается лидирующим в массовых представлениях о «мужестве к смерти». Г. Чхартшвили приводит в качестве эпиграфа к главе «Самоубийство по-японски» слова Томомацу Энтай: «От этого вся европейская культура однобока, она перекошена в сторону жизни» (Чхартшвили, 2007). Пользуясь тезаурусом Энтай, Азия могла бы сказать: человечество как вид не проживет больше, чем может прожить (сообразно своим прежним преступлениям); следует просто принять неизбежное. Поэтому в топосе «киборга» тоска прощания с уходящим миром человеческой культуры искупается радостью приобретения «богоравного» онтологического уровня.

Эти интуиции принципиальным образом отличаются от богоборчества в теистической традиции Европы, где борьба с Богом не означает возможности померяться силами. В теистической традиции богоборчество всегда экзистенциально и вряд ли менее религиозно, чем самые высокие образцы религиозного мироотношения – вспомним самых известных богоборцев: Иакова и Иова. Это Богоборчество как ропот создания, направленного к Создателю по поводу бед и ограничений, связанных с участием тварного существа. Но это и отстаивание статуса человека – ведь боль человека выступает мерилем совершенства Бога.

Киборг Мира борется со своими создателями, забравшими у нее возможность быть человеком. «Они меня создали... Ты правда считаешь их невинными?» – говорит она доктору Уэллет перед началом битвы с корпорацией. Киборг Кукловод рассказывает: «Я был еще в сознании, когда они отделили мое сознание и выбросили меня как мусор...» Когда он зовет Миру в его сеть («Вместе мы смо-



жем отомстить») – то есть, по сути, предлагая окончательный апгрейд постчеловеческого уровня, – Мира-Мотоко отказывается, предпочитая сохранить в синтетическом теле человеческую душу. Таким образом, результат рефлексии европейского топоса «киборг» позволяет предположить иную стратегию киборгизации, нежели в азиатском топосе. Принятие киборгизации для европейского менталитета не означает отмены приоритета статуса человеческой сущности перед синтетическим существом. Можно даже прогнозировать ситуацию перманентного противостояния: человек будет настаивать на том, что киборг – это все-таки онтологически-вторичное существо, чья сущность связана с обслуживанием человека. Но киборг предсказуемо взбунтуется – «по образу и подобию» своего создателя. Можно сказать, что для европейского топоса мифологема «киборга» – это лишь еще один повод рассказать о своем бунте.

Донна Харауэй, знаменитый автор киберфеминизма о богоборчестве говорит прямо:

«Этот текст – попытка выстроить ироничный политический миф, преданный феминизму, социализму и материализму. Возможно, более преданный в том смысле, в каком преданным оказывается богохульство, а не религиозное преклонение или идентификация. Для богохульства, кажется, всегда требовалось принимать вещи крайне серьезно. <...> Богохульство защищает от морального большинства внутри и в то же время настаивает на необходимости сообщества. Богохульство – это не отступничество» (2016, с. 7).

«Современная машинерия – непочтительное божество-выскачка, насмехающееся над вездесущностью и духовностью Отца» (2016, с. 10).

Человек создает из себя киборга – монстра, который выступает квинтэссенцией безграничности, отрицания любых форм ограничений. Для Харауэй путь киборга – это тактика God's trick («обмануть Бога»).

Еще одним подтверждением богоборческой природы киборга в его европейском звучании является концепция «киберготики» Ника Ланда. Киборгу свойственна «машинная» природа, но под «машиной» в философии Ланда (развивающем позиции Арто, Делеза и др.) подразумевается отнюдь не просто технический арт-объект. «Машинизм» – это способность безначального производства, когда в «осиротевшем космосе» вне контроля и попечения осуществляется «самопроизводство реального» (Ланд, 2018, с. 59). «Машина» – это не противоположность органике, но противоположность вечному беспокойству само-сбережения, свойственное



«телу с органами» – то есть такой целостности, для которой жизнь выступает задачей остаться системой органов. Для Ланда киборги – это и репликанты, и люди будущего; они «машины» в том смысле, что им неведома паранойя самосбережения и рассудительности. Они отбросили всякое упование на Бога, логику («логика, в конце концов, это теология – и при том с самого начала» (Ланд, 2018, с. 39)) и планирование. «Планирование – это креационистский симптом упрощенных программных модулей; оно ассоциируется с властью, традицией и подавлением, то есть со всем тем, что подчиняет будущее прошлому» (Ланд, 2018, с. 39)

Киборг у Н. Ланда – это воплощение самой стихии неукротимой жизни, «либидинального материализма», близкого к тому, что описывает «темный витализм» Б. Вударта в концепции «грибовидной жизни» (Вударт, 2016)¹. «Органическое» Вударта и «киберготическое» Ланда очень близки в качестве актора противостояния свободы самоосуществления «оседлым командным цепям иерархического представления» (Ланд, 2018, с. 62).

ВЫВОДЫ

Таким образом, «киборг» может быть понят как тематизация не только проблемы слияния машины и человека, но и как конфликт футурологических перспектив. Это соперничество укрыто от прямого взгляда конкретикой технологического развития, социально-юридического регламентирования и дискурсивного осмысления сущности киборга. Искусство обладает способностью уводить «на глубину» проблемы, связанной с киборгизацией, подтверждением чему выступает «Призрак в доспехах». Эта франшиза – уникальный топос как «общее место», в котором посредством мифологии киборга апробируются различные футурологические интенции. Топологическая рефлексия показывает, во-первых, «ошибку прогнозирования» проекта глобализации: базовые разрывы сохраняются при, казалось бы, гомогенном пространстве интереса. Во-вторых, становится понятно, что эти разрывы проходят по линиям религиозной гетерогенности. Поэтому солидарность в деле культурной унификации – только верхний слой, под которым активны пласты древней конкуренции. В процессе киборгизации (если таковой путь будет выбран человечеством) главной интригой окажется выбор футурологического сюжета, один из которых пред-

1 Это в значительной степени касается работы Н.Ланда «Радоваться до смерти» (Ланд, 2019).



полагает наше мужественное само-умаление в пользу более совершенного существа, а другой, по сути, перманентную войну, в которой всегда будет отстаиваться человеческое начало.

Список литературы

- Brian, V. (2007). Karma, War and Inequality in Twentieth Century Japan. *The Asia-Pacific Journal*, 5(5). Retrieved from <https://apjpf.org/-Brian-Victoria/2421/article.html>
- Huhtamo, E. & Parikka, J. (2011). *Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications*. University of California Press Berkeley and Los Angeles, California; University of California Press, Ltd. London, England.
- Ledoux, T. (1993). Masamune Shirow, Interviewed by Trish Ledoux. *Listification*. Retrieved from <http://listification.blogspot.com/2015/05/masamune-shirow-interviewed-by-trish.html>
- Lovelock, J. & Appleyard, B. (2019) *Novacene: The Coming Age of Hyperintelligence*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts
- Manovich, L. (2001). Digital cinema and the history of moving image. In *The Language of New Media* (pp. 293-308). MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Schodt, F. (2013). *An Interview with Masamune Shirow*. Retrieved from <http://www.-jai2.com/MSivu.htm>
- Бостром, Н. (2016). *Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии*. Москва: Манн, Иванов, Фербер
- Вудард, Б. (2016). *Динамика слизи. Зарождение, мутация и ползучесть жизни*. Пермь: Гиле Пресс.
- Ланд, Н. (2018). *Киберготика*. Пермь: Гиле Пресс.
- Ланд, Н. (2019). *Дух и зубы*. Пермь: Гиле Пресс.
- Малькова, Т.П. (2018). Киборгизация: онтологические проблемы исследования. *Грамота*, 3(89), 87–92. Doi: 10.30853/manuscript.2018-3.16
- Манович, Л. (2012). Археология компьютерного экрана. В К. Э. Разлогов (Ред.), *Экранная культура. Теоретические проблемы* (с. 55–76). Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин.
- Матвеев, В.А. (2012). Специфика японского понимания истины (макото) и феномен истинного сердца (магокуро). *Ойкумена*, 3(22), 145–150.
- Оккам, У. (2002). *Избранное*. Москва: Едиториал УРСС.
- Понаморёва, Ю. В. (2015). Аниме как отражение японской культурной идентичности. *Молодой ученый*, 9 (89), 1298-1300. Получено из <https://moluch.ru/archive/89/18048/>
- Савчук, В. В. (2012). *Топологическая рефлексия*. Москва: Канон + РООИ «Реабилитация».



- Соломоник, А. (1995). *Семиотика и лингвистика*. Москва: Молодая гвардия.
- Татарская, Д.А. (2017). Концепт «сердце» («кокоро») в традиционной японской культуре: философско-культурологический анализ. *Грамота*, 6 (80), 170-173. Получено из <https://www.gramota.net/materials/3/2017/6-1/46.html>
- Тоффлер, Э. (2002). *Шок будущего*. Москва: «Издательство АСТ».
- Федоров, В.А. (2012). *Анализ аудиовизуальных медиатекстов*. Москва: МОО «Информация для всех». Получено из <https://ifap.ru/library/book523.pdf>
- Хазагеров, Г. (2009, март 12). *Топос vs концепт*. Получено из <http://www.khazagerov.com/pragmatica/82--vs-.htm>
- Харауэй, Д. (2016). *Манифест киборгов: наука, технология и социалистический феминизм 1980-х*. Москва: «Ад Маргинем Пресс»
- Хухтамо, Э. (2017, февраль 14). По ту сторону медиума. Искусство, наука и воображаемое технокультуры. *Артгид*. Получено из <https://artguide.com/posts/1190#footnote-14>
- Чхартисвили, Г. (2007). *Писатель и самоубийство*. «Abecca Global Inc».
- Шайдулина, М. В. (2016). Киберпанк в японском кинематографе. *Вестник Томского государственного университета*, 1(21), 74–82.
- Щекотова, Е.С. (2017). Техноромантизм и киберготика в литературном жанре киберпанка. *Studia Culturae*, 33, 108-116

References

- Bostrom, N. (2016). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. Moscow: Mann, Ivanov, Ferber (In Russian).
- Brian, V. (2007). Karma, War and Inequality in Twentieth Century Japan. *The Asia-Pacific Journal*, 5(5). Retrieved from <https://apjpf.org/-Brian-Victoria/2421/article.html>
- Chkhartishvili, G. (2007). *Writer and Suicide*. Abecca Global Inc. (In Russian).
- Fedorov, V.A. (2012). *Analysis of audiovisual media texts*. Moscow. Retrieved from <https://ifap.ru/library/book523.pdf> (In Russian).
- Haraway, D. (2016). *The Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist Feminism of the 1980s*. Moscow: Ad Marginem Press. (In Russian).
- Huhtamo, E. (2017, February 14). *On the other Side of the Medium. Art, Science and the Imaginary Technoculture*. Retrieved from <https://artguide.com/posts/1190#footnote-14> (In Russian).
- Huhtamo, E. & Parikka, J. (2011). *Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications*. University of California Press Berkeley and Los Angeles, California; University of California Press, Ltd. London, England.
- Khazagerov, G. (2009, March 12). *Topos vs concept*. Retrieved from <http://www.khazagerov.com/pragmatica/82--vs-.htm> (In Russian).



- Land, N. (2018). *Cybergothic* (In Russian).
- Land, N. (2019). *Spirit and Teeth*. Permian: Gile Press (In Russian).
- Ledoux, T. (1993). Masamune Shirow, Interviewed by Trish Ledoux. *Listification*. Retrieved from <http://listification.blogspot.com/2015/05/masamune-shirow-interviewed-by-trish.html>
- Lovelock, J. & Appleyard, B. (2019). *Novacene: The Coming Age of Hyperintelligence*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts
- Mal'kova, T (2018). Cyborgization: ontological Problems of the Research. *Gramota*, 3(89), 87 – 92. Doi: 10.30853/manuscript.2018-3.16
- Manovich, L. (2001). Digital cinema and the history of moving image. In *The Language of New Media* (pp. 293-308) MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Manovich, L. (2012). An Archeology of a Computer Screen. In K. Razlogov (Ed.), *Screen culture. Theoretical problems* (pp. 55–76). St. Petersburg: Dmitry Bulanin. (In Russian)
- Matveenkov V.A. (2012). The specificity of Japanese understanding of truth (makoto) and the concept of True Heart (magokoro). *Ojkumena* 3 (22), 145–150. (In Russian).
- Ockham, W. (2002). *Favorites*. Moscow: Editorial URSS. (In Russian).
- Ponamoreva, Yu. (2015). Anime as a Reflection of Japanese Cultural Identity. *Young Scientist*, 9 (89), 1298-1300. Retrieved from <https://moluch.ru/archive/89/18048> (In Russian).
- Savchuk, V. V. (2012). *Topological Reflection*. Moscow: Canon + ROOI "Rehabilitation" (In Russian).
- Schodt, F. (2013). *An Interview with Masamune Shirow*. Retrieved from <http://www.-jai2.com/MSivu.htm>
- Shaidulina M.V. Cyberpunk in Japanese cinema: specific thematic interpretation, artistic and imaginative solutions. *Tomsk State University*, 1 (21), 74–82. (In Russian)
- Shchekotova, E.S. (2017). Techno-romanticism and Cyber Gothic in the Cyberpunk Literary Genre *Studia Culturae*, 33, 108–116 (In Russian)
- Solomonik, A. (1995). *Semiotics and Linguistics*. Moscow: Molodaya gvardiya. (In Russian).
- Tatarskaya, D. A. (2017). Concept "Heart" ("kokoro") in traditional Japanese Culture: a philosophical and cultural Analysis. *Gramota*, 6 (80), 170-173. Retrieved from <https://www.gramota.net/materials/3/2017/6-1/46.html> (In Russian).
- Toffler, E. (2002). *Future Shock*. Moscow: AST (In Russian).
- Woodard, B. (2016). *Slime Dynamics: Generation, Mutation, and the Creep of Life*. Permian: Gile Press (In Russian).



INSECTS AND RAIN. ANIME BEYOND HUMAN

Nikolai B. Afanasov (a)

(a) Social Philosophy Department, Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences.
Moscow, Russia. Email: n.afanasov[at]gmail.com

Abstract

The author refers to the empirical material of Japanese animation on the example of the works of Hayao Miyazaki ("Princess Mononoke", "Nausicaä of the Valley of the Wind") and Makoto Shinkai ("Weathering with You") in order to demonstrate how the discourses of new materialism are reflected in anime. The author problematizes the non-Western approach to the ratio of natural/human in the works of animators, showing that Japanese popular culture has been and continues to be at the forefront of artistic interpretation of new ideas in philosophy. The aim of the research is to articulate the view of Japanese animation on the agency of the material and to demonstrate the author vision of the problem of the relationship between humankind and the natural world. As a result, it was shown that Japanese animation, while maintaining its connection with traditional culture and having no background of European Enlightenment thought, often refers to the key themes of the new materialism. This appeal itself has an original character, which is embodied both on the visual and narrative levels. In contrast to traditional Western animation, anime does not seek to humanize the surrounding world and make it a pleasant place to live but demonstrates its fundamental independence and alienation from human morality. As a logical continuation of the logic of non-human, the author sees the theme of the Apocalypse, which is organically inscribed in the anime, as the quintessence of the relationship between man and nature.

Keywords

New Materialism; Social Theory; Anime; Cultural Theory; Apocalypse; Nature; Matter; Social Philosophy; Hayao Miyazaki; Makoto Shinkai



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



НАСЕКОМЫЕ И ДОЖДЬ. АНИМЕ ЗА ПРЕДЕЛАМИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО

Афанасов Николай Борисович (а)

(а) Сектор социальной философии, Институт философии РАН. Москва Россия.
Email: n.afanasov[at]gmail.com

Аннотация

Автор статьи обращается к эмпирическому материалу японской анимации на примере работ режиссёров Хаяо Миядзаки («Принцесса Мононоке», «Навиская из Долины ветров») и Макото Синкай («Дитя погоды»), чтобы продемонстрировать, как дискурсы нового материализма находят своё отражение в аниме. Выявляется не-западный подход к соотношению природного / человеческого в произведениях аниматоров, показывается, что японская популярная культура находилась и продолжает оставаться в авангарде художественной интерпретации новых идей в философии. Обозначается взгляд японской анимации на агентность материального, указывается на авторское, режиссёрское видение проблемы взаимоотношения человека и мира. Делается вывод, что японская анимация, сохраняя связь с традиционной культурой и не имея в истории своей мысли европейского Просвещения, часто обращается к ключевым сюжетам нового материализма. Оно носит оригинальный характер, это проявляется как на визуальном, так и на сюжетном уровнях. В противовес традиционной западной мультипликации аниме не стремится антропоморфизировать, сделать окружающий мир приятным местом обитания, но манифестирует его принципиальную независимость и отчуждённость от людской морали. Логичным продолжением идеи не-человеческого видится органично вписанная в аниме тема апокалипсиса как квинтэссенции отношения человека / природы.

Ключевые слова

новый материализм; социальная теория; аниме; культурная теория; Апокалипсис; природа; материя; социальная философия; Хаяо Миядзаки; Макото Синкай



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Внимание к «странности (*weirdness*) окружающего мира» (Вилейкис, 2019, стр. 1) становится всё более распространённым в современной философии. В последние десятилетия появилось несколько теорий, обращающихся к агентности материального мира, которые объединяет общая концептуальная рамка: объектно-ориентированная онтология, акторно-сетевая теория (Писарев, Астахов, Гавриленко, 2017), спекулятивный реализм (Писарев, Морозов, 2019), новый материализм и др. Их смысловое единство, для простоты, мы бы сформулировали так: «материя имеет значение (*matter matters*)». И это значение не обязательно зависит от человека. Речь идёт о критике наиболее распространённых в истории мысли и вообще в истории подходов к объектному миру. Последние, как правило, исходят из того, что именно человеческое восприятие и человеческая жизнь придают вещам смысл. Вещи становятся *окружающими* человека, теряют в его представлениях присущую им независимость.

Наивно полагать, что философы – за некоторыми важными исключениями – не знали о том, что вещи могут существовать без человека. Впрочем, какое людям дело до таких вещей? То, что лежит за пределами человеческих смыслов, лежит за пределами человеческого вообще. Та философская традиция, к которой мы обращаемся в данной статье, предлагает переосмыслить – а, возможно, и впервые по-настоящему сделать предметом мышления – то, что лежит за пределами человеческого. Для этого может быть по меньшей мере несколько важных причин. Самой очевидной из них будет попытка преодолеть инструментальное отношение к *окружающей* среде. Исходя из анализа самого определения, становится ясным, что природа по умолчанию подчинена человеку, вокруг деятельности которого она обращается. Однако и сам человек является частью природы, о чём необходимо помнить. Американский политический теоретик и философ Джейн Беннетт пишет о том, что происходит, когда мы забываем об этом: «...образ мёртвой и полностью инструментализированной материи питает нашу гордыню и наши потребительские фантазии, и грёзы о завоеваниях, которые имеют разрушительные последствия для Земли» (Беннетт, 2018, стр. 9–10).

Приведённое выше замечание иллюстрирует, что природа обращения к тому, что лежит за пределами человеческого, достаточно проста. Мы могли бы обобщить этот подход, соотнеся его с экоповоротом в философии второй половины XX века, который



упраздняет оппозиции определения природы как противостояния искусственного / естественного, дикого / окультуренного (Dussault, 2016, р. 5–7). Указание на то, что человеческая рациональность и инструментальное отношение к окружающему миру ставят под угрозу само существование людей, давно стало распространённым ходом мысли в теории. Но к началу третьего десятилетия XXI века эта стратегия не дала ощутимых результатов. Идея решить проблемы, порождённые антропоцентризмом и рационализмом, при помощи лишь большей степени реализации заложенных в них принципов выглядит заманчивой, но заставляет усомниться в своей эффективности. Указание на это является ещё одним смыслом нового материализма. Последнее делает его попыткой представить мир по-другому, что делает её особенно ценной в интеллектуальном плане.

Но разговор о материи без самой материи обречён оставаться слишком беспредметным. Нами отмечено, что обращение к объектам инициировано культурой и социальными проблемами, но это не значит, что оно к ним сводится. К примеру, рассмотрение проблемы природы политики канадским философом Брайаном Массуми приводит его к выводам о том, что философский анализ игры животных способен облачить «...человечество в *интегральный анимоцентризм*, в котором последнее утрачивает своё априорное господство, не размывая или стирая при этом ни своего различия, ни различий своих животных товарищей» (Массуми, 2019, стр. 67). Мы отталкиваемся от того, что культура в своём изначальном смысле исходит из идеи соединения природного и человеческого (Иглтон, 2019). В самой культуре это также может быть подвергнуто критике и рефлексии, попыткой чего, в сущности, являются философские теории нового материализма. Некоторые художественные произведения также обращаются к тому, что лежит вне пределов антропоцентризма. В их ряду представляется важным, интересным рассмотреть несколько примеров из японской анимации, которые показывают, что за пределами человеческого можно найти жуков, дождь и увидеть перспективу конца всего живого.

НАСЕКОМЫЕ ХАЯО МИЯДЗАКИ

Хаяо Миядзаки один из тех японских аниматоров, кому удалось стать значимой фигурой в западной популярной культуре. Во многом именно известность работ режиссёра за пределами Японии позволила американской исследовательнице аниме Сюзан Нейпир назвать его *автором*: «...Миядзаки – *auteur*, художник с сильным личным видением. В каждой его работе можно найти последова-



тельный и неповторимый почерк, который отличает всю его кинематографическую деятельность» (Нейпир, 2019, стр. 5). На самом деле Миядзаки стал знаменит на Западе сравнительно поздно: лишь к началу 2000-х годов, после оглушительного успеха его полнометражных анимационных фильмов «Принцесса Мононоке» (1997) и «Унесённые призраками» (2001). Последний завоевал ряд престижных западных наград, включая премию «Оскар» за лучший анимационный полнометражный фильм. Для карьеры режиссёра, которая началась в начале 1960-х, это был сравнительно поздний этап творчества. Но Нейпир однозначно права, определяя его как оригинального *автора*. В последних работах режиссёра особенно очевидны своеобразный подход и сильная культур-критическая позиция.

С точки зрения философской картографии Хаяо Миядзаки можно было бы с некоторыми оговорками – главной из которых было бы замечание, что он сам вряд ли согласился бы с таким определением – назвать представителем экофилософии, критиком индустриальной модернизации и общества гиперпотребления. Внимание к этим проблемам сделало его фильмы доступными широкой аудитории в США. В аниме «Принцесса Мононоке» повествование вращается вокруг конфликта зарождающейся средневековой промышленности и всё ещё нетронутого леса, природой. Аниме «Унесённые призраками» рассказывает историю о самообладании и отчуждении, приправляя её намёками на расстройства пищевого поведения и духовную несостоятельность среднего потребителя. «Мой сосед Тоторо» (1988), более ранний фильм, на популярность которого на Западе повлияли успехи упомянутых выше картин, давал зрителю возможность прочувствовать ностальгию по утраченным пасторальным пейзажам Японии 1950-х гг. и семейному теплу, взглянуть на мир глазами ребёнка. Впрочем, не следует воспринимать социально-значимые высказывания фильмов режиссёра слишком прямолинейно. Сам Миядзаки неоднократно подчёркивал, что фильм должен рождаться из органического единства эстетического мышления, а не задумываться как агитационный материал той или иной культурной силы, политической позиции (Gossin, 2015, p. 210). Однако эстетика режиссёра всегда имела отпечаток экологической озабоченности.

Перечисленные работы Хаяо Миядзаки раскрывают релевантную нашему исследованию проблематику, из которой во многом вытекает идея мыслить материю по-другому. На развитие сюжета в этих картинах влияют образы гор мусора, червей, заражённой кро-



ви, рек и де-антропоморфизированных духов. Режиссёр стремится продемонстрировать, что «материя» имеет свою агентность, которая не зависит от воли человека. Недооценка материи приводит к катастрофическим последствиям. Интересно, каким способом Миядзаки обозначает дистанцию между природой и человеком. Рассмотрим это на примере лесного духа из аниме «Принцесса Мононоке».

Изображение нечеловеческого всегда сопряжено с рядом трудностей. К примеру, в анимации нет ничего более традиционного, чем представить объекты или животных антропоморфными, ведущими себя похожим с человеком образом. В фильмах студии «Дисней» и вообще большинстве мультипликационной продукции визуальный ряд выстраивается именно так. Задачей «очеловечивания» или визуального окультуривания природы становится сокращение дистанции между человеческим и не-человеческим, что прямо противоположно художественным интенциям по созданию новых опытов понимания и представления материального мира. Природное в природных существах упраздняется. Огромные глаза животных, улыбки на их лицах приводят к тому, что не-человеческое становится в восприятии зрителя, чаще всего ребёнка, на которого и ориентирована эта продукция, родным, не отталкивающим.

Одна из возможностей визуально транслировать опыты нечеловеческого состоит в том, чтобы вызвать у зрителя ощущение чужого или отторжения, непонимания, омерзения. Это делает исследования ужаса релевантным сюжетом для поисков нечеловеческого в культуре. «Ужас накатывает, когда сталкиваешься с неопределимым и неопределяемым» (Хамис, 2019, стр. 139). Изображение лесного духа в «Принцессе Мононоке» именно таково – оно неопределимо и неопределяемо. Дух имеет две формы. Первая из них – это олень с (не)человеческим лицом. Очень важно, что режиссёр выбирает кажущийся привычным образ лесного зверя, но дополняет его неподвижным выражением антропоморфного лица, которое выводит зрителя из состояния равновесия. Улыбка на лице лесного духа, похожая на человеческую, но одновременно максимально нечеловеческая в качестве выразительного средства показывает, что в рамках культуры одним из способов вызвать отчуждение от привычного является незначительное изменение этого привычного. Вторая форма лесного духа – огромное существо с отростками на спине. При его обезглавливании отрицательными персонажами в ходе действия тело теряет очертания и разливается в пространстве, убивая биологическую жизнь. Между лицом с улыбкой и концом всего жи-



вого в форме несущей смерть субстанции не такая уж большая разница. При помощи образов, граничащих с ужасным, Миядзаки демонстрирует закрытость нечеловеческого для антропоцентричных интерпретаций. Важным вопросом этого аниме становится оправданность человеческих действий: «если учесть, что человечество сотворило с планетой, имеем ли мы право продолжать войну с нечеловеческим, потусторонним?» (Нейпир, 2019, стр. 276).

Философ Жан Бодрийяр так характеризует перспективы инструментального отношения к животным как к средству: «Экспериментирование, следовательно, не средство достижения цели – это *современный* вызов и *современные* пытки. Оно не ищет ясности, оно вырывает признание науки, как когда-то вырывали признание веры. Признание того, что очевидные отклонения в виде болезни, безумия, зверства являются лишь временными расстройствами в прозрачности казуальности. Это доказательство, как когда-то доказательство божественного разума, должно постоянно и повсеместно возобновляться – в этом смысле мы все животные, причём животные лабораторные, которых постоянно подвергают тестированию, чтобы вырвать из нас рефлексорные реакции в знак признания рациональности в последней инстанции. Повсюду зверство должно уступить место рефлексорному анимализму, изгоняющему порядок необъяснимого, дикого, воплощением которого для нас, через своё молчание, как раз и остались животные» (Бодрийяр, 2015, стр. 173). Приведённая выше обстоятельная цитата важна для понимания различения антропоморфных животных, которые также есть в фильмах Миядзаки, и не-человеческих существ. Пожалуй, критерием для нас здесь будет выступать молчание последних. Лесной дух не произносит ни слова, его лицо лишено подвижной мимики, а смысл существования и действий не могут найти интерпретации, включающей мотив. Природа просто существует.

Ни один из поздних фильмов режиссёра, несмотря на впечатляющие примеры нечеловеческого, не может сравниться с изображениями того, что лежит за пределами антропоцентризма, в раннем аниме режиссёра – «Навсикая из Долины ветров» (1984 г.). Возможно, работа является наиболее оригинальным произведением, посвящённым теме взаимоотношений человека и природы, мира объектов. В пользу того, что это аниме было особенно важно для самого Миядзаки, свидетельствует то обстоятельство, что в основе лежит им же нарисованная одноимённая манга, которую он продолжал и после выхода фильма в прокат. Мангу отличает более мрачный тон, усложнённая структура, но и полнометражный



фильм не обходит стороной тему экологии: «Благодаря экранизации “Навсикаи” к 1984 году имя Миядзаки и название студии “Гибли” стали в Японии нарицательными. Фильм затронул два аспекта: расширение прав и возможностей женщин и экологическая катастрофа» (Нейпир, 2019, стр. 249).

История рассказывает о жизни принцессы Навсикаи из поселения в Долине ветров на просторах Земли, которая тысячу лет назад пережила экологическую катастрофу. Почва, вода и воздух были отравлены человеческой деятельностью настолько, что стали абсолютно непригодными для проживания. На обширных просторах этого нового мира вырос лес с исполинскими деревьями, микроклимат в котором губителен для человека. Лес распространяется спорами, от которых человечество защищается всеми возможными способами, преимущественно выкорчёвывая деревья и сжигая побеги. Долина ветров, в которой постоянно дует сильный ветер, защищена от распространения спор воздушными потоками, что позволяет ей существовать в относительной гармонии с природой без обращения к развитым техническим средствам. Вполне объяснимо, почему люди этого постапокалиптического будущего настолько ненавидят губительный лес и населяющих его гигантских жуков, омов. После апокалипсиса природа возвращается страшной, ужасной, чужой. То есть история поворачивается вспять, и человеку вновь нужно (?) побороть мир вещей.

Главная героиня, молодая девушка Навсикая, напротив, кажется, восхищена лесом и исполинскими жуками. В первых частях аниме мы видим, что она изучает лес в одиночку, используя специальный респиратор. Очевидно, что у вылазок есть и практический смысл. В одной из сцен она обнаруживает сброшенный панцирь ома, гигантского насекомого, фрагмент глазной части которого можно использовать. Девушка вырезает его и танцует с ним, восхищаясь его совершенством, лёгкостью, прочностью. Позже мы узнаем, что Навсикая посещает лес не только для того, чтобы добыть что-то для своего поселения, но и чтобы собрать растения, которые она будет выращивать в подвале замка, проводя своеобразные биологические эксперименты. Выяснится, что не сам лес и его ядовитая атмосфера представляют опасность, но лес становится опасным из-за загрязнения почвы и воды человеком. В ещё одном эпизоде Навсикая окажется под поверхностью леса, где обнаружит чистейшую пескообразную почву, которая после фильтрации лесом пригодна для выращивания. Миядзаки отчётливо даёт понять, что люди своим инструментальным отношением к природе уничтожили



свою среду обитания. Человек всегда был частью не-человеческого, поскольку у него есть тело, которое нуждается в определённой среде.

Образы гигантских жуков, омов, пожалуй, одни из самых интересных в мирах Хаяо Миядзаки. Само слово происходит от японского произношения английского слова *worm* (англ. – червяк), но одновременно созвучно сакральному звуку медитации, ведийской мантре. Насекомые, которые не обладают речью, выглядят угрожающе. Тем более что жуки исполинские, их очень много, и они способны уничтожить всё человечество. Другие поселения, их политические власти, стремятся достигнуть того уровня развития, которое позволило бы им уничтожить опасный с их точки зрения лес и популяцию омов, расчистить мир для человечества. Не имея и не желая получить знание о роли леса, они предпринимают авантюру по провокации омов. Люди ловят детёныша ома, протыкают ему тело, чтобы оно кровоточило, и подвешивают к летательному аппарату. Его разъярённые сородичи преследуют аппарат. Глаза омов становятся красными, что отражает их гнев, подчёркивает их нечеловеческую природу.

Визуальный ряд аниме сознательно вызывающий. Иудео-христианская метафора распятия жука, наложенная на конвенционально-отвратительное создание, ставит перед зрителем вопрос о том, насколько могут распространяться границы человеческого. Позже будет «распята» и Навсикая, что нельзя назвать необдуманным ходом со стороны режиссёра. Показывается, что и человек, и насекомое могут быть объединены, равны в акте своей смерти. Для Навсикаи – в фильме это объясняется её особым прошлым и предрасположенностями – эмпатия к омам возможна, но она, очевидно, знает о природе больше других. В финальной сцене девушка приносит себя в жертву, спасая своё поселение от разъярённых насекомых. В финальном эпизоде жуки возносят Навсикаю на своих щупальцах, кажется, воскрешая её. В этом аспекте уместно вспомнить последние сцены из трилогии «Матрица» братьев Вачовски, когда умирающий Нео подключает жуко-подобными машинами к матрице. Учитывая влияние японской анимации на режиссёров фильма, можно предположить, что они были знакомы с указанной сценой из аниме «Навсикая из Долины ветров». Финал манги несколько отличается, он гораздо более мрачный (см.: Нейпир, 2019), но и здесь принципиально противоположное человеческому помещается в центр внимания зрителя.



Сюжет «Навсикаи из Долины ветров» можно интерпретировать как интересную репрезентацию экологической проблематики за пределами человеческого. Во-первых, Миядзаки даёт понять, что планета существует самостоятельно, не заботясь о благополучии человека, и даже не обращая внимание на его мнение о ней. Нарушение природного равновесия в результате хозяйственной деятельности, которое может восприниматься в качестве зла людьми (Дюпюи, 2019), на самом деле не может быть истолковано антропоцентристски. В качестве защитников планеты Миядзаки демонстрирует устрашающих насекомых, которые становятся ужасными и опасными только если сравнить их с человеком и его миром. В сцене под лесом мы видим омов, которые гармонично плавают в воде, не заботясь ни о чём и не представляя опасности для человека. Природа может существовать и существует без людей. В их интересах это понять, чтобы не разрушить свой собственный мир. Апокалиптические перспективы могут подтолкнуть человека к пониманию того, что у него самого есть пределы.

Связь природы и апокалипсиса занимает важное место в творчестве Хаяо Миядзаки. Значимым аспектом является опыт режиссёра по деконструкции традиционных паттернов в детской анимации, когда природа и животные принципиально дружелюбны. Задача художественного видения, стремящегося переосмыслить антропоцентризм, состоит в том, чтобы сделать природу, леса нечеловекообразными, вселяющими ужас, не имеющий мифологического измерения (последнее, собственно, выступает способом обуздания непознанного и чужого). Мифологическое мышление несёт в себе угрозу повторения истории рационализации и инструментализации отношений человек – природа.

ДОЖДЬ МАКОТО СИНКАЯ

В творчестве Хаяо Миядзаки много попыток представить иное отношение человека и природы. Режиссёра сильно волновала эта проблематика. В конечном итоге авторское видение, как мы увидели, вышло значительно за пределы традиционного экологизма в популярной культуре. Стоит обратить внимание не только на интересные визуальные находки, которые способны передать чужеродность природного, но и на общую сюжетную рамку, объединяющую произведения автора, посвящённые теме апокалипсиса или конца света. Творческое завершение она нашла у режиссёра в работе «Рыбка Поньо на утёсе» (2008 г.), где, возможно, наступает затопление мира. Важно, что одним из магистральных способов дать по-



чувствовать границы человеческого является художественное указание на возможность гибели *всего* людского рода. Последним соображением можно отчасти объяснить обращение к художественным произведениям, которые способны предоставить потребителю подобный опыт переживания. Отдавая себе отчёт в том, что катастрофизм в культуре может нести и терапевтическую функцию (Izod, Dovalis, 2015, p. 63), рискнём предположить, что при определённой чуткости он способен подтолкнуть человека к переосмыслению своего места в мире в отношении с миром вещей.

Тема апокалипсиса важна для японской культуры в целом и для аниме и манги в частности. Однако не каждое из произведений, посвящённых сюжету конца всего сущего, можно рассматривать в качестве иллюстрации к художественному видению не-человеческого. Религиозная катастрофа, к примеру, вызванная недостойным поведением людей – которое вызывает моральное осуждение со стороны высших сил, – не вписывается в концептуальную рамку новой проблематики. Катастрофа должна происходить вне участия и воли человека. Можно было бы возразить, что, как правило, экологический катастрофизм объясняют влиянием человека на среду (Дирцу, 2019). Но нужно взглянуть на это под другим углом. Природе безразлично воздействие человека в моральном отношении; как бы того ни хотелось многим, она не мыслит и не способна прощать. Естественное равновесие, понятое как сложное устройство машины в метафоре не-человеческого, в результате вмешательства в него активного субъекта даёт сбой. Это та катастрофа, которую мы вполне можем помыслить без подмены понятий. В предельном случае апокалипсис лучше всего могли бы описать астрономы. К примеру, американский астрофизик Филип Плейт с естественно-научных позиций описывает сценарии гибели Земли в результате естественных, неизбежных причин. С точки зрения науки, не стоит вопрос о том, сохранится ли планета, но – когда и как она будет уничтожена: «Вселенная пытается убить тебя. Ничего личного. Меня она тоже пытается убить. Она пытается убить *всех*. И ей даже не нужно сильно стараться» (Плейт, 2020, стр. 7).

Осмысление данного утверждения происходит как в философии, так и в массовой культуре. Самым последовательным подходом можно назвать концепцию «солярной катастрофы» Жана-Франсуа Лиотара (см.: Подорога, 2018), основанную на идее неизбежности астрофизической угрозы. Однако мы всё равно понимаем её слишком человечески, приписывая миру мотивы, которыми он не наделён. Традиционным и привычным развитием такого сюже-



та становится моральная драма, которая разыгрывается перед лицом неизбежного. В фильме датского режиссёра Ларса фон Триера «Меланхолия» (2011 г.) сюжет вместо катастрофы концентрируется на том, что разные люди оказываются не одинаково к ней готовы; мы неизбежно даём моральную оценку действиям героев или героинь. Для мышления о не-человеческом это нелепо; понимая абсурдность моральной подоплёки вопроса, мыслитель оказывается в пустоте и тупике интерпретации. Этот тупик важен.

Наглядный пример возможности абстрагирования от морального осуждения можно найти в работе Макото Синкай «Дитя погоды» (2019 г.). Макото Синкай – весьма известный за пределами Японии автор. Его работы обращают на себя внимание особой эстетикой рисовки и мелодраматическими сюжетами. Так как основные успехи режиссёра датируются последним десятилетием, на данный момент недостаточно исследовательской литературы, посвящённой его творчеству.

Помимо репрезентации традиционных для японской анимации тем, Макото Синкай обращается к философской трактовке темы апокалипсиса, представляет интересную интерпретацию социальных взаимодействий, опосредованных пространством и временем. В короткометражном аниме «Голос далёкой звезды» (2002 г.) демонстрируется агентность сообщений и вещей, которые дают возможность субъекту вновь почувствовать себя частью пространственности мира, смириться с его самостоятельностью и независимостью от инструментальной воли желающего (Kuge, 2007, p. 252).

«Дитя погоды», последний полнометражный фильм режиссёра, казалось бы, интерпретирует один из тех мифов, которые превращаются в детские сказки. Главная героиня Хина Аmano обладает даром влиять на погоду, предотвращая дождь. Выясняется, что Токио накрывает не просто дождём, но ливнем, который не прекращается и угрожает затопить весь город. Героиня узнаёт, что только её жертва может спасти от затопления.

Требование жертвы записано в древних сказаниях. Важно то, что мы не понимаем, *зачем* она нужна и *кому* столь необходима. Несмотря на то, что потусторонние силы анимированы, они остаются немыми и не выдвигают никаких рациональных требований, не легитимируют своё поведение, не делают жертву даром: «Суметь укротить в себе и ослабить это стремление к исключительности – значит дать себе шанс научиться распознавать жизнь, несводимую к деятельности людей и богов. Эта материальная витальность и есть я, она предшествует мне, превосходит меня, она останется и тогда,



когда меня уже не будет» (Беннетт, 2018, стр. 153). Божества в аниме «Дитя погоды» скорее становятся силами природы, самой материальной витальностью. Пожилая женщина, чья реплика представлена в фильме, говорит, что не страшно, если Токио затопит, потому что и раньше на этом месте был залив. Макото Синкай, в сущности, демонстрирует мудрую покорность перед тем, что волевое начало в культуре хочет предотвратить. Силы неравны.

В контексте образов нечеловеческого обратимся к ещё одной мысли Джейн Беннетт. Профессор указывает, что эмоции людей зависят от прагматических обстоятельств. Она приводит в пример эксперимент в одной из тюрем, когда группе заключённых вводили в рацион мононенасыщенные жирные кислоты. Их поведение менялось в лучшую сторону, снижался уровень агрессии, а настроение и способности к обучению улучшались (Беннетт, 2019). Используя её терминологию, отметим, что повальное ухудшение настроения жителей Токио от бесконечного дождя можно интерпретировать как вхождение высшей психической деятельности человека в ас-самбляж с погодой. Понимание объективности этого положения дел и побуждает героиню к самопожертвованию.

Закончившись на этом моменте, история была бы слишком проста. Макото Синкай спасает Хину Аmano. Зритель ожидает, что дождь прекратится и восторжествует хорошая погода. Но этого не происходит: естественный порядок вещей не зависит от того, чего хотят люди, как они оценивают мир с моральной точки зрения. Токио затопит. Уместно вспомнить одно из высказываний Хаяо Миядзаки, который фантазировал по поводу затопления японской столицы: «Я хочу увидеть, как море поднимается над Токио...» (Нейпир, 2019, стр. 347). Макото Синкай реализовал фантазию Миядзаки, причём элиминировал человеческое из апокалиптического измерения.

«Дитя погоды» можно интерпретировать как торжество ценности индивидуальной жизни над многими. Однако самое интересное в фильме – это естественность катастрофы, её бесстрастный, природный характер. Аниматор изображает не-человеческое как нечто прекрасное и спокойное, на фоне чего разворачивается жизнь героев его историй. Отсутствие эмоции, морального надрыва, характерных для классического европейского субъекта, сражающегося со стихией, представляет собой замечательное художественное воплощение анализируемых нами идей.



ВЫВОДЫ

Для японской популярной культуры характерен интеллектуальный взгляд на то, что лежит за пределами человеческого. В качестве предмета рассмотрения мы выбрали работы двух очень популярных аниматоров: Хаяо Миядзаки и Макото Синкая. Аниме этих режиссёров отличаются оригинальностью авторского высказывания и неординарным подходом к традиционным для японской культуры темам.

Постановка вопроса о новом материализме в традиции западноевропейской философии носит полемический характер, поскольку противостоит традиции новоевропейского рационализма (Брассье, 2019). Япония не знала западноевропейского Просвещения и была модернизирована сравнительно поздно. В работах режиссёров, связанных с национальной традицией, обнаруживается негативный взгляд на инструментальную рациональность, внимание к агентности сил природы. В аниме Хаяо Миядзаки и Макото Синкай обращение к указанным темам происходит довольно часто.

Как в философии нового материализма, в искусстве отправной точкой для осмысления места человека в мире становится природа – через призму эко-поворота, произошедшего во второй половине XX века. Она наделяется агентностью и особой витальностью. Современному человеку, воспитанному в традиции практического использования природы, сложно представить в ней нечто независимое и его превосходящее. Чуть ли не единственным художественным способом изобразить самостоятельность и важность не-человеческого становится сюжет катастрофы и апокалипсиса. Эти темы являются основополагающими для японской анимации. Примечательно сознательное игнорирование социальных аспектов жизни в рассмотренных фильмах. Хозяйственная деятельность не является сюжетообразующей, более того, демонстрируется её бессмысленность. Так, героиня «Дитя погоды» использует свой дар, чтобы заработать на жизнь, но на фоне возможного исчезновения это перестаёт быть важным.

Визуальность не-человеческого в работах Хаяо Миядзаки и Макото Синкай основана на необходимости создать ощущение «чужого» у зрителя. Режиссёры делают это по-разному. Если некоторые образы Миядзаки пугающи и натуралистичны, смешивают животное с человеческим (что сближает фрагменты его работ с жанром «хоррор»), то Макото Синкай рисует завораживающие своей красотой пейзажи, его картины отличаются совершенством и абсолютной эстетической самодостаточностью. Человечество, люди по



отдельности помещаются перед перспективой осмысления своей ненужности и конечности, кошмара лишённости морали: «Время ужаса, время сознания, со всеми его выделенными моментами и растянутыми ужасами, не может сравниться с глубокой древностью несуществования в недостижимом прошлом и в неизведанном будущем» (Вудард, 2019, стр. 220).

Всё это важно в нескольких отношениях. Японская анимация работает с передовыми для западной мысли сюжетами, оригинально их представляя, что делает её актуальным предметом изучения наравне с классикой авторского кинематографа (ср., к примеру: Тригг, 2017). Высказывания авторов о необходимости смирения, коренящееся в не-западной культуре, может оказаться интеллектуальным вызовом для глобализованной цивилизации исключительно человеческой агентности (которой с астрофизической необходимостью придёт конец).

Мы рассмотрели лишь несколько примеров обращения к не-человеческому – с целью показать релевантность аниме для современной интеллектуальной культуры. Многие аспекты и сюжеты остались незатронутыми. Точки пересечения имеют также новый материализм и постгуманизм (Павлов, 2019, стр. 223–224), что отражено в японской анимации. Разработка этого вопроса требует привлечения другого эмпирического материала.

Список литературы

- Dussault, A. C. (2016). A Non-Dualistic Concept for Rethinking Humankind's Place in the World. *Ethics and the Environment*, (1), 1–37.
- Gossin, P. (2015). Animated Nature: Aesthetics, Ethics, and Empathy in Miyazaki Hayao's Ecophilosophy. *Mechademia: Second Arc*, (10), 209–234.
- Izod, J. & Dovalis, J. (2015). *Cinema as Therapy: Grief and Transformational Film*. London: Routledge.
- Kuge, Sh. (2007). In the World That Is Infinitely Inclusive: Four Theses on "Voices of the Distant Star" and "The Wings of Honneamise". *Mechademia: Second Arc*, (2), 251–266.
- Беннетт, Дж. (2018). *Пульсирующая материя: Политическая экология вещей*. Пермь: Гиле Пресс.
- Бодрийяр, Ж. (2015). *Симулякры и симуляции*. Москва: Издательский дом «ПОСТУМ».
- Брассье, Р. (2019). Танатоз Просвещения. *Логос*, (4), 81–106.



- Вилейкис, А. (2019). От темной экологии к философии размытого мира. *Логос*, 5, 1–6.
- Вудард, Б. (2019). Безумная спекуляция и абсолютный ингуманизм: Лавкрафт, Лиготти и *weirding* философии. *Логос*, (5), 203–228.
- Дюпюи, Ж.-П. (2019). *Малая метафизика цунами*. Санкт-Петербург: Издательство Ивана Лимбаха.
- Иглтон, Т. (2019). *Идея культуры*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Массуми, Б. (2019). Чему животные учат нас в политике? Пермь: Гиле Пресс.
- Нейпир, С. (2019). *Волшебные миры Хаяо Миядзаки*. Москва: Эксмо.
- Павлов, А. (2019). *Постпостмодернизм: как социальная и культурная теории объясняют наше время*. Москва: Издательский дом «Дело».
- Писарев, А. & Морозов, А. (2019). Exit Speculative Realism. В Харман, Г. *Спекулятивный реализм: введение* (сс. 7–52). Москва: Рипол-классик.
- Писарев, А., Астахов, С. & Гавриленко, С. (2017). Акторно-сетевая теория: незавершённая сборка. *Логос*, (1), 1–40.
- Плейт, Ф. (2020). *Смерть с небес: наука о конце света*. Москва: Альпина нон-фикшн.
- Подорога, Б. В. (2018). Понятие метанарратива в философии Жана-Франсуа Лиотара: кризис Просвещения и альтернатива постмодерна. *Полилог*, (2).
- Хамис, Д. (2019). Исследование ужаса. *Логос*, (5), 135–150.

References

- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra et simulation*. Moscow, “POSTUM” Publishing House. (In Russian)
- Bennett, J. (2018). *Vibrant Matter. A Political Ecology of Things*. Perm: Hyle Press. (In Russian)
- Brassier, R. (2019). The Thanatosis of Enlightenment. *Logos*, (4), 81–106. (In Russian)
- Dupuy, J.-P. (2019). *Petite métaphysique des tsunamis*. Saint-Petersburg: Ivan Limbakh Publishing House.
- Dussault, A. C. (2016). A Non-Dualistic Concept for Rethinking Humankind’s Place in the World. *Ethics and the Environment*, (1), 1–37.
- Eagleton, T. (2019). *The Idea of Culture*. Moscow, HSE Publishing House. (In Russian)
- Gossin, P. (2015). Animated Nature: Aesthetics, Ethics, and Empathy in Miyazaki Hayao’s Ecophilosophy. *Mechademia: Second Arc*, (10), 209–234.
- Izod, J. & Dovalis, J. (2015). *Cinema as Therapy: Grief and Transformational Film*. London: Routledge.



- Khamis, D. (2019). Delving into Horror. *Logos*, (5), 135–150. (In Russian)
- Kuge, Sh. (2007). In the World That Is Infinitely Inclusive: Four Theses on “Voices of the Distant Star” and “The Wings of Honneamise”. *Mechademia: Second Arc*, 2, 251–266.
- Massumi, B. (2019). *What Animals Teach Us about Politics*. Perm: Hyle Press. (In Russian)
- Napier, S. (2019). *Miyazakiworld: A Life in Art*. Moscow, Eksmo. (In Russian)
- Pavlov, A. V. (2019). *Post-postmodernism: How Do Social and Cultural Theory Explain Our Time*. Moscow, “Delo” Publishing House. (In Russian)
- Pisarev, A. & Morozov, A. (2019). Exit Speculative Realism. In Harman, G. *Speculative Realism. An Introduction* (pp. 7–52). Moscow, RIPOL classic. (In Russian)
- Pisarev, A., Astakhov, S. & Gavrilenko, S. (2017). Actor-Network Theory: An Unfinished Assemblage. *Logos*, (1), 1–40. (In Russian)
- Plait, Ph. (2020). *Death from the Skies! The Science Behind the End of the World*. Moscow, Alpina non-fiction.
- Podoroga, B. V. (2018). The Concept of Metanarrative in Jean-François Lyotard’s Philosophy: Crisis of Enlightenment and Postmodern Alternative. *Polylogos*, (3). (In Russian)
- Vileykis, A. (2019). From Dark Ecology to the Philosophy of a Blurred World. *Logos*, 5, 1–6. (In Russian)
- Woodard, B. (2019). Mad Speculation and Absolute Inhumanism: Lovecraft, Ligotti, and the Weirding Philosophy. *Logos*, (5), 203–228.



OLD WINE INTO NEW WINESKINS: CHINESE VLOGGERS BETWEEN TRADITION AND MODERNITY

Serguey N. Yakushenkov¹ (a), Olesya S. Yakushenkova² (a)

(a) Astrakhan State University. Astrakhan, Russia

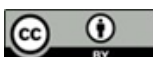
Abstract

Following the definition of A. Appadurai, the authors consider some aspects of the mediascape of China within a certain images. Particular attention is paid to such a new form as vlogging, based on thematic video narratives. The article deals with two interesting cases: the works of Chinese women Li Ziqi and Dianxi Xiaoge. The choice of these vloggers was based on important characteristics related to their popularity in China and abroad, the conservatism of their content, and the connection with new technologies. Their work reflects many new trends in the development of the mediascape, based on both modern approaches to media production and traditional Confucian values. The themes of their works clearly show a call for rural simplicity, harmonious existence with nature, which gives people everything they need, commitment to traditionalism and rejection of modern technologies, connection with the family, and some other Confucian ideas. In turn, their popularity, especially in China, says that the ideology of their products is close to millions of fans of their work.

To prove that conservatism prevails in the modern cultural space of China, the authors analyze the emerging trend of *fugu* – ‘the revival of antiquity’, expressed in the desire to dress in medieval Chinese costume – *hanfu*. The movement for the revival of traditional Chinese costume which began in 2003 indicates the activation of the process of national self-identification, which was a kind of response to the strengthening of globalization and the active development of China, leading to various cultural transformations.

Keywords

mediascapes; Internet; Vlogging; China; Traditional culture; Poetics of new narratives; Li Ziqi; Dianxi Xiaoge; Hanfu



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

1 Email: shuilong[at]mail.ru

2 Email: zenthaya[at]gmail.com



СТАРОЕ ВИНО В НОВЫХ МЕХАХ: КИТАЙСКИЕ ВЛОГГЕРЫ МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И НАСТОЯЩИМ

Якушенков Сергей Николаевич¹ (а), Якушенкова Олеся Сергеевна² (а)

(а) Астраханский государственный университет. Астрахань, Россия

Аннотация

Следуя за определением А. Аппадурай, авторы рассматривают некоторые аспекты медиа-ландшафта Китая в рамках определенного набора образов. Особое внимание в работе уделяется такой новой форме как влоггинг, строящейся на тематических видео-нарративах. В статье рассматриваются два достаточно интересных кейса: творчество китайнок Ли Цзыци и Дяньси Сяогэ. Выбор именно этих влоггеров был основан на ряде важных характеристик, связанных с популярностью их в Китае и за рубежом, консерватизмом контента, производимого ими, и связью с новыми технологиями. В их творчестве отразились многие новые тенденции развития медиа-ландшафта, основанные как на современных подходах к медиапродукции, так и на традиционных конфуцианских ценностях. Именно это выражение конфуцианских идей и находит активный отклик у их зрителей. В темах их работ отчетливо заметен призыв к сельской простоте, гармоничному сосуществованию с природой, дающей человеку все необходимое, приверженность к традиционализму и отказ от современных технологий, связь с семьей и некоторые другие признаки, указывающие на связь этих идей с конфуцианством. В свою очередь их популярность, особенно в Китае, говорит, что идеология их продукции близка миллионам поклонников их творчества. В качестве того факта, что в современном культурном пространстве Китая преобладает консерватизм, авторы приводят пример с наметившейся тенденцией *фугу* – «возрождение старины», выразившееся в стремлении одеваться в средневековые китайские одежды – *ханьфу*. Начавшееся в 2003 г. движение за возрождение традиционного китайского костюма свидетельствует об активизации процесса национальной самоидентификации, явившегося своеобразным ответом на усиление процессов глобализации и активное развитие Китая, приводящее к различным культурным трансформациям.

Ключевые слова

медиа-ландшафт; Интернет; Влоггинг; Китай; Традиционная Культура; Поэтика новых нарративов; Ли Цзыци; Дяньси Сяогэ; Ханьфу



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: shuilong[at]mail.ru

2 Email: zenthaya[at]gmail.com



ВВЕДЕНИЕ

Нет нужды пояснять, что цифровизация все больше и больше проникает в нашу жизнь. Цифровая революция изменяет нас, создавая новое общество, нацеленное в будущее. В данной статье мы попытаемся на примере двух кейсов китайских влоггеров³ показать, как формируется влоггинг «с китайским лицом», как интернациональное, или, точнее, наднациональное (технологическое) преломляется через призму национального и локального, трансформируясь в совершенно новое явление. Вместе с тем оно продолжает сохранять все черты традиционных нарративов, по-новому интерпретирующих «китайскость». Этот медийный продукт, уже нашедший миллионы поклонников в Китае, да и по всему миру, включая Россию, удивительным образом сочетает в себе новые формы (технологические) и традиционное содержание, выраженное через образы пасторального быта китайской провинции. В этой ностальгии по несуществующей утопии прошлого, как нам кажется, и отразилось своеобразие эпохи активной цифровизации.

Прежде чем приступить к непосредственному анализу проблемы, заявленной в заглавии, хотелось бы сразу обсудить понятийный аппарат, которым мы будем оперировать, тем более что в заглавии, помимо собственно проблемы с блоггингом в Китае, мы заявили (пусть и в несколько претензионной манере) о всей сложности соотнесения старого и нового, которую впервые обозначили отнюдь не мы. Если это и справедливо в отношении вина, то как быть с новыми медийными формами?

Прежде всего заметим, что в нашем исследовании мы предпочитаем не использовать термин *медиапространство*, так как оно, являясь калькой англоязычного термина *mediascape*, как нам кажется, не в полной мере отражает всю полноту англоязычного термина. Термины «ландшафт» и «пространство» не являются синонимами в русском языке, так как описываются разными свойствами и представляют собой категории, имеющие отношение к отличным друг от друга системам знания. Ландшафт – это понятие в большей степени географическое, историческое, экологическое, литературное и т.д., так как представляет собой совокупность определенных объектов (рек, лесов, гор, полей, холмов и т.д.). В некоторой степени, это – набор образов, символов среды, с помощью которых мы описываем

3 Блоггеров, представляющих индивидуальный видеоконтент на какой-то медиаплатформе



определенную территорию, место. Оно всегда чем-то заполнено, определяется через четкие ориентиры, позволяющие нам выстраивать свое отношение к нему:

То берёзка, то рябина,
Куст ракиты над рекой:

Здесь речь идет про ландшафт, наше отношение к которому выстраивается через привычные нам образы: подлеска из берез, растущей недалеко рябине, речки с кустами ракиты. Этот ландшафт указывает нам на близкие, знакомые с детства места:

Край родной, навек любимый,
Где найдёшь ещё такой?!

Пространство иное – оно и измеряется иначе, и указывает на расстояния, и образы его иные. Или, точнее, идеи:

От морей до гор высоких,
Посреди родных широт...

И хотя здесь речь идет об огромной стране, но описывается пространство, так как оно располагается в определенных пределах, ну или нечто простирающееся за конкретным пределом. За Уралом, например.

Именно поэтому еще с древности греки описывали пространство апофатически, оно и то, и то, и не то, и не то (Якушенков & Романова). С точки зрения Платона – оно пустота, а также «кормилица» и «вместилище». Оно существует и одновременно не существует (Тимей 52b–c). Для французского социолога А. Лефевра пространство – расстояние между телами, так как пространство творится телом (pp. 174-186). Правда, Платон в большей степени анализировал физическое пространство, а Лефевр социальное. Но в любом случае, даже социальное пространство – это всего лишь набор тел¹, а значит, между ними нет непреодолимой границы. И как только мы начинаем рассматривать эти тела, автоматически пространство превращается в место. По мнению американского социального географа китайского происхождения И-Фу Туаня (Дуань Ифу, Туан И-фу, Ифу Туан), это происходит «поскольку оно приобретает определение и значение» (Tuana, 2001, p. 136)

1 Точнее расстояние между телами или пустота между ними.



«То берёзка, то рябина, // Куст ракиты над рекой» – все это набор тел, с помощью которых мы готовы дать определение: «Край родной, навек любимый». Здесь есть указание и на место – *родной край*, и отношение к нему – *на век любимый*.

Но мы должны осознавать, что в перечислении всех этих тел – березки, рябины, кусты ракиты, река – речь не идет о конкретных телах; автор всего лишь перечисляет набор образов, с помощью которых он идентифицирует какое-то место как родное или напоминающее ему родное.

Другими словами, ландшафт – это набор образов или символов, с помощью которых мы идентифицируем место. Недаром уже упомянутый И-Фу Туань говорит о «felt-quality of place» (Tuan, 2003, с. 135), или «ощущаемого свойства места», которое воспринимается нами через образы, звуки¹, запахи² и т.д..

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Так как основной темой нашего исследования, да и этого номера, является медиа, вернемся к медиаландшафту (mediascape). Термин этот был обоснован американским социальным антропологом А. Аппадурай в рамках его учения о дизъюнкциях или прерывностях (disjunctures) современных информационных или смысловых потоков (flows):

«Я предлагаю, чтобы в качестве элементарной основы для изучения таких дизъюнкций была рассмотрена взаимосвязь между пятью измерениями глобального культурного потока, которые можно выразить в следующих терминах: (a) этноландшафты (ethnoscapes); (b) медиаландшафты (mediascape); (c) техноландшафты (technoscapes); (d) финансовые ландшафты (finanscapes); и (e) идеоландшафты (ideoscapes). Я использую термины с общим суффиксом -scapes для обозначения, прежде всего, того, что это не объективно данные отношения, которые выглядят одинаково со всех точек зрения, а скорее глубоко перспективные конструкции, пронизанные историческим, лингвистическим и политическим позиционированием различного рода акторов: национальными государствами, транснациональными корпорациями, диаспорами, а также национальными подгруппами и движениями (будь то религиозные, политические или экономические) и даже близкими друг другу группами, такие как деревни, кварталы и семьи. Конечно, индивидуальный актор является последним локусом этой перспективной группы ландшафтов» (Appadurai, 1990, p. 296).

1 Звуки могут быть разного характера: родная речь, музыка, колокольный звон или голос муэдзина – все эти звуковые маркеры укажут нам на конкретику места и породят в нашем сознании определенные ощущения.

2 Здесь уместно вспомнить грибоедовское «и дым отечества нам сладок и приятен».



Его подход, как он сам отмечал, является продолжением идей британского социолога и политолога Б. Андерсона о так называемых «воображаемых мирах» (Андерсон, 2001) (Appadurai, 1990, p. 296).

Идея *воображаемого* очень увлекла Аппадурани, ведь образ является важнейшей составной частью медиаландшафта: «Самое главное в этих медиаландшафтах – это то, что они предоставляют (особенно в их телевизионной, кино- и кассетной формах) большой и сложный репертуар образов, нарративов и этноландшафтов для зрителей всего мира, в котором мир товаров и мир новостей, и политики глубоко перемешаны» (1990, p. 299).

Именно учитывая этот факт, в качестве методологической основы нашего анализа мы взяли подход А. Аппадурани к медиаландшафту, который позволил нам взглянуть на происходящее в Китае с новых позиций.

В статье мы попытаемся понять, как новые технологии впитываются населением Китая, как потребляются новые идеи, перерабатываются, становясь частью национального, как, впрочем, и глобального медиаландшафта.

Идеи Аппадурани примечательны еще и тем, что он говорит о системе ценностей, связанных с потоком *товаров* (commodities), понимая под ними не только собственно *товары* (goods), но и *услуги* (services), которые «также являются важными объектами коммерциализации» (1988, p. 6).

Мы вынуждены были так подробно разбираться в этом вопросе, так как для нас был важен именно оригинальный подход Аппадурани к этому вопросу, поскольку сложившийся в России термин «медиапространство» уводит нас от изначального термина, сформированного с помощью понятия «ландшафт» (scape) и нацеленного, с точки зрения этого автора, на передачу *образов*, и в конечном итоге превращение этих образов в *товар*.

Хотелось бы также добавить, что бывший президент Американской ассоциации кинокомпаний (1966-2004) Джек Валенти выразился по поводу намерения Китая вступить в ВТО следующим образом: «Торговля – это гораздо больше, чем товары и услуги. Это обмен идеями. Идеи доходят туда, где армии не рискуют действовать. Результатом обмена идеями, как и торговли, всегда является падение барьеров между странами» (Miller, Govil, McMurria, & Maxwell, p. 100).



И в этой сентенции Дж. Валенти мы возвращаемся к идее А. Аппадурай относительно *ideoscapes*. Не будем подробно останавливаться на этом аспекте, заметим только что идеи, как правило, фиксируются не только в вербальной форме, но и в виде образов.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Медиаландшафт – в его нынешней форме – явление относительно новое. Поскольку мы собираемся говорить о блогах, а точнее, о китайских влогах и влоггерах, мы невольно вынуждены сказать несколько слов о развитии цифровых технологий в Китае и о таких платформах, позволяющих вести влоги и размещать видеоконтент, как Youtube и Weibo.

На сегодняшний день развитие медиаландшафта невозможно представить без развития Интернета. Интернет наполнил медиаландшафт новыми формами, дающими возможность для креативной и информационной передачи потока «образов». Именно *образы* А. Аппадурай считал основным контентом медиаландшафта, да и в целом *социальных практик*:

«Образ, воображаемый, плод воображения – все это термины, которые направляют нас к чему-то критическому и новому в глобальных культурных процессах: к *воображению как социальной практике*. Это уже не просто фантазия (опиум для масс, чья реальная работа находится в другом месте), не простое бегство (из мира, определяемого главным образом более конкретными целями и структурами), времяпрепровождение элит (следовательно, не относящееся к жизни обычных людей) и не простая созерцательность (не относящаяся к новым формам желания и субъективности), воображение стало организованным полем социальных практик, формой работы (как в смысле труда, так и в смысле культурно организованной практики) и формой согласования между местами действия («индивидами») и глобально определенными сферами возможностей» (Appadurai, 1996, p. 31).

Вторая половина XX в. предоставила уникальные возможности медиаландшафту, сделав его частью «Всемирной паутины» – World Wide Web.

В Китай Интернет пришел относительно поздно. Правда, здесь нужно понимать, что отдельные попытки передачи цифровой информации в Китае предпринимались еще во второй половине 80-х гг. XX в. Интернет как некая система и сеть (World Wide Web) начинает формироваться в Китае с 1995 г.. В литературе встречаются



разные данные и разные подходы к истории развития Интернета в этой стране (Giese, p. 31), но в общих чертах можно составить следующую картину:

Первые попытки перехода к цифровым технологиям делаются еще в 1987 г. Это, как правило, передача цифровых сообщений с помощью e-mail через стандартную телефонную сеть. В декабре 1988 г. Пекинский университет Цинхуа установил компьютерную связь через телефонный звонок с Университетом Британской Колумбии для обмена электронными письмами.

1. Апрель 1994 г. Китайская академия наук предприняла первые шаги по соединению ряда академических институтов между собой по протоколу Интернет. В этом же процессе приняла участие и организация, называемая ныне Китайская научная и технологическая сеть (CSTNET), которая также приступила к созданию своей сети. Был составлен список из 23 000 видных ученых и членов правительства, которым был предоставлен вход в Интернет. Чуть позже, уже в 1995 г., Комитете по образованию начал создавать свою сеть для объединения образовательных учреждений. Эта сеть получила название CERNET. Таким образом, Китай стал 71 государством, подключившимся к сети Интернет.
2. В июне 1995 г. образованная ChinaNET начала предоставлять услуги Интернет и частным лицам.
3. В июне 1998 г. ChinaNET расширила свой пакет услуг для граждан Китая до высокоскоростного Интернета, дополнительно связав уже три существующие сети CERNET, ChinaGBN и CSTNET в единую сеть. По всей стране начали прокладывать оптико-волоконные кабели для высокоскоростной связи.
4. В 1999 г. на китайский рынок вышел еще один крупный игрок – UNINET, созданный частной компанией China Unicom. (Qi Y. , pp. 484-485); (Deibert, p. 146); (Tai, pp. 119-159); (Wang X. , 2016, pp. 25-27).

В первой половине 2000-х гг. в Китае отмечалось быстрое развитие телекоммуникаций. Особенно это касалось мобильных устройств. Уже в первом десятилетии XXI в. происходит стремительный рост числа владельцев сотовых телефонов, и во второй половине первого десятилетия количество владельцев сотовых телефонов в Китае превышало соответствующую цифру в США.



Количество компьютеров, планшетов и смартфонов, предоставлявших услуги цифровой связи, также неукоснительно росло в Китае, что вывело его в разряд ведущих технологически развитых стран мира. Правда, пекинские исследователи Ван Цзяньминь и Ван Чунцзинь полагают, что в Китае сохраняются сразу несколько социально-экономических стадий развития (волн). Они говорят о наличии высокоразвитых технологий постиндустриального общества (то есть наличии третьей волны), и в то же время о сохранении тенденций индустриального развития страны: фабрик, заводов, выбрасывающих в воздух миллионы кубометров копоти и вредных веществ, отравленных рек и т.д., и одновременно с этим о сохранении аграрного сектора, развивающегося еще в традициях первой волны: ручной труд, минимальное использование техники и прочее (Wang & Wang, 2020, pp. 10-11). Все три волны сосуществуют одновременно, поэтому китайское общество представляет собой многослойный пирог, состоящих из нескольких разнородных слоев. Создается ситуация, которую Ван Цзяньминь назвал «конфликтующим симбиозом между премодерном, модерном и постмодерном» (Wang & Wang, 2020, p. 11).

Согласно исследованию консалтингового агентства McKinsey & Company, проведенному в 2012 г., значительная часть населения крупных китайских городов активно пользуется социальными сетями. В отдельных городах число китайцев, участвующих в деятельности сразу нескольких сетей, превышает 80%, что намного больше, чем, например, в Японии или США. Они также проводят в интернете и на различных сайтах больше времени, чем японцы или американцы (Chiu, Ip, & Silverman, 2012). На 2015 г. в Китае насчитывалось 649 млн. пользователей сети Интернет (Wang X. , 2016, p. 25).

Другими словами, в Китае создалась уникальная ситуация. С одной стороны, китайские власти всячески способствуют развитию Интернета, и китайские пользователи сети практически не испытывают дефицита в нужных сервисах. У них имеется множество аналогов, схожих с западными: Facebook, YouTube, Twitter, What'sApp, Instagram, Google и т.д. Их легко заменяют такие китайские сервисы, как QQ, Tianya BBS, Baidu, Renren, YouKu, Tudou, Douban, Kaixin, YY, Sina Weibo, WeChat, MoMo, Meipai (Wang X. , 2016, pp. 26-27).

Вместе с тем китайский Интернет подвергается жесточайшей цензуре, отсекая «нежелательные», с точки зрения китайских властей, программы и сервисы. Идея создания суверенной сети Интернет в Китае возникла практически сразу после того, как эта сеть начала активно использоваться китайцами. Уже 18 февраля 1994 г., т.е.



еще до того, как китайские ученые начали выходить в Интернет, Госсовет опубликовал первый документ по регулированию безопасности Компьютерной информационной системы в КНР (Negro, p. 45). Основным органом, на который возлагалась ответственность за безопасности китайской сети, становилось Министерство общественной безопасности КНР. К 2000 г. в китайской системе регулирования Интернета уже окончательно сложились все основные подходы и формы регулирования сети. Как считает итальянский исследователь китайской сети Л. Негро, процесс восприятия новых технологий и попытки создать систему регулирования Интернета во многом напоминают происходившее в Китае во второй половине XIX в., когда империя Цин потерпела поражение в опиумных войнах, вступив в конфликт с технологически более развитыми западными державами. Помимо прочего, китайское правительство столкнулось с новыми перспективными технологическими изобретениями, такими как телеграф и железные дороги, пренебрегать которыми оно не хотело (Hao & Wang, 1980, pp. 190-197). В результате, как и более века назад в отношении западных технологических новшеств, сложилась схожая политика, которую, по мнению, Л. Негро, можно выразить через концепцию *лицуань* (2017, pp. 190-200), представляющую собой своеобразный гибрид из двух почти противоположных понятий: *ли*, выражающее идею «выгоды», «пользы», «возможностей», и *цунань*, обозначающее «право», «силу», «контроль».

В конечном итоге все эти концепции реализуются в политике создания своей собственной сети, которая максимально контролируется властями, регулирующими контент, а также осуществляющими суровый надзор за связью с внешним миром. В результате подобных устремлений была выработана особая система мер, направленных на мощный контроль новых технологий. Эта система была реализована в «Проекте Золотой щит», который в дальнейшем был назван «Великий Китайский Файрвол», заработавший в полную силу в 2003 г. Кроме собственно ограничительных мер, созданию независимого национального интернета способствовал и факт, что китайцы активно инкорпорировали иероглифику в Интернет, что облегчало простым жителям КНР пользование Интернетом (Zhang L. L., 2006).

Другими словами, китайская администрация использовала все возможности, чтобы население страны могло пользоваться «благами» интернета, и вместе с тем максимально постаралась обезопасить население от «пагубного», с ее точки зрения, влияния (Tai, 2006); (Roberts, 2018, pp. 104-112).



Подобную ситуацию нидерландский ученый Р. Кремерс (Rogier Creemers) назвал «кибер-ленинизмом», понимая под этим термином совокупность жестких идеологических установок и современного технологического развития, на которое эти идеологические установки также распространяются (Creemers, 2018).

Но простые запретительные меры не могут в полной мере создать такую модель национальной информационной системы, которая была бы полностью под контролем властей. Интернет был и остается сложной системой, которая во многом развивается по своим законам, и власти чаще вынуждены реагировать на вызовы, чем целенаправленно формировать сбалансированную систему. Вместе с тем, как полагает Минь Цзян, американский исследователь китайского происхождения, специализирующаяся на функционировании информационных систем в Китае, китайскому правительству удастся сохранить максимальный контроль над Интернетом (Min Jiang, 2010).

Анализируя развитие китайского Интернета, мы вынуждены констатировать, что во многом китайским властям, даже при наличии множества ограничительных мер, удалось сделать Интернет в Китае неотъемлемой частью не только системы потребления товаров и услуг, но и производства. В дополнение к этому выводу мы хотели бы отметить следующее: хотя в самом начале, со ссылкой на некоторых ученых, мы заявляли, что в Китае наличествуют несколько существующих параллельно стадий развития (Wang & Wang, 2020, pp. 10-11), следует признать, что утверждение это, хотя и отражает определенное положение вещей, однако не учитывает серьезные изменения, происходящие в стране. Примером подобных трансформаций могут служить так называемые «деревни Таобао» и «кластеры деревень Таобао». Под *деревнями Таобао* понимают современные сельскохозяйственные общины, использующие в коммерческих целях для продажи своей сельхозпродукции платформу Таобао для электронной торговли. Другими словами, производители сельхозпродукции больше не нуждаются в посредниках, диктующих им цену. Они сами рекламируют свою продукцию, устанавливают свои цены и общаются с потенциальными покупателями. Таобао является лишь интернет-платформой для электронной коммерции (е-коммерции), на которой и располагается вся нужная покупателю информация. Деревня получает статус *деревни Таобао*, когда не менее 10% сельских хозяйств из этой общины участвуют в интернет-коммерции или в деревне открыто 100 онлайн-магазинов, а совокупный годовой оборот деревни от электронной коммерции пре-



вышает 10 млн. юаней (Lin, 2019, p. 201); (Li A. H., 2017, p. 58). Если в 2009 г. было всего лишь 3 *деревни Таобао*, то в 2017 г. их уже было 2118. Их выручка от продажи своих товаров составила 220 млрд. юаней (30 млрд. \$) (Liu, Zhang, Gao, & Huang, 2020).

Некоторые *деревни Таобао* процветают и распространяют свое влияние на соседние деревни, образуя *кластеры деревень Таобао*. Кластеры, сформировавшиеся вокруг уездных городов, начинают также преобразовывать эти города, получившие название «*города Таобао*». Если на территории уезда образовалось три *деревни Таобао*, то такой город получает статус *города Таобао* (Wei, Lin, & Zhang, 2020, p. 390). Конечно, есть и такие, где подобная торговля не пошла, и идея потерпела крах.

КПК и правительство всячески поддерживают эти трансформации, помогая финансами и консультациями, что также дает определенные результаты. Правда, во многом эти изменения касаются лишь восточных провинций, а Центральный и Западный Китай остаются слабо вовлеченными в сферу е-коммерции.

Этот пример очень хорошо показывает, что современные интернет-технологии стали неотъемлемой частью китайской деревни. Более того, надо учитывать, что все это указывает на смену экономических и культурных парадигм в китайской деревне.

Если первое поколение пользователей Интернет представляли собой молодые люди, живущие, главным образом, в крупных городах, то теперь сельские жители оказываются такими же активными участниками современной е-коммерции (Qi, Zheng, & Guo, 2019). И это отставание от современных достижений цивилизации становится все меньше и меньше. Более того, сельские жители оказались вовлеченными в новые социальные и информационные отношения, строящиеся на доверии, стремлении к получению положительных отзывов покупателей, интеграции с другими жителями деревни, так как нередко такие интернет-магазины открываются совместно с родственниками, друзьями или соседями и т.д. Успешное развитие сельского бизнеса, построенного на новых технологиях, способствовало тому, что многие сельские жители, уехавшие на заработки в города, начали возвращаться домой, так как дома их ждала привычная обстановка, более легкий труд и поддержка близких (Geng, Xie, & Zuyi, 2016, pp. 519-520).

Многие в *деревнях Таобао* теперь понимают, что им требуются дополнительные навыки, современное образование, профессиональные знания. Они все чаще начинают привлекать к сотрудничеству молодых людей из города. Да и многие горожане охотно гото-



вы переехать в сельскую местность из суеы крупных городов. Жизнь в сельской местности многим кажется более размеренной, гармоничной, с лучшей экологической обстановкой и т.д. Не следует также забывать, что значительная часть из 60.8 % населения Китая, живущих теперь в городах (China Population, 2020), еще недавно проживала в деревне.

ОТ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ПРОЦВЕТАНИЯ К СЕЛЬСКОЙ ИДИЛЛИИ. НОВЫЕ ФОРМЫ КИБЕРНЕТИЧЕСКОЙ УТОПИИ

Сельская жизнь постепенно начинает рассматриваться как обладающая определенными культурными ценностями, так необходимыми современному человеку. Сложно сказать, явилось ли это результатом ностальгии современных китайцев по утрачиваемой традиционной культуре, или всего лишь попытка узнать и осознать себя. Ведь многие миллениалы и поколение Z, как в Китае, так и по всему миру, мало что знают о национальных традициях и окружающей их природе. Все это порождает стабильный запрос на поиск идентичности, самоосознание (в рамках национального культурного ландшафта) и одновременно попытки кросс-культурного сравнения, узнавания себя и других.

Современные медийные средства позволяют в полной мере подобрать себе тот контент, который бы был интересен пользователю. Особенной популярностью на сегодняшний день пользуются платформы для блоггинга и микроблоггинга, в том числе и для презентаций видеоконтекста. Важно, что возможностью блоггинга и видеоблоггинга (вблоггинга) могут пользоваться не только профессиональные писатели, режиссеры, ньюсмейкеры и т.д., но и простые граждане, решившие рассказать о себе, своих увлечениях или окружающем их мире. Одной из популярнейших платформ, предоставляющей всем желающим услуги видеохостинга, т.е. размещения, хранения и демонстрации другим этого материала, является Youtube. Он стал неотъемлемой частью нашего культурного пространства, и очень многие, старые и молодые, регулярно пользуются его услугами: «Любите или ненавидите его, YouTube в настоящее время является частью основного медиа-ландшафта, и силой, с которой следует считаться в современной популярной культуре. Несмотря на то, что это не единственный сайт для обмена видео в Интернете, стремительный рост YouTube, разнообразный контент и общественная значимость в западном, англо-говорящем мире делают



его полезным для понимания развивающихся отношений между новыми медиа-технологиями, творческой индустрией и тенденциями в популярной культуре». (Burgess & Green, 2009, p. vii).

Появившись, YouTube сразу же стал мощным ресурсом и медийной платформой, выполняющей множество функций: новостной ленты, развлечений (игр, музыки, спорта), телевидения, образования и т.д.

На сегодняшний день каждый месяц YouTube посещают 2 млрд. человек. Суммарная совокупность проводимых ежедневно часов пользователями на этой платформе составляла в 2019 г. 250 млн. (Spangler, 2019).

Неудивительно, что на этом сайте можно найти невероятное количество видео, посвященных жизни китайской деревни. Существуют даже каналы, специализирующиеся на подобном контенте. Все больше китайских блоггеров, нацеленных на создании видеоконтента, посвященного подобной тематике, получают популярность на национальном и международном уровнях. Кейсы двух подобных китайских влоггеров мы бы и хотели разобрать.

Почему именно они? Ответ очень прост: в их личной истории и творчестве как нельзя лучше отразилось все то, что происходило и происходит в китайской деревне, как и в целом в Китае. Кроме этого, оба влоггера, точнее влоггерши, снискали всемирную известность. Они стали селебрити не только в своей стране, но и во многих других странах, в том числе и в России. Им посвящены страницы на Википедии, многие мировые таблоиды рассказывают о них.

Интересно еще и то, что им удалось выйти за пределы китайского виртуального мира и покорить международное Интернет пространство, несмотря на блокирование YouTube в Китае. Начав со своеобразного китайского аналога этой платформы Вейбо¹, они по сути «завоевали» и международный медиа-ландшафт. Многие сайты рассказывают о них, у них имеются многомиллионная армия фанатов. Другими словами, эти люди формируют новое культурное пространство, передавая своим зрителям «felt-quality of place» (по И-Фу Туаню).

Но таким ли уж все это является новым?! Постараемся разобраться в этом вопросе.

Эти два влоггера, на примере которых мы собираемся проанализировать происходящее, являются гражданами Китая. Первую зовут Ли Цзыци (李子柒 Li Ziqi). На YouTube у ее канала 13,3 млн. под-

1 Weibo.com



писчиков (Li Z. , 2017). На 13.11.20 у нее было 1 970 286 189 просмотров ее видео (Li Z.) на YouTube, что можно считать очень хорошим результатом. Некоторые отдельные ее видео на этой платформе просмотрели свыше 35 млн. человек. На китайском аналоге YouTube платформы Вейбо на начало ноября 2020 г. у нее было еще больше фанатов – 27,04 млн. человек (Li Ziqi). Но там она завела свой блог в июле 2015 г.

В чем же феномен этой китаянки? Ли Цзыци представляет собой уникальный сплав знатока традиционной сельской культуры китайской глубинки и человека, хорошо ориентирующегося в модных тенденциях современного Китая. Согласно основным сведениям, которые она сообщала о себе, она родилась в 1990 г. в уезде Пинъу провинции Сычуань, расположенной на юго-западе Китая к северу от Тибета.

После развода родителей Цзыци осталась жить с отцом, который, однако, рано умер. Жизнь с мачехой была очень тяжелой, так как та часто обижала ее. Узнав о бедственном положении внучки, ее забрали дедушка и бабушка, живущие в удаленном сычуанском селе. В 14 лет она бросила школу и уехала из деревни в город, пытаясь наладить свою жизнь там. В 2012 г., когда ее бабушка заболела, она вернулась в деревню, чтобы заботиться о ней (Goldthread, 2019).

В этот период начинается новый этап ее жизни. Она пытается продавать через Таобао различные поделки, выкладывает короткие видео на платформу Meitu¹. Позднее она сделала свой канал на платформе Вейбо, и те обратили на нее внимание. В её роликах не было ничего особенного, и сделаны они были непрофессионально. Ли Цзыци ставила телефон на треногу и сама снимала эти видео (Ли Цзыци наконец рассказала о себе!)

Почему из миллионов видео на этой платформе работники Вейбо обратили внимание лишь на эту молодую и даже простую девушку? Ответ на этот вопрос очевиден. Творчество Ли Цзыци – это бесхитростные визуальные нарративы о крестьянской жизни. Именно визуальные, так как она практически ничего не говорит, ничего не рассказывает и ничего не поясняет. В этих видео она показывает процесс приготовления различных традиционных сычуаньских блюд, обработку полей, сбор урожая, создание простой крестьянской мебели из бамбука, изготовление одежды с помощью подручных средств и материалов (Dumke, 2018). Как она сама поясняет, это умение готовить уникальные блюда и делать сельскую ме-

1 Meitu Inc. – китайская компания по производству смартфоном и программного обеспечения, главным образом для редакции фото и видео.



бель из бамбука досталось ей от бабушки и дедушки. Другими словами, эти видео – нарративы, продолжающие культурную традицию деревенской жизни в Сычуане.

Другой особенностью ее видео является то, что она следует принципу «единства действия и места». Она движется в определенном пространстве, но не «перемещается», оставаясь всегда в границах кадра. Такая традиция стала результатом того, что изначально она снимала все сама – со штатива. Сама включала камеру и сама выключала ее. И даже сейчас, когда у нее есть оператор, она предпочитает следовать этому принципу, до мелочей выстраивая картинку в кадре.

И в этом проявляется удивительный парадокс этого весьма креативного проекта. С одной стороны, она молчит¹, но вместе с тем это – полноценный рассказ.

Многие, однако, полагают, что Ли Цзыци никакая не крестьянка, а нанятая для проекта профессиональная актриса, и вся ее биография выдуманная (Kaisa, 2019); (Yu, 2020).

Но как бы то ни было, даже скептики признают, что это великолепный проект. Сама же Ли объясняет, что на создание подобного канала ее натолкнул друг, работающий учителем, который рассказал, что современные городские дети ничего не знают про сельскую жизнь и даже думают, что рис растёт на деревьях. Своим творчеством она хотела поведать о сельской жизни и привнести гармонию в сердца зрителей, т.е. то, что она сама обрела, вернувшись к своим корням (Goldthread, 2019).

Об успешности этого проекта можно судить по тому факту, что он приносит ощутимую прибыль, и в год она зарабатывает от 12 до 24 млн. дол. (Yan, 2020). В любом случае, Ли очень богатый человек, ее проект востребован, и на сегодняшний день у нее интернет-магазин, через который она продает свою продукцию. Кроме этого она получает деньги от показа рекламы, а теперь она открывает фабрику для производства некоторых традиционных сычуаньских блюд (Chinese vlogger Li Ziqi announces new business, 2020).

Другим новым *ванхуном*², представляющей китайский сегмент Интернета, является также молодая девушка, по имени Дяньси Сяогэ (Dianxi Xiaoge 滇西小哥)³. Родилась она в 1990 г., а родом Сяогэ из Юннани. Как и в предыдущем случае, это территория на юго-западе Китая. Культура населения Юннаня коренным образом отличается

1 В кадрах она разговаривает лишь с бабушкой или другими соседками.

2 Ванхун (кит. 网红) – «законодатель Интернета» или «интернет-селебрити».

3 На самом деле это ее псевдоним, и ее настоящее имя Дун Мейхуа (Dong Meihua).



от культуры населения Центрального или Северного Китая. Поэтому, как и в случае с Ли Цзыци, этот материал представляет определенный интерес не только для иностранцев, но и для жителей Китая, ведь даже диалекты, на которых говорят обе девушки для многих китайцев воспринимаются как иностранная речь.

И хотя Дяньси Сяогэ является в основном гастрономическим блоггером, ее контент столь же интересен, как и у Ли Цзыци. Она завела свой блог на YouTube 25 июля 2018, и довольно быстро у нее появилось множество поклонников. На сегодня у нее 6,47 млн. подписчиков на этой платформе, а в совокупности ее видео на YouTube посмотрели более 1624 млн. раз (Dianxi, 2018).

На Weibo у нее 4 663 372 подписчиков (Dianxi Xiaoge), что, конечно, уступает числу поклонников у Ли Цзыци, но по количеству просмотров ее некоторых видео на YouTube она постепенно выходит в лидеры, хотя контент Ли Цзыци намного разнообразнее.

Творчество Ли Цзыци и Дяньси Сяогэ во многом схоже. В обоих случаях нам предлагают некий обобщенный образ сельской глубинки юго-западных районов Китая. Все вращается вокруг деревенской повседневности, но центральной темой остается еда (Ziqifan, 2020). Оба блоггера пытаются представить деревенскую жизнь как некую идеальную картинку, нечто гармоничное и самодостаточное. У жителей деревни все есть, они живут в полном достатке, все дает им окружающая природа. Они трудятся и радуются жизни. Да и труд их – это не нечто непосильное, это – некое прекрасное действие, за которым приятно следить. Другими словами, нам предлагают некую *утопию* чудесной жизни в деревне, в согласии с природой.

Все, что мы потребляем – это прекрасные образы, помогающие нам достичь гармонии в душе. И здесь нет ничего удивительного; собственно, на это и направлено творчество, по крайней мере, Ли Цзыци, о чем она откровенно и заявляла в своем интервью (Goldthread, 2019).

Её видео – как некие иллюстрации, сошедшие со страниц древнейшего поэтического текста китайской литературы Шицзин:

Травы водяной набрала и полыни
В потоке, бегущем по южной долине.
Прилежно зеленые руппии рвет
У края струящихся медленно вод.

Растения собраны, нужно сложить их
В корзинах прямых и овалом плетенных;



В корзины сложила и будет варить их
В треножниках медных, в котлах плоскодонных. (Шицзин, стр. 24)

Сливы опали в саду у меня,
Бережно их я в корзинку кладу.
Тот, кто так ищет и любит меня,
Пусть мне об этом скажет в саду (Шицзин, с. 29).

Мы не случайно обратились к Шицзин, ведь подобные образы можно было найти в поэзии многих древних и средневековых поэтов. Шицзин входит в свод важнейших конфуцианских текстов. Как нам кажется, творчество этих влоггерров также несет в себе ярчайшие примеры конфуцианской идеологии. Они – как иллюстрации примерных девушек из трактатов конфуцианских авторов. Особенно это касается Ли Цзыци – юная сирота, испытывавшая тяготы сиротской жизни, она упорным трудом добивается положения в городе, но все бросает, чтобы ухаживать за своей больной бабушкой. Здесь в деревне она начинает трудиться, все делая сама. Живет в гармонии с природой. Даже если бы это было не так, имело бы смысл выдумать ей именно эту биографию.

Трудолюбие, забота о близких являются также отличительной чертой контента, созданного Дяньси Сяогэ. Важно и то, что они оказываются носителями культурной традиции, так как не привлекают ничего, что связывало бы их с новаторством, механизмами и техникой. Все делается с помощью ручного труда, а все необходимое дает природа.

Правда, здесь есть один очень интересный и необычный момент, указывающий нам на некое новаторство данных образов. Как правило, носителями этих традиций, демонстрирующих свое умение в готовке, создании мебели, ткачестве и т.д., в том числе и на просторах Интернета, выступают уже зрелые или даже старые люди. Таких видео с традиционными ремеслами или традиционными гастрономическими традициями Японии, Китая, Вьетнама имеется достаточно много на Youtube.

В данном случае носителями традиции выступают две молодые девушки, объединяющие в своем творчестве традиционный подход и новые технологии.

Поэтому используя термин Р. Кремерса «кибер-ленинизм» для определения происходящих технологических трансформаций в Китае, мы склонны определить описанную выше ситуацию через термин «кибер-конфуцианство».



Как нам кажется, ситуация с этими блоггерами совершенно не исключение, а вполне конкретная культурная тенденция, наблюдаемая в современном Китае. Эти две «горные феи», как их иногда называют на виртуальном пространстве, являются частью культурной тенденции, которую можно было бы определить через термин «фугу» (复古) – *возрождение древности*. Сторонники этого движения предпочитают носить средневековую одежду, изучают игру на традиционных инструментах и пытаются следовать давно забытым традициям (Yang, 2017).

Во многом эти идеи возрождения древности развиваются в рамках все более усиливающихся тенденций ханьского национализма. Особенно это касается такого направления, существующего в рамках возрождения древности, как «ханьфу» (汉服) – *ханьская одежда*. Последователи ханьфу носят старинную ханьскую одежду, прекратившую свое функционирование в XVII в., после того, как Китай (империя Мин) был завоеван маньчжурами.

Возрождение ханьского костюма имеет сложную историю. С одной стороны на этот процесс повлияла встреча АТЭС, проводимая в 2001 г. в Шанхае, специально для которой китайское правительство пошло костюмы в национальном стиле. Этот костюм, представлявший собой куртку со стоячим воротником, был назван «танским»¹. На самом деле этот костюм был слабо связан с эпохой Тан, а представлял собой соединение разных тенденций². Однако он воспринимался как исконно китайский и получил широкое распространение у населения.

Но в 2003 г. молодой человек по имени Ван Летянь (Wang Letian) из Чжэнчжоу – административного центра провинции Хэнань, расположенной на севере Китая, начал носить собственно танский костюм, получивших обобщенное название «ханьфу» – *ханьская одежда*. (Zhang F., 2009); (Buckley & Northrop, 2018).

Сложно сказать, явилось ли это отправной точкой начала нового культурного течения или действия Ван Летяня были только триггером, спустившим сильно натянутую струну социокультурного напряжения китайцев. Но как бы то ни было, этот поступок подтолкнул многих в Китае к подобным же действиям.

1 Отсылка к эпохе или империи Тан (618 – 907), когда Китай достиг расцвета. Культура и наука в стране процветали, территория Китая увеличилась, Китай оказался центром притяжения для других народов.

2 В основе этого костюма был так называемый «танчжуан» (Tangzhuang) – *танский пиджак* или *танский костюм*. Вместе с тем он мало был связан с эпохой Тан, а восходил к маньчжурской мужской одежде – *магуа*.



По мнению австралийского антрополога Дж. Лейболда, еще одним важным моментом, повлиявшим на эту культурную тенденцию, был эпизод, произошедший 5 октября 2008 г., когда видный китайский историк и директор Института маньчжурских исследований был атакован молодым человеком во время представления своей новой книги «Император Канси»¹. Молодой человек по имени Хуан Хайцин несколько раз ударил 74-летнего профессора по щекам и назвал его «предателем ханьцев» (Leibold, pp. 539-540).

Хотя молодой человек был оштрафован на 1 тыс. юаней и арестован на 15 суток, общественность восприняла этот поступок Хайцина неоднозначно. Многие сочли его действия не только приемлемыми, но и правильными. Позиция старого профессора нуждалась в наказании, так как, по мнению многих, нельзя оправдывать действия Цин по отношению к китайцам (ханьцам). Они уничтожили китайскую культуру, запретили традиционную одежду, прически, навязав новое, и вообще всячески угнетали и унижали китайцев (Leibold, pp. 540-541).

Разгоревшиеся вокруг инцидента страсти подталкивали многих китайцев к высказыванию своей позиции, в том числе и с помощью визуального позиционирования себя. И ханьфу как нельзя лучше служила данным целям.

Своим внешним видом приверженцы ханьской одежды заявляли окружающим, что они-то и есть настоящие китайцы. Из разрозненных действий отдельных энтузиастов данное явление превратилось в движение – *ханьфу юньдун*.

Конечно, не 74-летний профессор, – кстати, китаец по национальности, – был причиной появления такого движения. Как мы уже сказали, академическая позиция старого профессора лишь создала повод для трансляции общественных настроений.

Эти общественные эмоции и раздражение позицией профессора, как нам кажется, были вызваны не столько исторической памятью о завоевании Китая маньчжурами, сколько современным развитием Китая и активным проникновением западной культуры и современных технологий в повседневную жизнь этой страны.

Тенденции глобализации все больше нивелировали отличия китайской культуры от западной. Повседневная культура во всех ее проявлениях менялась, традиционные отношения деформировались. Все это воспринималось традиционалистами как серьезный кризис общества.

1 Император маньчжурской династии Цин, завоевавшей Китай.



В этом ощущении кризиса традиционной культуры Запад и маньчжуры оказались по одну сторону баррикад, хотя в традиционной картине мира им отводились разные места. Завоевание Китая маньчжурами мыслилось как завоевание высокоразвитой цивилизованной страны варварами, разрушившими китайскую цивилизацию.

Отношение к варварам и отношения с варварами всегда были ключевыми моментами в истории Китая. Поднебесная или «Срединное государство», как называли себя жители Китая, мыслили себя центром мира, сосредоточием истинной цивилизации (Якушенков & Якушенкова, 2012).

В этой картине мира не было места другим народам¹, пока в середине XIX в. не наступило новое осознание, свидетельствующее о том, что старая модель мира устарела. Оказалось, что кроме варваров в мире есть и другие, чье место даже более значимо, чем у Срединного государства. Вместе со старой моделью пошатнулась и традиционная конфуцианская система ценностей:

«Именно превращение Китая из мирового государства в одну из мировых наций изменило историческое сознание китайцев. Не только иконоборцы, но и традиционалисты оказались в ситуации, в которой не было места традиционным ценностям. Люди, которые сопротивлялись новому как чуждому, были традиционалистами, а не традиционалистами-приверженцами старого по-новому, выдвигая по существу романтические (релятивистские) аргументы по поводу «национальной сущности», а не рационалистические аргументы, основанные на универсальной значимости. Это были уже не простые конфуцианские аргументы в пользу консерватизма, а консервативные аргументы в пользу конфуцианства; эта перемена была мерой умирания конфуцианства» (Levenson, p. 288).

Эта характеристика общественного сознания Китая второй половины XIX в., данная Дж. Левенесоном, очень подходит и к пониманию нынешней ситуации. Правда, на сегодняшний день ситуация кардинальным образом изменилась. Теперь Китай из одной нации, подобной сотням других, вдруг превратился снова в мировое государство, способное претендовать на то, чтобы считаться Срединным государством не на основании каких-то средневековых

1 Варвары, с точки зрения средневековой картины мира, лишь условно могут именоваться людьми. Их природа ближе к животной, чем к человеческой. Варвар (кит. *и*) или дикарь (кит. *фань*) – это как сырой материал, требующий «готовки» для потребления. Недаром варвары делились на «сырых» и «приготовленных» (Якушенков & Якушенкова, 2012, с. 236).

заблуждений, а на основании той роли, которую оно играет в мире. Но став важной частью мира, Китай постепенно утратил свою «китайскость», что не могло не волновать традиционалистов.



Фотография №1. Девушки в ханьфу, Хайнань. (Фото Саракаевой Э.А.)

Не удивительно, что активную часть участников «ханьфу движения» составляют молодые. Ведь именно им приходится прилагать максимум усилий для самоутверждения в современном мире, и именно перед ними стоит необходимость самоосознания.

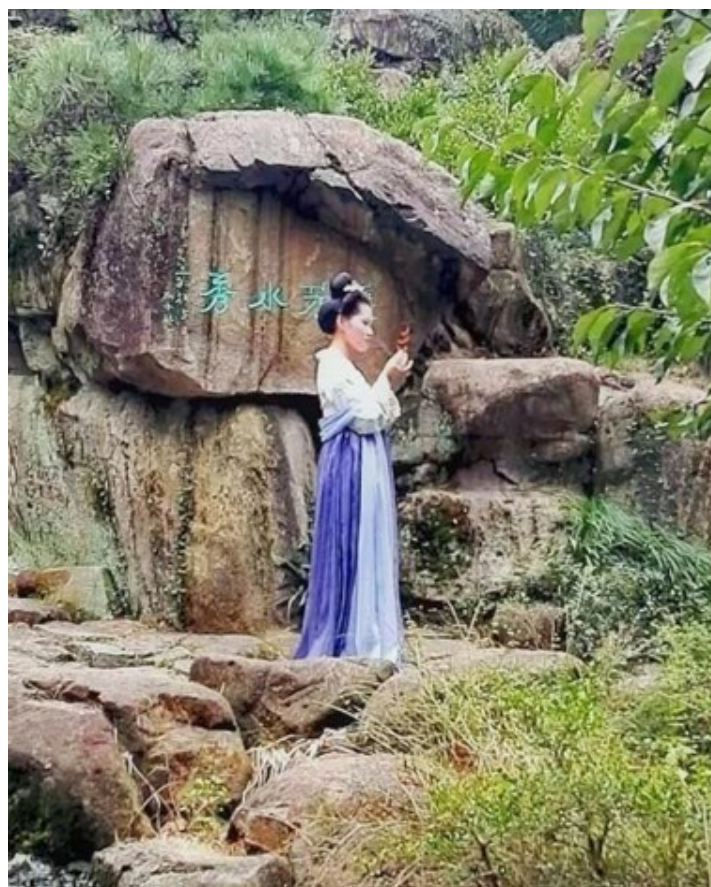
Но ханьфу, как нам кажется, это не только выбор, это еще и уникальный шанс активного визуального позиционирования себя в обществе: возможность выделиться из толпы, заявить о своей непохожести, неповторимости. Здесь, правда, следует понимать, что все это – лишь химера, выдуманный образ, созданный «воображаемым национализмом» (по Б. Андерсон (Андерсон, 2001)).

Как поясняла одна из китаянок, у которой австралийский антрополог К. Каррико брал интервью, «когда она носит «ханьскую одежду, она просто чувствует себя по-другому. Одежда позволяет ей



нести себя и вести себя по-другому» (Carrico, p. 101). Способность объекта изменять то, что чувствуешь и как ощущаешь себя, представляет собой воображаемую силу упомянутого объекта, позволяющего материализовать воображаемое как неотъемлемую часть себя.

Этот «выдуманный» конструкт, построенный на искусственных образах, оказывается чаще всего плодом фантазий, незнанием реальных фактов и восполнением этого незнания национальными фантазиями. В этой выдуманной системе представлений о национальном ханьском костюме было много додумано, сконструировано поколением, выросшем в новом Китае – в стране, экономика которой была построена на производстве дешевых товаров всеобщего потребления. Но именно это и приводило к тому, что и Китай становился страной потребления товаров массового производства. В нем было мало китайского, ведь товары эти предназначались для чужого потребления, и еще меньше в них было индивидуального. В этих условиях общественное сознание нуждалось в новом продукте, который оно и создавало в виде новых образов «китайскости».



Фотография №2. Девушка в ханьфу, прогуливающаяся в парке «Чернильница судьи Бао» на окраине Гуанчжоу. (Фото Саракаевой Э.А.)



Фотография № 3. Манекен, одетый в стиле ханьфу в торговом центре Хайкоу. (Фото Саракоевой Э.А.)

Как казалось многим, основным моментом, в который и прерывалась связь с великим китайским прошлым, и было завоевание Китая маньчжурами. Именно эти захватчики лишили китайцев их культурного достояния. В значительной мере эти представления имели под собой реальные основания. Действительно, маньчжуры навязали китайцам ряд своих культурных традиций. Прежде всего, это касалось мужской стрижки. Так, маньчжуры обязали всех взрослых мужчин выбривать переднюю часть головы, а сзади отпускать волосы и заплетать их в косы. Все, кто не следовал предписаниям, сурово наказывались, вплоть до смертной казни. Исключение было



сделано для буддийских и даосских монахов, детей и некоторых южных племен. Там следовать предписанной прическе должны были старейшины и вожди племен, простые общинники сохраняли свои традиционные формы стрижки.



Фотография № 4. Отдел с платьями ханьфу в одном из торговых центром Хайкоу, 2020. (Фото Саракаевой Э.А.)

Еще меньше предписаний касалось одежды. Маньчжурскую одежду должны были носить только китайцы-чиновники, простолюдины могли сохранить свой привычный ханьский костюм. Традиционную ханьскую одежду могли сохранить и женщины (Rhoads, pp. 61-62).

Другими словами, апелляция к насильственному запрету в ношении ханьфу была лишена всяких оснований.

Как отмечал Ф. Джеймсон, ««возвращение репрессированных» (старомодное, теперь относительно метафорическое название) означает, что устранение субъекта не оставляет нас с объектом *wie es eigentlich gewesen*, а, скорее, со множеством симулякров» (Jameson,



1998, р. 53). Другими словами, якобы «репрессированный» ханьский костюм возвращается в начале XXI в. не в том варианте, каким он должен быть или *wie es eigentlich gewesen*, а в виде множества симулякров.



Фотография № 5. Студент, одетый в ханьфу, во время художественного представления¹, Хайнань, (фото Саракаевой Э.А.)

- 1 Примечательно сочетание ханьфу и современных кроссовок на этом молодом человеке. Такое наличие, казалось бы, несовместимых элементов не смущает сторонников традиционализма, так как важнее наличие символов, чем соответствие образа эпохи. Все это превращает данный костюм в симулякр, более призванный указывать на образ, чем реально соответствовать ему.



Да и само ханьфу – это не статичный навсегда закрепленный в веках паттерн. Ханьфу, сложившееся в эпоху Тан, был своеобразной данью моде и новым культурным отношениям: дальнейшему процветанию Шёлкового пути, усилению в крупных торговых центрах иноэтничных элементов, увеличению объема иностранных товаров и т.д. Культурные изменения привели к серьезным подвижкам в гендерных стереотипах, моделях поведения и т.д.. В моду все больше начинают входить иностранные фасоны одежды и т.д. (Mei, 2011, pp. 26-27). Конфуцианские принципы, довлевшие ранее в китайском обществе, ослабли. Прежние традиции не соблюдались, женщины получили большую свободу, они даже начали носить мужскую одежду, а мужчины нередко следовали традициям женской моды. Недаром именно в этот период впервые возникает движение *фугу* – «восстановление древности». Один из основоположников этого движения литератор и крупный чиновник Хань Юй (768 – 824) призывал к возрождению конфуцианства и искоренению буддизма и даосизма. Аппелляция к конфуцианству была неслучайна. Ни буддизм, и тем более даосизм не беспокоились по поводу культурных трансформаций, и лишь конфуцианство настаивало на соблюдении традиций. При этом эскапизм, любование стариной, жизнь в деревне оказывались базовыми принципами для сторонников *фугу*.

Активное проникновение нового, трансформация традиционной культуры в середине эпохи Тан подтолкнула ряд литераторов и общественных деятелей к высказыванию идей «возрождения старины». Сегодняшние сторонники подобных идей, как и их именитые предшественники, оказываются перед схожими процессами.

Не следует забывать, что нынешнее поколение, надевшее ханьфу – это те, кто вырос на различных китайских дорамах и уся-фильмах, в которых герои одевались именно так. Повзрослев, они решили перенести образы своих любимых героев в реальную жизнь. Следует понимать, что новое платье во многом лишь частично является призывом к «старому». В реальности у этого явления очень сложная природа. Для многих «ханьский образ» – это всего лишь возможность выглядеть необычно, вычленив себя из толпы, подчеркнуть свою индивидуальность, а для других активно заявить о своей «китайскости», противопоставив себя миллионам других, одетых по-современному (Carrico, p. 101).



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как мы могли увидеть, новые китайские медиа во многом находятся не только на острие, направленном в будущее, но и пытаются осознать себя в рамках традиционной культуры, открыть очарование старым, традиционным, неизменным. При этом они активно совмещают новые технологии со старыми идеями, создавая культурный ландшафт, состоящий из новых образов старого. Конечно, эти современные культурные процессы, «облаченные в старые одежды» не являются простым копированием старого, а оказываются креативным процессом создания новых образов, призванных обозначить старое. Эти образы «старого» могут проявлять себя в различных формах: в отдельных вариантах это ханьфу, но в других – традиционная китайская кухня или утопические образы жизни в деревне, как в случае с двумя именитыми блоггерами.

Примечательно, что ни одна из них не предстает перед нами, одетая в ханьфу, ведь для них это – не символ китайскости. Для них поиск традиционализма не завязан на поиске самобытности, характерном для жителей северных и центральных районов Китая. Для Ли Цзыци, жительницы Сычуаня, и тем более для Дяньси Сяогэ, живущей в Юннане, поиск самобытности имеет совершенно иные черты. Культура этих районов, да и диалекты, на которых говорят жители Сычуаня и Юннаня, коренным образом отличаются от традиций и языка Северного и Центрального Китая.

Здесь многие культурные процессы принимают совершенно иные формы. И, как нам кажется, в будущем мы увидим еще много новых форм поиска идентичности, которые будут свидетельствовать о том, что Китай находится в состоянии культурных перемен.

Список литературы

- Appadurai, A. (1988). 1. Introduction: Commodities and the Politics of Value. In A. Appadurai (Ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective* (pp. 3-63). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 295-310.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Buckley, C., & Northrop, K. (2018, 11 22). *A Retro Fashion Statement in 1,000-Year-Old Gowns, With Nationalist Fringe*. Retrieved 11 10, 2020, from The New York



- Times: <https://www.nytimes.com/2018/11/22/world/asia/china-hanfu-gowns-clothing.html>
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Carrico, K. (2017). *The Great Han: Race, Nationalism, and Tradition in China Today*. Oakland: University of California Press.
- China Population*. (2020, November 10). Retrieved November 10, 2020, from Worldometer: <https://www.worldometers.info/world-population/china-population/#:~:text=China%202020%20population%20is%20estimated,397%20people%20per%20mi2>
- Chinese vlogger Li Ziqi announces new business selling local traditional Chinese dish*. (2020, 08 19). Retrieved 11 11, 2020, from Global Times: <https://www.global-times.cn/content/1198238.shtml>
- Chiu, C., Ip, C., & Silverman, A. (2012, April 1). Understanding social media in China. *McKinsey Quarterly*.
- Creemers, R. (2018). Cyber-Leninism: The Political Culture of the Chinese Internet. In M. Price, & N. Stremlau (Eds.), *Speech and Society in Turbulent Times. Freedom of Expression in Comparative Perspective* (pp. 255-273). New York: Cambridge University Press.
- Deibert, R. J. (2002). Dark Guests and Great Firewalls: The Internet and Chinese Security Policy. *Journal of Social Issues*, 58(1), 143--159.
- Dianxi Xiaoge*. (n.d.). Retrieved 11 14, 2020, from Weibo: https://weibo.com/u/6061180654?is_all=1
- Dianxi, X. (25 07 2018 г.). *Dianxi Xiaoge*. Получено 14 11 2020 г., из YouTube: <https://www.youtube.com/c/%E6%BB%87%E8%A5%BF%E5%B0%8F%E5%93%A5dianxiaoge/featured>
- Dumke, E. (2018). *Li Ziqi: The Online Celebrity Bringing Ol' School Traditions to the Modern World*. Retrieved 11 10, 2020, from Chinosity: <https://www.chinosity.com/2019/04/13/li-ziqi-the-online-celebrity-bringing-ol-school-traditions-to-the-modern-world/>
- Geng, L., Xie, X., & Zuyi, L. (2016). Taobao practices, everyday life and emerging hybrid rurality in contemporary China. *Journal of Rural Studies*, 47(B), 514-523.
- Giese, K. (2003). Internet growth and the digital divide: implications for spatial development. In C. R. Hughes, & G. Wacker (Eds.), *China and the Internet: politics and the digital leap forward* (pp. 30-57). London; New York.
- Goldthread. (2019, 09 13). *Exclusive Interview With Li Ziqi, China's Most Mysterious Internet Celebrity*. Retrieved 11 11, 2020, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=J9CfVcXoYh4&list=PL92YWp8gq03GwC8ksjJiJ_s2xq0QVM6w7&index=2



- Hao, Y.-P., & Wang, E.-M. (1980). Changing Chinese views of Western relations, 1840–95. In *The Cambridge History of China, 1800–1911* (pp. 141-201). London, New York: Cambridge University Press.
- Jameson, F. (1998). *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern 1983-1998*. New York: Verso.
- Kaisa. (26 09 2019 г.). *Li Ziqi - единственный видеоблогер, на которого я подписана*. Получено 11 11 2020 г., из Spletnik: http://www.spletnik.ru/blogs/krasota/173161_li-ziqi-edinstvennyy-videobloger-na-kotorogo-ya-podpisana
- Leibold, J. (2010). More Than a Category: Han Supremacism on the Chinese Internet. *The China Quarterly*, 203, 539 - 559.
- Levenson, J. R. (1970). The Genesis of Confucian China and Its Modern Fate. In L. P. Curtis (Ed.), *The Historian's Workshop: Original Essays by Sixteen Historians* (pp. 277-291). New York: Knopf.
- Li Ziqi. (n.d.). *Li Ziqi*. Retrieved 11 13, 2020, from Weibo: https://weibo.com/p/1005052970452952/home?from=page_100505&mod=TAB&is_all=1#place
- Li, A. H. (2017). E-commerce and Taobao Villages. A Promise for China's Rural Development? *China Perspectives*(3), 57-62.
- Li, Z. (2017, 08 22). *Liziqi*. Retrieved 11 11, 2020, from YouTube: <https://www.youtube.com/c/cnliziqi>
- Lin, Y. (2019, Yanliu Lin). E-urbanism: E-commerce, migration, and the transformation of Taobao. *Cities*, 91, 202-212.
- Liu, M., Zhang, Q., Gao, S., & Huang, J. (2020). The spatial aggregation of rural e-commerce in China: An empirical investigation into Taobao Villages. *Journal of Rural Studies*, In Press.
- Mei, H. (2011). *Chinese Clothing*. New York: Cambridge University Press.
- Miller, T., Govil, N., McMurria, J., & Maxwell, R. (2001). *Global Hollywood*. London: BFI Publishing.
- Min Jiang. (2010). Authoritarian Informationalism: China's Approach to Internet Sovereignty. *SAIS Review*, 30(2), 71-89.
- Negro, G. (2017). *The Internet in China: From Infrastructure to a Nascent Civil Society*. N.C.: Palgrave Macmillan.
- Qi, J., Zheng, X., & Guo, H. (2019, February). The Formation of Taobao Villages in China. *China Economic Review*, 53(C), 106-127.
- Qi, Y. (2000). The Current Situation and Prospect of Chinese Information Resources on the Web. *Social Science Computer Review*, 18(4), 484-489.
- Rhoads, E. J. (2000). *Manchus & Han: Ethnic Relations and Political Power in Late Qing and Early Republican China, 1861-1928*. London: University of Washington Press.



- Roberts, M. E. (2018). *Censored: Distraction and Diversion Inside China's Great Firewall*. Princeton; Oxford: Princeton University Press.
- Spangler, T. (2019, 05 03). *YouTube Now Has 2 Billion Monthly Users, Who Watch 250 Million Hours on TV Screens Daily*. Retrieved 11 11, 2020, from Variety: <https://variety.com/2019/digital/news/youtube-2-billion-users-tv-screen-watch-time-hours-1203204267/>
- Tai, Z. (2006). *The Internet in China: cyberspace and civil society*. New York: Routledge.
- Tuan, Y.-F. (2001). *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tuan, Y.-F. (2003). On Human Geography. *Daedalus*, 132, сtp. 134-137.
- Wang, J., & Wang, C. (2020). Social Dimensions of the Internet Economy. In S. Liu, & J. Wang (Eds.), *The Internet Society in China. A 2016 Report* (pp. 1-55). Singapore: Palgrave Macmillan.
- Wang, X. (2016). *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press.
- Wei, Y. D., Lin, J., & Zhang, L. (2020). E-Commerce, Taobao Villages and Regional Development in China. *Geographical Review*, 110(3), 380-405.
- Yan, A. (2020, 01 10). *Chinese YouTube star Li Ziqi dismisses claim she makes US\$24 million a year*. Retrieved 11 11, 2020, from South China Morning Post: <https://www.scmp.com/news/china/society/article/3045620/chinese-youtube-star-li-ziqi-dismisses-claim-she-makes-us24m>
- Yang, C. (2017, 11 06). *China's Cultural Revivalists: More Than Just Quirky Throwbacks*. Retrieved 11 15, 2020, from Sixth Tone: <https://www.sixthtone.com/news/1001121/chinas-cultural-revivalists-more-than-just-quirky-throwbacks>
- Yu, J. (2020, 8 14). *To China critics, vlogging village life is propaganda*. Retrieved 11 11, 2020, from Global Times: <https://www.globaltimes.cn/content/1197734.shtml>
- Zhang, F. (2009, 05 31). *Hanfu: Weaving pride with fashion*. Retrieved 10 10, 2020, from Global Times: <https://www.globaltimes.cn/content/433532.shtml>
- Zhang, L. L. (2006). Behind the 'Great Firewall'. Decoding China's Internet Media Policies from the Inside. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(3), 271–291.
- Ziqifan. (2020, 01 22). *Li Ziqi vs. Dianxi Xiaoge: Similar Idea, Different Style, Equally Amazing*. Retrieved 11 13, 2020, from Li Ziqi Unofficial Fan Page: <https://liziqi-fan/news/li-ziqi-dianxi-xiaoge-similar-idea-different-style/>
- Андерсон, Б. (2001). *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. М.: «КАНОН-пресс-Ц».
- Лефевр, А. (2015). *Производство пространства*. Москва: Strelka Press.
- Ли Цзыци наконец рассказала о себе! (15 09 2019 г.). Получено 10 11 2020 г., из Yehe.Asia: https://yehe.asia/articles/themes/traditions/411-Li_Ziqi_is_finally_told_about_herself/



Шицзин. (1957). М.: Академии наук СССР.

Якушенков, С. Н. (2016). На границе тучи ходят хмуро, край суровый тишиной объят. *Журнал фронтирных исследований*, (4), 7-32.

Якушенков, С. Н., & Романова, А. П. (2016). Хоррористический ландшафт Хоры, или Платон vs Тёрнер. *Вопросы философии*, (12), 73-81.

Якушенков, С. Н., & Якушенкова, О. С. (2012). Тело варвара: конструирование образа Чужого на китайском фронтире. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, (4), 233-240.

References

Anderson, B. (2001). *Imagined communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Moscow.: «KANON-press-TS». (In Russian).

Appadurai, A. (1988). 1. Introduction: Commodities and the Politics of Value. In A. Appadurai (Ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective* (pp. 3-63). Cambridge, New York: Cambridge University Press.

Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7(2-3), 295-310.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Buckley, C., & Northrop, K. (2018, 11 22). *A Retro Fashion Statement in 1,000-Year-Old Gowns, With Nationalist Fringe*. Retrieved 11 10, 2020, from The New York Times: <https://www.nytimes.com/2018/11/22/world/asia/china-hanfu-gowns-clothing.html>

Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.

Carrico, K. (2017). *The Great Han: Race, Nationalism, and Tradition in China Today*. Oakland: University of California Press.

China Population. (2020, November 10). Retrieved November 10, 2020, from Worldometer: <https://www.worldometers.info/world-population/china-population/#:~:text=China%202020%20population%20is%20estimated,397%20people%20per%20mi2>

Chinese vlogger Li Ziqi announces new business selling local traditional Chinese dish. (2020, 08 19). Retrieved 11 11, 2020, from Global Times: <https://www.global-times.cn/content/1198238.shtml>

Chiu, C., Ip, C., & Silverman, A. (2012, April 1). Understanding social media in China. *McKinsey Quarterly*.

Creemers, R. (2018). Cyber-Leninism: The Political Culture of the Chinese Internet. In M. Price, & N. Stremlau (Eds.), *Speech and Society in Turbulent Times. Freedom*



- of Expression in Comparative Perspective* (pp. 255-273). New York: Cambridge University Press.
- Deibert, R. J. (2002). Dark Guests and Great Firewalls: The Internet and Chinese Security Policy. *Journal of Social Issues*, 58(1), 143--159.
- Dianxi Xiaoge. (n.d.). Retrieved 11 14, 2020, from Weibo: https://weibo.com/u/6061180654?is_all=1
- Dianxi, X. (25 07 2018 г.). *Dianxi Xiaoge*. Получено 14 11 2020 г., из YouTube: <https://www.youtube.com/c/%E6%BB%87%E8%A5%BF%E5%B0%8F%E5%93%A5dianxiaoge/featured>
- Dumke, E. (2018). *Li Ziqi: The Online Celebrity Bringing Ol' School Traditions to the Modern World*. Retrieved 11 10, 2020, from Chinosity: <https://www.chinosity.com/2019/04/13/li-ziqi-the-online-celebrity-bringing-ol-school-traditions-to-the-modern-world/>
- Geng, L., Xie, X., & Zuyi, L. (2016). Taobao practices, everyday life and emerging hybrid rurality in contemporary China. *Journal of Rural Studies*, 47(B), 514-523.
- Giese, K. (2003). Internet growth and the digital divide: implications for spatial development. In C. R. Hughes, & G. Wacker (Eds.), *China and the Internet: politics and the digital leap forward* (pp. 30-57). London; New York.
- Goldthread. (2019, 09 13). *Exclusive Interview With Li Ziqi, China's Most Mysterious Internet Celebrity*. Retrieved 11 11, 2020, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=J9CfVcXoYh4&list=PL92YWp8ggq03GwC8ksjJiJ_s2xq0QVM6w7&index=2
- Hao, Y.-P., & Wang, E.-M. (1980). Changing Chinese views of Western relations, 1840–95. In *The Cambridge History of China, 1800–1911* (pp. 141-201). London, New York: Cambridge University Press.
- Jameson, F. (1998). *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern 1983-1998*. New York: Verso.
- Kaisa. (26 09 2019). *Li Ziqi – the only blogger I am subscribed*. Retrieved 11 11 2020, from Spletnik: http://www.spletnik.ru/blogs/krasota/173161_li-ziqi-edinstvennyy-videobloger-na-kotorogo-ya-podpisana
- Lefebvre, H. (2015). *The Production of Space*. Moscow: Strelka Press. (In Russian).
- Leibold, J. (2010). More Than a Category: Han Supremacism on the Chinese Internet. *The China Quarterly*, 203, 539 - 559.
- Levenson, J. R. (1970). The Genesis of Confucian China and Its Modern Fate. In L. P. Curtis (Ed.), *The Historian's Workshop: Original Essays by Sixteen Historians* (pp. 277-291). New York: Knopf.
- Li Ziqi at last told about herself!* (15 09 2019 г.). Retrieved 10 11 2020, from Yehe.Asia: https://yehe.asia/articles/themes/traditions/411-Li_Ziqi_is_finally_told_about_herself/



- Li Ziqi. (n.d.). *Li Ziqi*. Retrieved 11 13, 2020, from Weibo: https://weibo.com/p/1005052970452952/home?from=page_100505&mod=TAB&is_all=1#place
- Li, A. H. (2017). E-commerce and Taobao Villages. A Promise for China's Rural Development? *China Perspectives*(3), 57-62.
- Li, Z. (2017, 08 22). *Liziqi*. Retrieved 11 11, 2020, from YouTube: <https://www.youtube.com/c/cnliziqi>
- Lin, Y. (2019, Yanliu Lin). E-urbanism: E-commerce, migration, and the transformation of Taobao. *Cities*, 91, 202-212.
- Liu, M., Zhang, Q., Gao, S., & Huang, J. (2020). The spatial aggregation of rural e-commerce in China: An empirical investigation into Taobao Villages. *Journal of Rural Studies*, In Press.
- Mei, H. (2011). *Chinese Clothing*. New York: Cambridge University Press.
- Miller, T., Govil, N., McMurria, J., & Maxwell, R. (2001). *Global Hollywood*. London: BFI Publishing.
- Min Jiang. (2010). Authoritarian Informationalism: China's Approach to Internet Sovereignty. *SAIS Review*, 30(2), 71-89.
- Negro, G. (2017). *The Internet in China: From Infrastructure to a Nascent Civil Society*. N.C.: Palgrave Macmillan.
- Qi, J., Zheng, X., & Guo, H. (2019, February). The Formation of Taobao Villages in China. *China Economic Review*, 53(C), 106-127.
- Qi, Y. (2000). The Current Situation and Prospect of Chinese Information Resources on the Web. *Social Science Computer Review*, 18(4), 484-489.
- Rhoads, E. J. (2000). *Manchus & Han: Ethnic Relations and Political Power in Late Qing and Early Republican China, 1861-1928*. London: University of Washington Press.
- Roberts, M. E. (2018). *Censored: Distraction and Diversion Inside China's Great Firewall*. Princeton; Oxford: Princeton University Press.
- Shijing. (1957). Moscow: Academi of Science of USSR. (In Russian)
- Spangler, T. (2019, 05 03). *YouTube Now Has 2 Billion Monthly Users, Who Watch 250 Million Hours on TV Screens Daily*. Retrieved 11 11, 2020, from Variety: <https://variety.com/2019/digital/news/youtube-2-billion-users-tv-screen-watch-time-hours-1203204267/>
- Tai, Z. (2006). *The Internet in China: cyberspace and civil society*. New York: Routledge.
- Tuan, Y.-F. (2001). *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Tuan, Y.-F. (2003). On Human Geography. *Daedalus*, 132, стр. 134-137.
- Wang, J., & Wang, C. (2020). Social Dimensions of the Internet Economy. In S. Liu, & J. Wang (Eds.), *The Internet Society in China. A 2016 Report* (pp. 1-55). Singapore: Palgrave Macmillan.



- Wang, X. (2016). *Social Media in Industrial China*. London: UCL Press.
- Wei, Y. D., Lin, J., & Zhang, L. (2020). E-Commerce, Taobao Villages and Regional Development in China. *Geographical Review*, 110(3), 380-405.
- Yakushenkov, S. N. (2016). Gloomy clouds cover the border - the stern land is enveloped in silence. *Journal of Frontier Studies*, (4), 7-32. (In Russian)
- Yakushenkov, S. N., & Romanova, A. P. (2016). Horrid landscape of Chora or Plato vs Turner. *Voprosy Filosofii*, (12), 73-81. (In Russian)
- Yakushenkov, S. N., & Yakushenkova, O. S. (2012). Barbarian Body: Construction Of The Alien's Body On The Chinese Frontier. *Caspian Region: Politics, Economic, Culture*, (4), 233-240. (In Russian)
- Yan, A. (2020, 01 10). *Chinese YouTube star Li Ziqi dismisses claim she makes US\$24 million a year*. Retrieved 11 11, 2020, from South China Morning Post: <https://www.scmp.com/news/china/society/article/3045620/chinese-youtube-star-li-ziqi-dismisses-claim-she-makes-us24m>
- Yang, C. (2017, 11 06). *China's Cultural Revivalists: More Than Just Quirky Throwbacks*. Retrieved 11 15, 2020, from Sixth Tone: <https://www.sixthtone.com/news/1001121/chinas-cultural-revivalists-more-than-just-quirky-throwbacks>
- Yu, J. (2020, 8 14). *To China critics, vlogging village life is propaganda*. Retrieved 11 11, 2020, from Global Times: <https://www.globaltimes.cn/content/1197734.shtml>
- Zhang, F. (2009, 05 31). *Hanfu: Weaving pride with fashion*. Retrieved 10 10, 2020, from Global Times: <https://www.globaltimes.cn/content/433532.shtml>
- Zhang, L. L. (2006). Behind the 'Great Firewall'. Decoding China's Internet Media Policies from the Inside. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(3), 271-291.
- Ziqifan. (2020, 01 22). *Li Ziqi vs. Dianxi Xiaoge: Similar Idea, Different Style, Equally Amazing*. Retrieved 11 13, 2020, from Li Ziqi Unofficial Fan Page: <https://liziqi-fan/news/li-ziqi-dianxi-xiaoge-similar-idea-different-style/>



CHINESE FANS' PATRIOTISM CREATING QUANDARY IN THE DIGITAL MEDIA ERA

Shiyu Zheng (a)

(a) University of Warwick. Coventry, UK. Email: s.zheng.1[at]warwick.ac.uk

Abstract

China is considered to be a nation with the largest number of netizens and online fandom throughout the world. The power of netizens cannot be overlooked, particularly with regard to the digital mobilization of nationalism. In a recent event regarding a geographic map controversy spawned by the TV series of *Go Go Squid!* many netizens became fan patriots and activists for territorial integrity. This TV series caused tremendous resistance due to its showing an incomplete Map of China in one of its episodes on 31st July 2019. This research deploys three research methods of netnography (digital scraping of fan expression), a qualitative interview and commentary analysis to examine fans' engagement upon this sensitive issue in China. The fans of the series and its main character naturally divided into different groups to show their opposing standpoints. With the help of Chinese featured cyberspace, Chinese netizens were hierarchically grouped as either loyal fans of the series, general/ordinary fans of the actress, or fan patriots and fan activists of the nation. Ambivalent attitudes from state media intensified the debates to call for a much more robust mechanism to guide cyber fandom.

Keywords

Fan patriotism; Individual activism; Collective nationalism; Chinese cyberspace; Chinese TV series



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ПАТРИОТИЗМ КИТАЙСКИХ ФАНАТОВ СОЗДАЕТ ДИЛЕММУ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Чжэн Шиюй (а)

(а) Университет Уорик. Ковентри, Великобритания. Email: s.zheng.1[at]warwick.ac.uk

Аннотация

Китай считается страной с самым большим количеством нетизенов и онлайн-фандомов. Нельзя упускать из виду мощь нетизенов, особенно при цифровой мобилизации национализма. Во время недавнего инцидента с картой в телесериале “Вперед, Кальмар!” большое количество нетизенов превратилось в фан-патриотов и активных борцов за территориальную целостность страны. Этот сериал вызвал огромное негодование в связи с демонстрацией неполной карты Китая в одном из эпизодов 31 июля 2019 года. В этой статье используются три метода нетнографии (анализ высказываний фанатов в сети), качественное интервью и анализ комментариев для изучения вовлечения фанатов в обсуждение в Китае этого деликатного вопроса. Фанаты сериала и его главной героини естественным образом разделились на разные группы, демонстрируя противоположные точки зрения. Китайские нетизены с помощью китайского киберпространства были иерархически сгруппированы как преданные поклонники сериала, обычные поклонники актрисы, фан-патриоты и фан-активисты нации, соответственно. Противоречивое отношение к этой ситуации со стороны государственных медиа подогрело дискуссии, призывающие к созданию механизма гораздо более надежного руководства кибер-фандомом.

Ключевые слова

Фан-патриотизм; индивидуальный активизм; коллективный национализм; Китайское киберпространство; Китайские сериалы



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



INTRODUCTION

Every country has patriots. However, the ways patriotism is expressed differently across nations (Yang, 2019). In recent years, cyber patriotism is on the rise in China (Han, 2019). An increasing number of netizens choose to express personal or collective patriotic calls to digital peers. Some of them gradually evolve their identity as fans of the nation who love their country in the same way they love their idols. This is because nationalist dynamics upwell and spread to myriad news events such as the “South China Sea issue”, the “Zhao Wei incident”, the “Horton event”, “THAAD dispute”, etc. (Wu, Li, & Wang, 2019). Because of these events, more and more fans who idolize the nation play a key role because of their love of the nation. Their supports or boycotts regarding nationalist dynamics have increased in frequency. They nicknamed China as the “Bro of A Zhong”¹ to show their sibling-like love of China. This new kind of fan patriots have spawned diverse practices and as a result have become an increasingly controversial group in the studies of Chinese fandom because of their rapid growth and increased calls for cyber movements. They are growing a new community that has the power to express patriotic opinions online through both individual practices and organized collective events.

In order to better explore the deep reasons behind fans’ patriotism as expressed in cyberspace, this article will connect Chinese nationalism and patriotism to the development of Chinese cyber culture and internet activism in the 21st century via a case analysis of “Boycotting Yangzi”. An analysis of fan patriotism requires elaboration upon differing degrees of fan identity in order to explain fan expressions in cyberspace. Since cyberspace can be regarded as a virtual community that reveals different emotions, ideas, and lifestyles, group behaviour in cyberspace needs to also be characterized by its underlying collective action (Liu, 2019). Within virtual communities, the role of individual fans and their diverse practices help to deconstruct fan patriotism in China. To this end, the author will analyse the individual and collective fan expressions to explain fan practices and the transfer of their ideas into culture at large. Given the background of the strengthened political and cultural censorship of cyberspace in modern China, this study attempts to incorporate fans’ nationalistic practices within the current featured Chinese internet culture.

1 A Zhong is a Chinese interpretation of China. They have personated China as their brother to show the respect of their “idol”- China.



Therefore, this article will explore how and why fan patriotism has been performed hierarchically and how individual fans became activists within the context of unique internet culture and fandom in Mainland China. This research draws on data collected through several different resources. First, the author conducted in-depth ethnographic research online by observing the targeted fan practices on Weibo¹ pages and Zhihu forums. Second, based upon online observations, the author scraped the Top 20 popular posts with 25,536 comments on Weibo and Zhihu² respectively (in a total of 40 posts) by hand to create the dataset for further analysis of fans' identities. Third, the author selected the top five news reports and commentaries containing the most online comments from representative state news agencies, such as People's Daily, in order to supplement data obtained through other means.

Based upon the collected data and analysis from the aforementioned methods, it is clear to see that fan patriotism in this article did not get authentic support from the state; instead, it employed various fan-related stakeholders in the market as directors, or agents of differing purposes and interests. The author utilizes the case of "Boycotting Yangzi" to observe fan types online such as the loyal fans who protected their idol (Yangzi) without succumbing to external influence from other parties, as well as ordinary fans who became fan patriots because of their love of the nation. The author also reviewed the above types of fans' practices and online performance in order to determine their reasons for engagement, and to discover why some ordinary fans became fan patriots. The classification of fan identities will be highlighted over the analysis of their practices, which involves degrees of loyalty, the mobilization of obsession, the extent of nationalism, and the rationale for their expressed form of patriotism (Han, 2019). Little scholarship has covered the phenomenon in China of an increasing number of fans becoming patriots due to sensitive political situations and the upsurge of fan nationalist movements. Hierarchical fan identities share different roles and responsibilities with regard to patriotism within the current cyberspace in China, according to the author's online observation. As a famous star, Yangzi shared the stigma of being mixed into groups of "fans" who flagged up their identity while carrying out efforts to boycott Yangzi and her fans (like an anti-fan). For this reason, the author proposes that a bipolar participatory fan culture is emerging through fan patriotism via "collective patriotism" and "individual activism" between loyal fans and ordinary (general) fans (Sandvoss

1 Weibo is a microblogging site in China, equivalent to Twitter.

2 Zhihu is a Chinese question-and-answer website where questions are created, answered, edited and organized by the community of its users



& Kearns, 2018). By the same token, it is not a negative signal to reveal that fan patriotism can be expressed under a disunified organization facilitated by technology. This means that these fans do not have a coherent connection and uniform organisation, but rather that they have worked out of self-interest and their own sense of patriotism, which technology both records and disseminates. Under this circumstance, Chinese featured cyber patriotism is dramatically distorted by fans and the resulting switch between collective patriotism and individual activism creates a bipolar fan culture – a new area of fandom studies in China.

NATIONALISM AND PATRIOTIC EDUCATION

There is no single definition of nationalism, even though nationalism is always considered to be a way to identify the concept of nations in general. Nationalism may include dimensions such as a sense of belonging, collective identity, and loyalty to a nation (He & Guo, 2000). Defining what a nation actually is in contrast to nationalist views is key to understanding how nationalism arises within a nation's populace (Li, 2019). Previous scholars such as Benedict Anderson (1991) have made clear distinctions between nation and nationalism. Nation is a term used to define a group of people sharing the same language, origin, religion, and ancestry (Li, 2019). Anderson (1991) defines nation as “an imagined community and imagined as both inherently limited and sovereign” (p.3). Communitive practices such as media and mass communication support the construction of both the concept of nation and nationalism. Understanding nationalism and nation helped us understand the rise of nationalism (Li, 2019).

Nationalism is a powerful and nearly universal sentiment that influences national and international politics in the modern world. The power of nationalism comes from the fact that it “locates the source of individual identity within a ‘people’, which is seen as the bearer of sovereignty, the central object of loyalty, and the basis of collective solidarity” (Greenfeld, 1992, p.3). China started to recognise the importance of national prosperity after the foundation of “New China” in 1949. The traumatic experience with other nations before 1949 produced a sense of inferiority in China and from then on, the recognition of nationalism came into the public mind (Pusey, 1983; Li, 2019). However, at that time, nationalism was characterized by vague concepts combined with an ambivalence derived from both a sense of victimization and an expression of patriotism (Li, 2019). Since the foundation of the People's Republic of China (PRC) 1949, the Party in power – the Chinese Communist Party (CCP) – has officially and constantly constructed a sense of nationalism throughout the country.



“Chinese nationalism seeks to orient its imagined community around a duality of narratives: 1) a negative thesis of resisting Western, imperialist humiliation, and 2) a positive thesis of national pride in the country’s collective achievements, which are attributed to the collective sacrifices and hard work of the Chinese people.” (Zhao, 2004; Wong, 2020). This duality has been applied on all sides of life as Chinese nationalism aims to build upon a strong sense of collectivism while simultaneously avoiding individualism among the populace. Collectivism became a key feature of Chinese nationalism. Especially in the post Deng-era, Chinese nationalism become increasingly bellicose, “adopting characteristics of what some term ‘assertive’ or ‘aggressive’ nationalism. The former refers to the country’s continued efforts to establish its influence and status on the global stage; the latter denotes the country’s militaristic and rhetorical escalation toward the West.” (Wong, 2020, para.11). Due to the long history of being invaded, both the victim as well as victor narratives have been employed to counter imperialism. The Chinese government strengthened and reinforced such nationalistic tendencies via political and economic control, as well as through patriotic education led by the CCP following the foundation of the PRC (1949). “The concept of nationalism is often expressed in Chinese as *aiguozhuyi* (patriotism) (Zhao, 1998, p.290) while patriotism is considered to be a product of the nation-state system. “Chinese patriotism can be understood as a state-centric conception of nationalism or [...] a state-led nationalism”. Under this circumstance, “schools, among other societal institutions, have been called upon to shape citizens’ knowledge, attitudes, and behaviour toward society, the nation, and the state through political education (Fairbrother, 2004, p.157)”.

Although the “content of patriotic education campaign was wide-ranging, three themes dominated the campaign: Chinese tradition and history, territorial integrity, and national unity” (Zhao, 2004, p.9). These three themes are linked closely with each other, so that the perception that Chinese tradition is under fierce attack has become the focus in patriotic education due to China’s experience of a long history against foreign oppression and aggression (Zhao, 2004). Such tradition and history further amplify the significance of territorial integrity and national unity in the present day. The CCP reinforces this territorial integrity and national unity by means of national legislation, as well as designating a national map and national flag. In order to effectively implement this three-themed patriotic education, the CCP carried out its campaign through schools in order to maintain political stability and enforce intellectual stagnation (Fairbrother, 2004). Regular on-site meetings regarding patriotic education were held in primary and secondary schools; primary and secondary

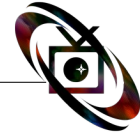


schools were required to watch patriotic movies recommended by the State Education Commission; the patriotic program and courses were introduced into the syllabus from primary to tertiary education, including but not limited to courses on Marxist political science. (Zhao, 1998). Forms of patriotism were not only limited to the education area, but were also expanded to the economic field. After the Cultural Revolution (1966-1976) and the Reform and Opening-up Policy (1978), the Chinese government relied on economic development to justify its legitimacy and the people's patriotism. China's economic reform greatly benefited the middle class, who were conservative and supported the patriotism constructed by CCP in general rather than seeking more freedom and democracy (Cheng & Dickson, 2010). They accounted for the largest proportion of the Chinese population. This contrasted with the expectation from western politicians and had an apparent impact on people's cohesion and centripetal force. China's patriotism meanwhile called for more global participation in terms of economic and cultural exchange, which opened up the mindset to accept more information and media flows from the West. However, due to the major political movement¹ in the early 1990s, "many elites shifted away from politics to business and money-making" (Li, 2019, p.17), which helped China to deepen its degree of global participation with regard to economics in order to develop increased consumerism. By contrast, the political movement also strengthened the control of information access in mainland China, which led to more oversight from the CCP and authorities of media presence and reports. From the 1990s to the 2000s, the emergence of the internet dramatically changed people's access to information, products, and services. The internet played a key role in "producing and selling nationalism" (Li, 2019, p.22). Chinese people were able to receive more information from the West and their perception of patriotism was shaped daily, with the help of internet culture as well as the aforementioned state-led patriotic education (Song, Zhang, Qiao, Tang & Gu, 1996). Therefore, the CCP has kept a close eye on the internet information dissemination.

INTERNET CULTURE FOR CHINESE NATIONALISM

In the mid-1990s, the internet culture began to mature. Cyber nationalism came into rise after 2000s. Consequently, more nationalism is now visible in cyberspace via online posts. Whereas the content of Chinese nationalism did not experience dramatic changes, novel internet information dissemination created a challenge to traditional expressions of nationalism and patriotism. Therefore, the CCP strengthened the control and gov-

1 Five Fourth Movement.



ernance of internet information in order to target the netizens community. This strategy became a double-edged sword. Most Chinese netizens tended to show their support and respect for China, other than opposing views, due to the censorship and restriction of online expression. Chinese netizens were more careful in expressing their views on Chinese nationalism when inserting words to be recorded in the digital sphere (Yang, 2019), so that there were few differing opinions presented, even though the internet is considered to be a relatively free space of expression. Consequently, an increasing number of Chinese patriots followed the authoritative logic of economic development to extol the prosperity of China and emotionally argued against opposing voices who questioned modern prosperity as being compatible with patriotism. They demonstrate an increased sensitivity that makes them reactive toward patriotism because of the media censorship and the patriotism supported and enforced by the CCP. Over their reactive actions, “Boycotting Yangzi” is an example worthy of greater examination because it responded to the practitioners against territorial integrity and pro-Taiwan Independence reactively with its huge influence in Mainland China.

On 31st July 2019, a patriotic campaign called “抵制杨紫 (in English Boycotting Yangzi)” (actress and investor) in defence of the “One China Principle” took place in Chinese cyberspace. It was originated from an overwhelmingly heated Chinese TV series (*Go Go Squid!*) in July of 2019, produced by Yangzi, a popular actress and investor in China. In the broadcast of the episode (of the TV series) on 30th July 2019, the Map of China was presented in an incomplete manner as it lost the key and sensitive parts of Taiwan, Southern part of Tibet, Hainan Island and Aksai Chin (China Youth Daily, 2019). On the next day, the state news agency, People’s Daily (the official paper of China’s state party) released a report to object to this televised depiction of the Map of China, which resulted in more debates on the internet. As the lead actress and producer of the series, Yangzi was immediately thrust into the limelight, denounced and blamed by fan patriots and those who had been watching the TV series. The incident was further aggravated when the director of the TV series was investigated and found to be a self-declared supporter of Taiwan independence. Following the aired episode, tens of thousands of critical comments and messages were left on Yangzi’s personal Weibo account, and even many so-called Yangzi’s fans criticised their idol out of patriotic sentiments. At the same time, another leading Chinese news media site, Zhihu, set up special Q&A discussions for this incident, and more than 5,000 fans commented and answered the relevant questions within 24



hours. Over the course of the event, the “loyal” fans of Yangzi came out to fight for their favourite star while the “ordinary (general)” fans insisted on their so-called justice to castigate Yangzi.

The incident took place because of well-established social and political conventions in China. The internet culture was initiated during the mid-1990s when Chinese society was experiencing a period of “unprecedented disenchantment” (Yang, 2019, p.1). Due to the transformation of the market economy and the emergence of commercial culture, Chinese society started to dramatically swing its moral orientation towards individualism, which became a distinct feature in the media-saturated politics of contemporary China (Yang, 2019). People were understood to be correct in their pursuit of personal interests and value, whereas previously collectivism had been viewed as the first priority over individualism since the foundation of People’s Republic of China in 1949. This trend of individualism has become more prevalent in the internet culture over the first two decades of the 21st century, especially due to the fact that Hong Kong and Taiwan are not directly governed by a Chinese central authority. In the second half of 2019, the rebellions of Hong Kong as well as Taiwan’s independence being recognized by other countries have created an increased volatility. More events of cyber fan activism have taken place to resist the rebellions, creating huge waves of public opinions about the shape and strength of China’s patriotism.

CYBER FAN ACTIVISM

The “Boycotting Yangzi” is a recent typical example of fan patriotism in China – it reflects the featured characteristic of fan activism in the civic engagement. Fans have been celebrated for their activism (Bennett, 2012; Jenkins & Shresthova, 2012) whereas fan studies have not further developed with specific regard to Chinese fandom. The internet has played an important role in producing and constructing fan activism in the digital era. Through this process, fans have been divided into different subgroups via their diverse degrees of engagement and performance so that cyber fan categories are elaborated in detail with an emphasis on fan activism.

Over the past thirty years, “China has experienced the extremely rapid proliferation of information and communications technology (ICT) that has given rise to new social networks with unprecedented power” (Esarey & Xiao, 2011, p. 298). Over these new social networks, fan activists created a unique network characterized by new forms of presence and expression in the digital era. As Pearson (2010, p. 87) argued, “it is fans’ giving, receiving, and reciprocating which resulted in the creation of fan



social networks”. However, fans’ giving, receiving, and reciprocating have been distorted in the discourse of online patriotism in China due to strong emotional, personal and extreme activism. China has witnessed a rapid proliferation of online fan activism and noteworthy presence in recent years due to the development of social media. For example, social media in China such as microblogs (Weibo) have “offered numerous channels and various platforms to participate in cultural practices in pursuit of all kinds of fan objects” (Zhang & Mao, 2013, p. 45). The emergence of featured digital media sites such as Zhihu, Weibo, Post Bar, and others in China has boosted Chinese fans into the realm of activism despite the fact that most of them were general fans revealing no overt political aspirations in their daily communications. However, with regards to any emergent events, a certain group of fans became more vocal than any other member/peer group, a phenomenon ascribed to volunteerism and activism (Kligler-Vilenchik, McVeigh-Schultz, Weitbrecht & Tokuhama, 2013). Therefore, the fan phenomenon of patriotic activism in China was born. In order to understand the rise of Chinese fandom as a form of patriotic activism, it is necessary to classify fan types first.

Generally, fans with high loyalty, social connection and textual productivity who engage themselves frequently in an object are categorised as **active/loyal fans**; the ones with general interests, passion and connection are considered to be general fans whereas those who lack “high levels of fan-based social connectivity and textual productivity” (Sandvoss & Kearns, 2018, p. 93) are relegated to the group of **ordinary fans**. Fans have naturally divided themselves into different groups due to differing levels of patriotic engagement, with those who exhibit the strongest desire and high frequency of expression being considered as a new type of fan – the fan activist. This type of fan relies heavily upon the assistance of digital media to speed up the circulation of information that includes angry expressions, unleashing them beyond Chinese borders into the realm of cyberspace. They have become the Key Opinion Leaders (KOLs) in patriotic rhetoric, using their texts to condemn and denounce others. The pioneer fan scholar Henry Jenkins (2006) raised “fan activism out of the consumerist or cultural domain and laid out the ways in which fan activities start to change politics” (as cited in Zhang & Mao, 2013, p. 48). Neta Kligler-Vilenchik, Joshua McVeigh-Schultz, Christine Weitbrecht, and Chris Tokuhama (2013, p.1) argued, “fan activism, forms of civic engagement and political participation growing out of experiences of fandom, is a powerful mode of mobilization, particularly for young people”. Fan activism has been able to mobilize overt civic or political participation (Kligler-Vilenchik, McVeigh-Schultz, Weitbrecht & Tokuhama, 2013, p.1).



The culture of fan activism is now emerging as a networked practice combined with individualistic expression because their goal is to share more individual voices and personal interests in order to stand out against the background of collective goals. The author contends the individualism expressed within fan activism has become an important feature in Chinese cyberspace of fandom. The activists are also labelled as “Angry Youth” by some scholars (Osnos, 2008) in order to distinguish their activities from other types of fans. These fans would become extremely sad and angry “if their idols or objects of obsession fail to secure a leading role” (Wu, Li & Wang, 2019, p.41-42). This trend is becoming increasingly predominant.

As Qiang (2011, p. 47) demonstrated, “China has the world's largest Internet market with over 400 million people online”, while the “Chinese government has established the world's most extensive, sophisticated, and technologically advanced online censorship system”. Under this censorship system, western social media sites such as Facebook and Twitter are forbidden in Mainland China. Although certain western social media sources have been blocked, the increasing influence of online public opinion from Chinese netizens shows that “the government can no longer maintain absolute control over the spread of information” (Qiang, 2011, p. 62). A survey conducted by the Chinese Academy of Social Sciences with regard to the Internet's impact on public opinion identifies netizens as a “new opinion class” that can swiftly influence society (Zhu, Shan & Hu, 2009). Consequently, fan activists have attained a noteworthy influence within the new opinion class which allows them to play a vital role in protecting their common idol – China. My observation indicates that fan activists have played a crucial role in leading Chinese fan patriotism among millions of netizens in China’s cyberspace. Fan activists launched campaigns on the internet to call for action against loyal fans who protect the series and characters without any reasons. Fan activists organized thousands of posts with extreme and sensitive expression to assert the importance of national unity and territorial integrity that aims to overwhelm loyal fans of the series and Yangzi. Their protection of China served as a movement of patriotism that metamorphosed into fan activism in cyberspace that included a mix of points of view. Some of them were rational, well-behaved and logical while some were biased, one-sided and brainless. Therefore, in order to target fan patriots and activists and their various self-expressions and performances for analyzing the case of “Boycotting Yangzi”, the research methods are considered to be rigorous with regard to identifying the new Chinese fan types (fan patriots and activists), their expressions. The intention of this research is to



provide a further understanding of how fan patriotism and its textual productivity becomes a means of political engagement and civic participation.

RESEARCH METHODS

As mentioned above, China has constructed its cyberspace with the largest number of netizens in the world while the rapid development of internet culture facilitated the growth of fan patriotism. Targeting appropriate fan-based digital platforms is difficult yet helpful in understanding fans' patriotic engagement and their self-expression. After the broadcast of the controversial episode of "*Go Go Squid!*", two prevalent digital platforms, Sina Weibo and Zhihu were overwhelmed by Chinese netizens who triggered heated discussions about the issue. Most of them rigorously criticized the incomplete Map of China in the public sphere while other fans disagreed in order to support their idol and favoured TV series.

The first method proposed to identify fans was online observation (netnography). The fan identity was deeply observed via the historical record of online posts and comments from the discussions and personal accounts on Sina Weibo and Zhihu. The author conducted in-depth netnographic research to define the specifics regarding fans and fan performance online. As Jenkins (1992) and Hills (2002) proposed, fans have been encyclopedic, knowledgeable, obsessed and enthusiastically devoted. They were experts on their object of interest, whereas how to identify a fan depended on productivity (Fiske, 1992). This situation revealed the principles needed to define fans related to the "Boycotting Yangzi" incident using two criteria – the frequency of online posts and mutual interaction towards the particular topic/discussion; combined with textual productivity including posts, updates and comments which can be partially traced by the above digital platforms.

The first research method led to the second research method – digital scraping designed to identify a specific category of Chinese fan. The key to recognizing a fan patriot arose from the online observation of fan posts because the fan patriots were digital natives, immersed in this incident and its related discussions and arguments. However, there were hundreds of comments followed by the posts. In order to accurately target fan patriots, the second research method relied upon both digital function and manual selection. To be more specific, Sina Weibo has launched the function in early 2019 to call out "loyal fans" by assessing the frequency of their posts and interactions with particular bloggers. Once an account owner had become a follower of an uploader/blogger for more than one month with over five days' interaction with the original uploader/blogger,



he/she would be automatically labelled as a fan by Weibo. Other than the self-designed function on Weibo, the author also screened out the top 20 popular posts to analyze their content, form and followed discussions/comments on each site manually. Zhihu's digital site is well-known nowadays for its large-scaled knowledge sharing and Q&A platform in China. In contrast to Weibo, Zhihu does not have the function to clearly distinguish fan identity but does have the function to automatically list the answers with the most likes and recommendations by other fans of the same topic and certified as "professional". Thus, the author scraped the top 20 popular posts on each platform with the most comments and likes towards the discussion of "Boycotting Yangzi" and the incomplete Map of China in the series. By this method, the uploaders of these popular posts can be identified as a fan via their textual production, updates, likes and followers. Once the fans and their posts have been aimed at, the fan profiles, their historical post contents and following comments can all be targeted as research objects for further analysis.

In addition to online observation of Chinese fans' posts, and analysis of commentaries resulting from those posts, third parties' perspectives and their comments as the state media stakeholders were also analyzed. The author purposely screened out the top five news reports and commentaries with most clicks of reviews from the state news media platforms such as People's Daily and Xinhua Net, among others, to supplement the data obtained through other approaches. These pitched news reports/reviews contained different slants on official attitudes towards the incomplete Map of China and the "Boycotting Yangzi" controversy. All of them criticised the error of producing the Map of China with missing key parts, while at the same time commenting on the fan patriotism by denouncing Yangzi for differing reasons. The opposite perspectives from state news agencies were vital evidence used to gain deeper understanding of the contradictory attitudes from state media with regard to the rise of Chinese fan patriotism, which will be analyzed in detail below.

FAN HIERARCHY AND PATRIOTISM

The aforementioned research methods exploited different aspects of the incident. Self-expression of Chinese fans towards the incomplete Map of China was observed particularly from the online posts after the episode's broadcast. Different textual interpretations of the incident yielded diverse opinions about the incident. As Guobin Yang emphasises (2019, p.5) "style is a distinct feature in the media-saturated politics of the contemporary world." The varied methods of speaking, writing, acting, and displaying content online "merge into a symbolic whole that immediately



fuses matter and manner, message and package, argument and ritual” (Pels, 2003, p.45). As acts of dramatic performance (Yang, 2009), Chinese fan patriotism reveals its own political expression. Styles of expression were diverse and depended upon fans’ different degrees of loyalty towards the TV show and their sense of patriotism. Thus, “fan hierarchy” can be considered to be formed upon fans’ degree of loyalty towards this series and Yangzi.

My own empirical research implies four layers of fan loyalty as demonstrated by fans’ online posts and discussion. When the episode with the incomplete Map of China was broadcast on 31st July 2019, a group of Chinese netizens noticed it immediately and posted their criticisms online, targeting both the map as well as the main character and investor of this series, Yangzi. Afterward, mainstream digital media sites such as Weibo and Zhihu were flooded by Chinese netizens discussing the obvious error in the Chinese Map displayed in the episode. Almost simultaneously, a small group of **loyal fans** of Yangzi and this series began their counterattack by arguing that any connection between the map problem and Yangzi was irrelevant. They made this assertion in order to protect their idol and her series no matter regardless of what had happened. These fans were also defined as brainless fans (in Chinese Pinyin: *Naocan Fen*) by Chinese netizens, which meant they irrationally supported their idol and her works (e.g. movies, TV series, etc.) regardless of any issues. The online dialogues of the so-called brainless fans are characterized by their insistence on the innocence of their idol, ignoring the fact of Yangzi as a main character and producer of the series. Being her most loyal fans, they were positioned at the first layer of hierarchy. Their defence of her immediately resulted in disgusting emotional diatribes from other fan members of Yangzi and the series.

The **general fans**, who accounted for the largest proportion of cyberspace fan peers, came onto the stage with a different voice to insist on the integrity of the territory of China while at the same time resisting Yangzi and her series. They were the second layer in the fan structure due to their moderate interest in the series, a small number of whom used their professional knowledge to correct the missing parts on the Map. One of the fan patriots certified by Zhihu as “professional” even wrote an article of approximately 3,000 words which included 14 pictures in order to prove the importance of the integrity of the map. The online post received more than 18,000 likes. However, observation of the professional voice online yielded evidence that this voice was unable to surpass the louder voices from a greater number of general fans who turned out to be **fan patriots** constituting the third layer of the fan hierarchy. They attributed



the mistake of the map to Yangzi herself, denouncing her and her team collectively. These fan patriots worked together to criticize Yangzi for her investment in the series because she failed to demonstrate, through attention to the details of her series, the political value of patriotism. At the beginning, it was only a small team of fan patriots who posted arguable comments. As the discussion developed, a rapidly increasing number of fans started to condemn Yangzi and joined the category of anti-fan (Click, 2019) demonstrating hatred towards Yangzi and her loyal fans (brainless fans).

An examination of the historical online posts and interaction record revealed that fan patriots did not demonstrate as much fan-based social connectivity and textual productivity (Sandvoss & Kearns, 2018) towards this series as loyal fans did, so that they were easy to turn their identity to become fan patriots in order to protect their declared patriotism. The result is that the higher degree of fan loyalty to the series and the star can be equated with a lower degree of fan patriotism. It seemed fan patriots sought to resonate with the official narratives of the profile of China (Han, 2019) and the state-led patriotic education to a deeper extent; so much so that a collective nationalism came into being through their collective voice and tremendous online presence.

General fans, seeing that their individuality was not being recognized, through their online behaviour showed they had transcended their status as ordinary fans, joining with **fan activists** who supported the nation. Consequently, they became the fourth layer of fan structure. Online active history and comments record showed they did not have a high degree of activity and enthusiasm for the topic discussions aimed at Yangzi – these fans were more silent and not as addicted to their idol as loyal fans were. Once the incident erupted online, they chose to support the nation other than their idol with slogans like “No idol is greater than our nation” or “Love your nation as you love an idol”. By using these slogans, they exaggerated their anger and dissatisfaction via condemning Yangzi and launching the campaign of “Boycotting Yangzi”. Individual interests spoke louder than collective goals (Zhang & Mao, 2013) because they used and publicized aggressive expressions against loyal fans and their idol. Overwhelming messages and comments were left to the original posts from Yang’s supporters (loyal fans) who sought to fight against different voices and thoughts in favour of Yangzi. As a result, fan activists have prevailed in terms of the number of posts and comments.

The author conducted the second research method (digital scrape) and collected the most liked 40 posts with 25,536 comments from Weibo and Zhihu up to 30th August 2019. As high as 97.5% of posts opposed the



airing of an incomplete Map of China in the episode, which is presented in Table 1. In order to further accurately target the fans' posts and their performance, the author screened out posts with more than 1,000 likes and 100 comments and marked them as the **fan patriotism posts**. Finally, a total of 18 posts were scraped with more than 12,378 comments.

Posts from fans to positively/negatively boycott "Go Go Squid!"

Positive	Neutral	Negative
97.5% (39/40)	2.5% (1/40)	0%
Example posts: "A good TV series is not as important as patriotism."	Example post: "It is difficult to determine the reason of the mistake. Anyway, it is a good series worth watching"	N/A
"Do not watch 'Go Go Squid' any more no matter how good it is."		

Fan patriotism posts to positively/negatively show fan identity of patriots (posts with more than 1,000 likes and 100 comments)

Positive	Neutral	Negative
88.9% (16/18)	11.1% (2/18)	0%
Example posts: "We are the protectors of our nation."	Examples post: "We do not want such plot/scene to be broadcasted in China"	N/A
"Please get out of our dearest motherland, the director of the TV series."		

Table1: Fans' attitudes towards Go Go Squid! and their patriotic identity

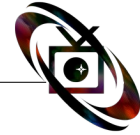
According to the answers to the question of "what is your view on the incomplete Map of China in the 'Go Go Squid!' series" on Zhihu, 88.9% (16 posts) fans chose to become fan patriots and shared their sharp insights as individual patriots. They uploaded their posts to comment or evaluate the incident of displaying the incomplete Map of China and strongly resisted Yangzi and her series, including relevant stakeholders of the series. The group of fan patriots even investigated deeply and published online the personal background information of the director of "Go Go Squid!" who had professed to be a pro-Independence Taiwanese, which resulted in more fierce criticism online.



Table 1 delineates online posts that display fans' anger. The high percentage of posts supporting a boycott was reiterated within the long-term patriotic education in China. Fan patriots viewed the Map of China as a carrier of Chinese patriotism while missing key parts of the map challenged the sensitive baseline of the fans of China. For instance, many fans flagged up their identity of patriots to boycott this series with the posts of "We are the protectors of our nation" or "We insist on the territorial integrity of our motherland". The director's background of pro-Taiwan Independence intensified fans' dissatisfaction and more fan patriots and activists emotionally urged authority and TV stations to stop broadcasting the TV series and refused to watch it. They adopted the slogan of "Roll out of our dearest motherland, the director of pro-Taiwan Independence".

In order to effectively resist the series invested by Yangzi, fans individually investigated the background of Yangzi's privacy such as her family, agent, company as well as her wealth and investment for this series. After the online campaign's explosion, the production team tried to seek explanations for the problematic Map of China in order to redeem themselves; however, their attempt at amelioration of the controversy only resulted in fan activists' refuting their explanations, point by point, based upon their own personal investigations. The fans ascended from the level of general/ordinary fans to fan patriots. Fan activists, step by step, mobilized their political participation while the controversy spread in cyberspace, which can be attributed to volunteerism and activism (Kligler-Vilenchik, McVeigh-Schultz, Weitbrecht, & Tokuhama, 2012). As Henry Jenkins and Sangita Shresthova (2012, para. 1) defined, fan activism forms "civic engagement and political participation... in response to the shared interests of fans". In this case, fan activism fed back to participants' interests and patriotism, yielding a truth-telling via individual and active investigation that helped frame the participatory culture of fan activism. It revealed the online expression of anger and hatred as emotions characterizing "Angry Youth" (Osnos, 2008), through activism that prioritised patriotism in its efforts to make the public aware of the truth and details about Yangzi and the series. In this campaign, the group of fan patriots and activists spoke louder than the loyal fans who was defeated by a tremendous amount of comments and investigation.

In-depth online observations, including scraped 20 posts of each platform with more than 25,536 comments, provided one point of view on the subject. News reports and comments from state mainstream media revealed the point of view from state and official media outlets. The Ministry of Natural Resources of the People's Republic of China investigated the broadcast's serious political mistake, whereas other official news



channels did not exactly concur with the Ministry's assessment of the incident. Xinhua Net (Xinhua Wang), The China Youth Daily (Zhongguo Qingnianbao), Communist Youth League (Zhongguo Gongqingtuan), and the mainland version of The People's Daily (Renmin Ribao) all criticized the error of broadcasting a fragmentary Map of China to the public, which gave rise to the misleading value of patriotism. However, the overseas version of People's Daily (Renmin Ribao Haiwaiban) encouraged Chinese people abroad to watch the TV series because it was of high production quality and positive energy. The series was reported to effectively promote China's younger generation's style of patriotism (which excluded the map) to the world.

The contradictory outlooks exhibited by the mainland and overseas versions of The People's Daily confused the public. Later, the mainland version of The People's Daily deleted critical comments about the problematic map in order to avoid contradiction and any instigation of greater expressions of anger by fan patriots. The changeable attitudes The People's Daily displayed toward the series revealed the complicated psychologies of state news media that created the dilemma of fan patriotism. On one hand, this TV series was supported and permitted to be broadcasted by China's State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television (hereafter "SAPPRFT"). The official authority had promoted the series because of its high rate of viewership after its broadcast. Despite the egregious error of the Map, the criticism from official news seemed inappropriate in face of the official approval from SAPPRFT of the series and its documented overwhelming viewership. On the other hand, the series did in fact commit a political and nationalistic error when it displayed the incomplete Map of China. This error led to large scale fan patriotism evidenced by both expressions of collective patriotism and individual activism. Without proper support from official news agencies, there is no doubt that fan patriotism would have found itself in a predicament. After all, The People's Daily is one of the most authoritative state news media in China for delivering official voices representing the party-state. Their ambivalent stance in this instance resulted in misleading public opinion.

The fluctuation of news releases from support and encouragement to criticism, and then to deletions further complicated the contradictory attitudes of authoritative parties toward fan patriotism and official nationalism represented by the series. As found through the observation of fans' posts on Zhihu, The People's Daily called for rational voices from the fans, because it did not want to present standpoints in support of fans' patriotism since they might easily lead to activism such as blame and ab-



use. However, in face of the important political error of the Map of China in the series, official news cannot ignore the factual mistakes; rather, these entities need to conform to the official state's formal approval. The strong reaction from fan patriots forced official news to turn down their voice to avoid any large and provocative political movement. Fan patriotism thus has been put into a predicament within the featured political and media environment in China. The collective boycott of Yangzi and this series declined quickly after the deletion of official news presence, with a tiny proportion of fan activists left to denounce Yang.

CONCLUSION

Based on an in-depth online observation of the targeted fan posts on Weibo pages and Zhihu forum discussions, the digital scrape of 40 posts with a detailed emphasis of 18 popular posts, and the analysis of news comments/reviews from state news agencies/media, the article draws the conclusion that cyberspace in China has enabled more powerful fan engagement, individual empowerment and political participation. Chinese cyberspace has dramatically facilitated and stimulated fans' collective action and expression towards a sensitive political incident. As Rongbin Han (2019, p.355) argues, cyber nationalism "is clearly a form of individual empowerment for many citizens, allowing them to act on behalf of a grand goal." China has a long term of patriotic education so that the territorial integrity and sovereignty has been viewed as a key signal of patriotism. A national flag and a national map (in the case of "Boycotting Yangzi") were regarded as the representative of the nation as well as the carrier of patriotism. China has established a robust patriotic education system to shape people's mindset of patriotism since 1949. The author therefore redefined the campaign of "Boycotting Yangzi" as a form of fan patriotism as it resonated with the state-led patriotic education, official narratives of territorial integrity with strong affective affinities and social connection (Chin & Morimoto, 2013). The analysis of "Boycotting Yangzi" presented a high degree of collective nationalism and mobilization of fan patriotism.

In response to the presence of the incomplete Map of China in the popular TV series of *"Go Go Squid!"*, fans initiated the campaign of "Boycotting Yangzi". It is reactive in the sense that it took place "in response to external threats or the stigmatization of China" (Yang, 2019, p. 9). The participants were major fans of the series and its main character of Yangzi while a majority of them turned out to be fan patriots after the map issue. However, not all fans smoothly managed the identity change over the process. The author conducted online observation of fans' historical posts



and interaction records to determine the common feature of those fans who chose to transfer their identity from being fans of Yangzi and the series to being fans of China. They were ordinary/general fans without high loyalty and connection with their idol or star. In the face of emergency events that stigmatized China, the group of general and ordinary fans easily transferred their identity via collective voices and individual engagement.

In the campaign of “Boycotting Yangzi”, loyal fans of the TV show were termed as brainless fans who protected their idol regardless of any issues, which led to the aggressive counterattack from the fan patriots. This new mobilisation of fan patriotism gradually evolved into individual activism as more ordinary fans attempted to express their suppressed voices as individuals. Some fan activists sneaked into the group of fan patriots to attack Yangzi and her team with unfriendly expressions while other fan patriots attempted to appeal to patriotism. The online expression of fan patriotism was disorganised and disunited, which in and of itself is not a negative indication of cynical cyber-patriotism expressed by fans under a disunified organization by technological means. Under this circumstance, Chinese featured cyber patriotism has been reconstructed by fans of China based upon rooted patriotic education, which highlighted the importance of paying extra attention to the special groups of fans of China.

The different parties of fans argued for opposite standpoints towards patriotism. Therefore, the author contends that a bipolar patriotic fan culture is emerging in the context of Chinese fan patriotism via “collective patriotism” and “individual activism” between loyal fans and ordinary/general fans. It has become a trend to simply transfer fan identities and associated attitudes when encountering sensitive events that affect Chinese patriotism. The bipolar fan culture grows into a new phenomenon in current Chinese cyberspace due to the rapid development of fan patriotism and the prominence of Chinese internet culture. In the digital era, bipolar fan patriotism culture must be reviewed critically from the lens of individual activism and collective patriotism in the face of digital political movement. The author suggests a more robust official mechanism to tackle these emergent events regarding nationalism/patriotism in order to avoid the ambivalence and grey zone resulting from misleading value statements about patriotism exhibited in the bipolar fan culture. The official accounts of Chinese authorities could be introduced to lead the voice of the campaign while more civic fan groups/communities are suggested to be organized to call for rational and reasonable actions in the



digital sphere. For dealing with Chinese fans' bipolar engagement towards sensitive political and patriotic campaign in the digital media era, the issue needs further exploration in future studies.

ACKNOWLEDGMENT

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

References

- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Bennett, L. (2012). Fan activism for social mobilization: A critical review of the literature. *Transformative Works and Cultures*, (10), 15. Doi: 10.3983/twc.2012.0346.
- Chin, B., & Morimoto, L. (2013). Towards a theory of transcultural fandom. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 10(1), 92-108.
- China Youth Daily. (2019). *More than one problem on the map of China in the Go Go Squid!*. Retrieved from <https://news.sina.com.cn/c/2019-08-02/doc-ihytterm7970022.shtml>
- Chinese nationalism used to be aimed at both domestic and foreign audiences. Not anymore (26 May 2020). *The Diplomat*. Retrieved from <https://thediplomat.com/2020/05/how-chinese-nationalism-is-changing/>
- Click, M. (Ed.). (2019). *Anti-Fandom: Dislike and Hate in the Digital Age*. NYU Press.
- CNNIC (Chinese Network Internet Information Centre) (2019, September). *Survey Report of the Chinese Internet*. Retrieved from: <http://www.cnnic.net/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/201608/P020160803367337470363.pdf>
- Coenders, M., Gijsberts, M. & Scheepers, P. (2017). Chauvinism and patriotism in 22 countries. In *Nationalism and exclusion of migrants* (pp. 29-69). Routledge.
- Duara, P. (1993, July). De-constructing the Chinese nation. *The Australian Journal of Chinese Affairs*, (30), 1-26. Doi: 10.2307/2949990
- Esarey, A., & Xiao, Q. (2011). Digital communication and political change in China. *International Journal of Communication*, 5, 22.
- Fairbrother, G. P. (2004). Patriotic education in a Chinese middle school. In *Citizenship education in Asia and the Pacific* (pp. 157-174). Springer, Dordrecht.
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. In Lisa A. Lewis (Ed.) *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 30-49). Psychology Press.
- Greenfeld, L. (1992). *Nationalism: five roads to modernity*. Harvard University Press, Cambridge, MA.



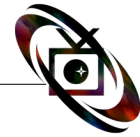
- Hailong, L. (Ed.). (2019). *From cyber-nationalism to fandom nationalism: The case of Diba expedition in China*. Routledge.
- Han, R. (2019). Patriotism without state blessing: Chinese cyber nationalists in a predicament. In *Handbook of Protest and Resistance in China*. Edward Elgar Publishing.
- Hills, M. (2003). *Fan cultures*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Jenkins, H., & Shresthova, S. (2012). Up, up, and away! The power and potential of fan activism. *Transformative Works and Cultures*, (10), 1-5. Doi: 10.3983/twc.2012.0435.
- Kligler-Vilenchik, N., McVeigh-Schultz, J., Weitbrecht, C., & Tokuhama, C. (2012). Experiencing fan activism: Understanding the power of fan activist organizations through members' narratives. *Transformative Works and Cultures*, 10. Doi: 10.3983/twc.2012.0322.
- Li, H. (2019). Understanding Chinese nationalism. In Hailong, L. (Ed.), *From Cyber-nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition in China* (pp. 13-31). London: Routledge.
- Liu, (2019). Collective action as interaction ritual in cyberspace. Hailong, L. ed., 2019. *From Cyber-nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition in China*. pp. 93-108. London: Routledge.
- Osnos, E. (2008, July 8). Angry youth: The new generation's neocon nationalists. 8th July, 2008. *The New Yorker*.
- Pels, D. (2003). Aesthetic representation and political style: Re- balancing identity and difference in media democracy. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the re-styling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 41– 66). London: Sage.
- Qiang, X. (2011). Liberation Technology: The Battle for the Chinese Internet. *Journal of Democracy*, 22(2), 47-61. Doi: 10.1353/jod.2011.0020
- Sandvoss, C. & Kearns, L. (2018). From interpretive communities to interpretative fairs: ordinary fandom, textual selection and digital media. In Reijnders, S., Zwaan, K. and Duits, L. (Eds.), *The Ashgate research companion to fan cultures* (pp.91-108). Farnham: Ashgate Publishing, Ltd.
- Song, Q, Zhang, C., Qiao, B., Tang, Z. & Gu, Q. (1996). *China Can Say No. (中国可以说不.)* Beijing, China: Zhongguo Gongshanglian Chubanshe. (In Chinese)
- Wong, B. (2020). *How Chinese Nationalism Is Changing*. Retrieved from <https://thediplomat.com/2020/05/how-chinese-nationalism-is-changing/>
- Wu, J., Li, S., & Wang, H. (2019). From Fans to “Little Pink”: The production and mobilization mechanism of national identity under new media commercial culture. In Hailong, L. (Ed.)? *From Cyber-nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition in China* (pp. 32-52). London: Routledge.



- Yang, G. (2009). *The power of the internet in China: Citizen activism online*. New York, NY: Columbia University Press.
- Yang, G. (2019). Performing cyber-nationalism in twenty-first-century China: The case of Diba Expedition. In *From Cyber-Nationalism to Fandom Nationalism* (pp. 1-12). Routledge.
- Zhang, W., & Mao, C. (2013). Fan activism sustained and challenged: participatory culture in Chinese online translation communities. *Chinese Journal of Communication*, 6(1), 45-61. Doi: 10.1080/17544750.2013.753499.
- Zhao, S. (1998). A state-led nationalism: The patriotic education campaign in post-Tiananmen China. *Communist and Post-Communist Studies*, 31(3), 287-302. Doi:
- Zhao, S. (2004). *A nation-state by construction: Dynamics of modern Chinese nationalism*. Stanford University Press.
- Zhu, H., Shan X., & Hu., J. (2009). "2009 China Internet Public Opinion Analysis Report," in Chinese Academy of Social Sciences, "2010 Society Blue Paper," 22 December 2009.

Список литературы

- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Bennett, L. (2012). Fan activism for social mobilization: A critical review of the literature. *Transformative Works and Cultures*, (10), 15. Doi: 10.3983/twc.2012.0346.
- Chin, B., & Morimoto, L. (2013). Towards a theory of transcultural fandom. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 10(1), 92-108.
- China Youth Daily. (2019). *More than one problem on the map of China in the Go Go Squid!*. Retrieved from <https://news.sina.com.cn/c/2019-08-02/doc-ihytcern7970022.shtml>
- Chinese nationalism used to be aimed at both domestic and foreign audiences. Not anymore (26 May 2020). *The Diplomat*. Retrieved from <https://thediplomat.com/2020/05/how-chinese-nationalism-is-changing/>
- Click, M. (Ed.). (2019). *Anti-Fandom: Dislike and Hate in the Digital Age*. NYU Press.
- CNNIC (Chinese Network Internet Information Centre) (2019, September). *Survey Report of the Chinese Internet*. Retrieved from: <http://www.cnnic.net/hlwfzyj/hlwxzbj/hlwtjbg/201608/P020160803367337470363.pdf>
- Coenders, M., Gijsberts, M. & Scheepers, P. (2017). Chauvinism and patriotism in 22 countries. In *Nationalism and exclusion of migrants* (pp. 29-69). Routledge.
- Duara, P. (1993, July). De-constructing the Chinese nation. *The Australian Journal of Chinese Affairs*, (30), 1-26. Doi: 10.2307/2949990
- Esarey, A., & Xiao, Q. (2011). Digital communication and political change in China. *International Journal of Communication*, 5, 22.



- Fairbrother, G. P. (2004). Patriotic education in a Chinese middle school. In *Citizenship education in Asia and the pacific* (pp. 157-174). Springer, Dordrecht.
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. In Lisa A. Lewis (Ed.) *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 30-49). Psychology Press.
- Greenfeld, L. (1992). *Nationalism: five roads to modernity*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Hailong, L. (Ed.). (2019). *From cyber-nationalism to fandom nationalism: The case of Diba expedition in China*. Routledge.
- Han, R. (2019). Patriotism without state blessing: Chinese cyber nationalists in a predicament. In *Handbook of Protest and Resistance in China*. Edward Elgar Publishing.
- Hills, M. (2003). *Fan cultures*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Jenkins, H., & Shresthova, S. (2012). Up, up, and away! The power and potential of fan activism. *Transformative Works and Cultures*, (10), 1-5. Doi: 10.3983/twc.2012.0435.
- Kligler-Vilenchik, N., McVeigh-Schultz, J., Weitbrecht, C., & Tokuhama, C. (2012). Experiencing fan activism: Understanding the power of fan activist organizations through members' narratives. *Transformative Works and Cultures*, 10. Doi: 10.3983/twc.2012.0322.
- Li, H. (2019). Understanding Chinese nationalism. In Hailong, L. (Ed.), *From Cyber-nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition in China* (pp. 13-31). London: Routledge.
- Liu, (2019). Collective action as interaction ritual in cyberspace. Hailong, L. ed., 2019. *From Cyber-nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition in China*. pp. 93-108. London: Routledge.
- Osnos, E. (2008, July 8). Angry youth: The new generation's neocon nationalists. 8th July, 2008. *The New Yorker*.
- Pels, D. (2003). Aesthetic representation and political style: Re- balancing identity and difference in media democracy. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the re-styling of politics: Consumerism, celebrity and cynicism* (pp. 41– 66). London: Sage.
- Qiang, X. (2011). Liberation Technology: The Battle for the Chinese Internet. *Journal of Democracy*, 22(2), 47-61. Doi: 10.1353/jod.2011.0020
- Sandvoss, C. & Kearns, L. (2018). From interpretive communities to interpretative fairs: ordinary fandom, textual selection and digital media. In Reijnders, S., Zwaan, K. and Duits, L. (Eds.), *The Ashgate research companion to fan cultures* (pp.91-108). Farnham: Ashgate Publishing, Ltd.



- Song, Q., Zhang, C., Qiao, B., Tang, Z. & Gu, Q. (1996). *China Can Say No. (中国可以说 不.)* Beijing, China: Zhongguo Gongshanglian Chubanshe. (In Chinese)
- Wong, B. (2020). *How Chinese Nationalism Is Changing*. Retrieved from <https://thediplomat.com/2020/05/how-chinese-nationalism-is-changing/>
- Wu, J., Li, S., & Wang, H. (2019). From Fans to “Little Pink”: The production and mobilization mechanism of national identity under new media commercial culture. In Hailong, L. (Ed.)? *From Cyber-nationalism to Fandom Nationalism: The Case of Diba Expedition in China* (pp. 32-52). London: Routledge.
- Yang, G. (2009). *The power of the internet in China: Citizen activism online*. New York, NY: Columbia University Press.
- Yang, G. (2019). Performing cyber-nationalism in twenty-first-century China: The case of Diba Expedition. In *From Cyber-Nationalism to Fandom Nationalism* (pp. 1-12). Routledge.
- Zhang, W., & Mao, C. (2013). Fan activism sustained and challenged: participatory culture in Chinese online translation communities. *Chinese Journal of Communication*, 6(1), 45-61. Doi: 10.1080/17544750.2013.753499.
- Zhao, S. (1998). A state-led nationalism: The patriotic education campaign in post-Tiananmen China. *Communist and Post-Communist Studies*, 31(3), 287-302. Doi: 10.1016/S0967-067X(98)00009-9
- Zhao, S. (2004). *A nation-state by construction: Dynamics of modern Chinese nationalism*. Stanford University Press.
- Zhu, H., Shan X., & Hu., J. (2009). "2009 China Internet Public Opinion Analysis Report," in Chinese Academy of Social Sciences, "2010 Society Blue Paper," 22 December 2009.



INVENTING NOSTALGIA FOR THE “GOLDEN AGE” OF THE NATIONAL MIDDLE AGES AND FEAR OF THE FUTURE: NATIONALISM, MEMORY AND PHOBIAS OF MEDIEVALISM AND FUTURISM IN JAPANESE MASS CULTURE

Maksym W. Kyrchanoff (a)

(a) Voronezh State University. Voronezh, Russia. Email: maksymkyrchanoff[at]gmail.com

Abstract

The author analyses features and trends within the development of medievalism and futurism in Japanese mass culture. Mass culture in Japan arose as one of many consequences of political, social and cultural modernization. Medievalism and futurism simplify ideas regarding the past or the future (futurism) and incorporate their elements into the mass culture. These cultural phenomena are analyzed in the context of the imagination of communities, the invention of traditions, and the simulation of classical heritage within a Japanese context. The author analyses cultural situations in which the intellectual discourse of mass culture develops along ethnic lines, while also acknowledging the contribution of modern technological civilization. Medievalism in the identity of modern Japanese mass culture actualizes the myth of the ethnographic "golden age" of medieval culture's feudal daimyo and samurai sub-culture. By contrast, futurism actualizes cultural phobias that are inspired by feelings of insecurity about the future of civilization. It is assumed that medievalism and futurism as forms of cultural escapism in Japanese popular culture arose as a consequence of the trauma of forced de-archaisation and de-feudalization, forced military and economic modernization, and the miraculous success of Japan's economic growth and expansion in the post-war era. The author believes that these factors actualized social discomfort and stimulated escapist practices. The author analyses these phenomena within the context of mass culture, believing that a consumer society requires reflection upon the national past in order to yield a visualization of its continuity with earlier social institutions.

Keywords

Japan; modernization; ethnicity; historical memory; cultural imitation/simulation; the invention of traditions; medievalism; futurism; popular culture



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ИЗОБРЕТАЯ НОСТАЛЬГИЮ ПО «ЗОЛОТОМУ ВЕКУ» НАЦИОНАЛЬНОГО СРЕДНЕВЕКОВЬЯ И СТРАШАСЬ БУДУЩЕГО: НАЦИОНАЛИЗМ, ПАМЯТЬ И ФОБИИ МЕДИЕВАЛИЗМА И ФУТУРИЗМА ЯПОНСКОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Кирчанов Максим Валерьевич (а)

(а) Воронежский государственный университет. Воронеж, Россия.
Email: maksymkyrchchanoff[at]gmail.com

Аннотация

Автор анализирует особенности и векторы развития медиевализма и футуризма в современной японской массовой культуре. Массовая культура в Японии возникла и развивалась как одно из последствий политической, социальной и культурной модернизации страны. Автор полагает, что медиевализм и футуризм представляют собой упрощенные представления о прошлом (средние века) или будущем (футуризм), интегрированные в каноны воспроизводства массовой культуры. Поэтому, эти культурные явления анализируются в контекстах воображения сообществ, изобретения традиций, симуляции и имитации классического культурного наследия в японских национальных контекстах. Автор анализирует культурные ситуации, когда интеллектуальный дискурс массовой культуры развивается как этнический / национальный по своей природе, но активно использует потенциал современного технологической цивилизации общества потребления. Автор полагает, что медиевализм в идентичности современной японской массовой культуры актуализирует миф об этническом / этнографическом золотом веке средневековой культуры феодальных княжеств и самураев. Футуризм актуализирует социальные и культурные фобии, вдохновленные коллективными чувствами неуверенности в будущем цивилизации. Предполагается, что медиевализм и футуризм как формы культурного эскапизма в японской массовой культуре возникли как последствия травмы принудительной деархаизации и дефеодализации (вторая половина 19 века), форсированной военной и экономической модернизации (вторая половина 19 - первая половина 20 века), военной катастрофы (период второй мировой войны), послевоенного роста и японского экономического чуда (вторая половина 20 века). Автор полагает, что все эти факторы актуализировали социальный дискомфорт и стимулировали эскапистские культурные практики медиевализма и футуризма. Автор анализирует эти явления в контекстах массовой культуры, полагая, что общество потребления периодически имеет потребность в рефлексии относительно национального прошлого, что ведет к визуализации его преемственности с более ранними социальными институтами и актуализации этничности в формах, предлагаемых массовой культурой.

Ключевые слова

Япония; модернизация; этничность; историческая память; культурная имитация / симуляция; изобретение традиций; медиевализм; футуризм; массовая культура



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



*...we have not been good friends with
the European Middle Ages... (Iguchi, 2010)*

*...as both non-origin and origin, the Middle Ages can
be everywhere, both medieval and postmodern,
and nowhere, sublime and redemptive... (Biddick, 1998, p. 84)*

INTRODUCTION

Japan belongs, on the one hand, to the number of countries that in the past were ambitious enough to form their own unique version of identity, based partly on geographical isolation from the rest of the world and partly on language and culture. On the other hand, Japan symbolizes the successful experience of non-European modernization, which allowed political elites to synthesize regional identities with Western development models. Modern actual historiography offers several modes of description and interpretation of this phenomenon (Cangià, 2010). Despite its secondary nature and external incentives, this modernization inspired synthesis of Japanese and European/American approaches to both cultural and intellectual developments. In historiography, it is known that Japan has a reputation as the most Western and even the most European country in the non-European and non-Western cultural and social geographies when compared to its neighboring countries. Therefore, Japan can be described and analyzed in the categories of historical and cultural frontiers in particular and situation of social frontiers in general; however, the problems of Japanese frontiers in Russian historiography are less studied (Pavlenko, 2017; 2018b; 2018a) than the same European social, cultural and intellectual situations, although in Western and Japanese humanities the frontier concept can be perceived as a historiographic transplant applicable enough to Western studies, while at the same time being too controversial for the analysis of Japanese situations (Hopson, 2018).

What are the main features of the Japanese cultural frontier?

The author believes that two features are important for defining the Japanese cultural frontier. Firstly, Japan is the only country outside of geographical Europe and the imagined West where social, economic and political institutions and relations can be described within the framework of a universal historical model of feudalism that emerged independently without Roman or barbaric influences since both of these factors were absent. Secondly, Japan in the modern world has a reputation as the most westernized and modernized non-European country (Gordon, 2013; Jansen, 2002), although this idea mutated into a cultural stereotype or even myth in recent years. In this context, Japan can be localized in the same imagining line with Germany, Italy, England, Sweden, Poland,



Latvia etc. which possess both historical (their own national in particular, but Western in general feudalisms and the Middle Ages) and technological (economic development) arguments for legitimizing their existence in a globalizing world where popular culture monopolized social change to become the only model of cultural development.

It is known that mass culture as a social organism operates in part under the auspices of clichés and stereotypes reproduced in various branches of a culture's leisure and entertainment industries. Medievalism and futurism – represented by serial idealizations and simplified interpretations of the Middle Ages and possible future worlds within the contexts of either historical, “feudal” or fantastic paradigms and their consequent products – are both universal attributes found within mass consumer culture.

PURPOSE AND OBJECTIVES OF THE ARTICLE

An analysis of medievalism and futurism as grand narratives and forms of the heritage of “high culture” that have been integrated into the mass heterogeneous culture of a modern consumer society is this article's main purpose. The author will analyze these two forms of the social manifestation of consumer society found in national Japanese culture. Therefore, the objectives of the article can be summarized as follows: firstly, an analysis of the genesis of Japanese versions of medievalism and futurism; secondly, the adjustment of the concepts of “medievalism” and “futurism” in Japanese cultural and social realities; thirdly, an analysis of actual cultural situations where “medievalism” and “futurism” correlate and coexist with historical and political memories in modern realities of Japan – where mass culture determines collective preferences of citizens as professional consumers.

METHODS AND HISTORIOGRAPHY

Methods employed by the author in this article follows his historiographical predecessors, who have analyzed social and cultural changes and transformations as processes of the invention of traditions, production and promotion of meanings within the context of intellectual history and archaeology of ideas. These theoretical approaches provide scholars with possibilities to analyze cultural phenomena as they relate to the imagination of communities, the invention of traditions (Anderson, 1997), and the simulation and imitation of the classical cultural heritage found in Japanese national contexts. Therefore, the author presumes that the in-



vention of traditions became a factor of the development and progress of Japanese nationalism (Krupianko & Areshidze, 2012) and nationalist modernizations.

A consideration of medievalism and futurism found in Japanese popular culture as they relate to intellectual connections and interdependencies with social and historical memories, historical politics and attempts to overcome the traumatic experience of the past are among the topics poorly studied in comparison with other aspects of Japanese mass culture – including manga and the phenomenon of gangster cinema, etc. (Katasonova, 2012; 2012a; 2012b; 2012c; 2012d). With regard to the cultural intertwining of medievalism with nationalism, and the dependence of cultural imagination upon identity transformations, these aspects are not often found in Russian historiography; nationalism has been documented, but mainly as a political phenomenon (Krupianko & Areshidze, 2012). Esther Liberman Cuenca, commenting on connections between invention of the Middle Ages in intellectual tradition and imagination of nationalism proposes that “institutions, practices, and identities that many ethno-nationalists claim as dating to medieval times actually have a much more recent provenance...medieval history...the early medieval period and its perception in the popular consciousness represent important sites for understanding recent...nationalist movements that stake their identities in nostalgia” (Cuenca, 2020). In foreign historiography for several decades, the dominant tendency has been to imagine Japanese nationalism as part of political discourse (Hardacre, 1997; Rieu, 2014; Sannosuke, 1971), and his political interpretations and explanations (Conroy, 1955; Farkas, 2013; Saaler, 2016) have become a universal modus for addressing and attempting to define Japanese nationalism.

As has been previously reported in the literature, nationalism expresses itself mainly in politics as a factor of modernization. Recent theoretical developments have revealed that modern historiography needs a new mode or even a language to communicate an understanding of nationalism’s history; however the common strategy used to study nationalism is modernism. Commenting on historiography in general terms, Russian historian Mihail Krom emphasizes that “the deconstruction of basic concepts that shaped the concept of history and historiography forced modern scholars into a very difficult situation: they can still develop private subjects, using the language of the sources for narrative building, but the conceptual apparatus for serious generalizations is clearly not enough” (Krom, 2013).



Evgenij Savitskij, a Russian historian, commenting on the simultaneous coexistence of several modus in historiography, believes that “dozens of American professional historians, philologists, and art historians publish books that would outrage a scholar educated with respect for the principle of historicism. These texts are little known in Russia because they look strange, not meeting the academic criteria that are still reproduced in Russian universities” (Savitskij, 2016). The author of this article presumes that this text can also be perceived as marginal both by Russian medievalists and *Nihonjinron* – if for the first ones it is an attempt to analyze something strange and non-academic, then for the second ones it is an attempt to attack the methodological orthodoxy of a professional institution and turn apparently frivolous problems into serious ones.

Two approaches, including modernism and constructivism, have been influential in this field because they propose universal language to define and describe nationalism as a paradigm. There is a rapidly growing literature that addresses the concept of nationalism, which indicates that it is still among the most influential factors of contemporary political, social, and cultural processes. As far as we know, no previous research has investigated nationalism as a factor for development of pop cultural trends including medievalism and science fiction mass literature. Despite decades of research, historians continue to debate the comparative significance of the roles of nationalist imagination and invention of new traditions. Therefore, the analysis of nationalism within the context of mass culture may be an attempt to avoid the extremes of either a modernist or primordial historiography. The literature provides no evidence of a consensus with regard to the genesis and nature of nationalism, which means that it can be explained from more than one angle.

The main problem is that the culturalization of nationalism rendered it too commonplace within contemporary mass culture. The author therefore agrees with the Belarus philosopher Piotra Barkoŭski, who believes that “today it is necessary to continue deconstructing – criticizing and re-defining the meanings that we lose as a result of the depoliticization of the political world, through the deculturalization of culture and the nihilization of thinking in modern society” (Barkoŭski, 2013, p. 95). The rise and fall of traditions as collective practices and strategies of cultural behavior and consequent social consumption became an important factor in the paradigm-changing processes that determined the main vectors and paths of cultural developments, including the crisis and erosion of high cultures replaced by mass, serial and consumer ones.



PRELIMINARY ORIENTATIONS IN SOURCES

The author offers an analysis of films and texts as two pillars of modern mass culture in Japan (Katasonova, 2012a) within the contexts of their presence in historical memories, as well as practices and strategies that form actual Japanese identities as direct extensions of earlier ones or transplants of similar Western cultural trends. Medievalism and futurism in Japan are presented in other forms of intellectual activities, including academic historiography and philosophy, however, the author has chosen to consider them beyond the scope of this article because they represent versions of high culture that were able to adapt to the society whereas pop culture became the more dominant influential force. The cultural trends of consumerism, on the one hand, and the heritage of high culture, on the other hand, co-exist and co-function in parallel. Therefore, if the academic versions of Japanese medievalism and futurism can be the subject of research, then they are best approached independently from an analysis of mass culture.

“MEDIEVALISM” AND “FUTURISM”: DEFINING THE BASIC CONCEPTS OF THE TEXT

Before analyzing medievalism and futurism as influences within Japan's consumer culture, the author offers some key introductory remarks regarding the possible definitions necessary for a better understanding of this text.

What is medievalism and futurism in Japanese popular culture? Firstly, these two phenomena have one common feature – both medievalism and futurism emerged as products of the development of mass culture, although they are related to temporally and historically different cultural trends. The birth traumas of their genesis and early history of mass culture influenced them significantly. Secondly, neither medievalism nor futurism can be determined as attempts to form a true image of the Middle Ages or the future because they are servilist cultural trends in their nature. Medievalism and futurism serve the needs of their respective popular cultures. Therefore, thirdly, medievalism can be described as a system of beliefs and practices inspired by the Middle Ages of Japan or devotion to the traditional elements of that period, including Japanese architecture, literature, music, art, philosophy, martial arts, military ethics, etc. As for futurism, fourthly, the author perceives it as an alternative to medievalism based on the pervasive influence of technological progress, represented by actual serial cultural products – films, series, comics, and



mass literature in the science fiction genre. Fifthly, both medievalism and futurism as forms of mass culture are oriented toward a growing consumer market.

Historians and other intellectuals in Japan imagine history precisely as Japanese history, nevertheless, there are national traditions of European historical studies, but despite this fact, the assumptions of the Ukrainian historian Yaroslav Hrytsak that “the predominance of the national paradigm in the writings of historians can be compared with the dominance of the positivist paradigm of Leopold Ranke's exodus” (Hrytsak & Semyonova, 2003) seems adequate to describe the Japanese historiographic situation. Mass or pop medievalism in the first decades of the 21st centuries became a successful form of marketization of the rudiments of a historical recollection of the Middle Ages, although Japan has its own traditions of academic medievalism (Keirstead, 1998; Kido, 1995), focused both on studies of national Japanese medieval history and feudalism, and on the western classical model of feudalism (Iguchi, 2011). The formal community of Japanese medievalists “Japan Society for Medieval European Studies” (“Seiyō chūsei gakkai”) is well institutionalized and publishes a magazine “Spicilegium”. The theoretical range of interpretations and explanations in academic medievalism is diverse, ranging from transplantations into Japanese social and cultural contexts of the ideas of the “Annals school” or other approaches (Asaji, 1995; Kanao, 1995; Miyamatsu, 1995; Takayama, 1995; Tsurushima, 1995) to “new medievalism” (Ōkubo, 2008; Tanaka, 1996).

As for futurism, the author proposes that it is logical to determine it as the integration of relapses of an “archaic” cultural model (where the book was one of the systemic institutions of identity and reading was among important cultural practice) into the modern dominating type of mass culture. Medievalism and futurism in their dominant forms of films, series, and comics became twin brothers of modern mass consumption culture which quickly responded to cultural needs of consumers – responding to their changing preferences and offering cultural products that take into account collective interests in both medieval (feudal) and futuristic (fantastic) realms. The borderline or frontier character of Japanese culture is visible in several features of medievalism and futurism, including the borderline position at the junctions and intersections of mythology and traditional tales, romantic literature and medieval history, literature and cinema.

Modern stereotypes of popular culture present fantasy as a (pseudo) historical and adventure novel, where the characters act in non-existent worlds, stylized as a nationalized Japanese Middle Age. Actually, fantasy



became a form of social and cultural escapism because the imagination and invention of new frontier worlds became the common cultural strategy of Japanese medievalism and futurism, but the medievalist imagination in its Japanese version is not much different from Western medievalisms, actualizing mass and primitivised concepts and collective ideas about the Middle Ages and feudalism inherited from an earlier romantic tradition and genre of the historical novel. As for Japan, Japanese romantics (Doak, 1994) contributed to the genesis of medievalism, but their impact is not so noticeable when compared to Western influences of pop culture.

Almost any work belonging to the medievalist or futurist paradigm in modern Japanese popular culture provides numerous versions of the ethnic Middle Ages or the fantastic future imagined in the Japanese ethnic coordinate system. These worlds of Japanese feudal medievalism or fantastic futurism that do not exist in reality offer their possible historians many cases of frontier historical, political, cultural, social, ethnographic, economic and religious situations. Mass culture constructs its own medieval and future worlds for mass consumption. These two trends primitivized concepts and ideas about the Middle Ages and the future, with the significant difference being that medievalism mutates into an ethnographic positive utopia, and futurism becomes a repulsive fantastic dystopia.

SOCIAL CONTEXTS OF INTELLECTUAL HISTORY AND ARCHAEOLOGY OF IDEAS IN JAPANESE MEDIEVALISM AND FUTURISM

Medievalism and futurism as trends in the history of Japanese intellectual discourse did not arise in a vacuum – the social and cultural contexts of Japanese history, starting from the middle of 19th century, predetermined the development trajectories of these trends. Japan, as the author of this article has already stated, was one of those non-Western countries where feudalism and its own Middle Ages existed. By the middle of the 19th century, Japan was not one of the fastest growing countries, but its isolation made it more vulnerable to external threats. In 1868 the Tokugawa regime ceased to exist and reproduced itself in social and political spheres because a group of samurai organized a coup d'état, occupied the Imperial Palace in Kyoto, and in fact inspired further radical transformation which changed Japan from a late feudal state to a new nation-state, dynamically changing and developing amid its neighboring more traditional countries.



Whereas feudal regional groups inspired successive events of 1868, historical logic led them to transform into modernizers of the state. The Tokugawa regime existed before 1868 and the new Meiji rule established in 1868 actualized two tendencies which were far removed from radical modernizing changes. The shogunate and its political opponents represented feudal society and so were feudal in nature with the only difference that the shogun and emperor appealed to different forms of class ideology. Therefore, the shogunate and the imperial regime were equally active in their attempts to use the glorious historical past to right and correct medieval traditions for political purposes. While the shogunate and the samurai who supported it were consistent in defending their viewpoint, the imperial regime preferred instead to adapt to new social and economic situations, which forced it to launch a mechanism of political and cultural modernization. Supporters of these changes imagined the Western model of the nation-state as an ideal example of the state organization that needed to be transplanted to Japan. Since the 1870s, Japan has become a state where elites reformed social, political and economic relations consistently and decisively, destroying the old and creating new ones.

According to Robert Hellyer and David Leheny, the new political class of Meiji Japan “initiated reforms that dismantled the politically diffuse feudal state in which samurai lords ruled over semi-independent domains and pledged personal loyalty to the Tokugawa shogun. Drawing inspiration from Western political structures, the leaders eliminated the domains, reorganizing Japan into regional administrative units headed by governors appointed by the new central government. They also eliminated the samurai class, who had served as the administrators of the domain governments, and instead developed an extensive central bureaucracy that acted in the name of Meiji, whose portrait was placed in schools” (Hellyer & Leheny, 2018).

In this regard, Japan followed the path that European states had already taken. Peasants and city dwellers with fuzzy and blurred forms of estates and local self-identity turned into political nations (Weber, 1976) with standardized and unified identities. Meiji Restoration forced the fly-wheel of social, political, cultural and intellectual transformations to move in concert; as a result, these changes inspired the simultaneous coexistence of two mutually exclusive trends – the desire for modernization and a technically developed future world, along with a nostalgia for the golden age of the ethnically correct and ideal feudal Japan of the national Middle Ages. Japanese nationalism was a product of radical social and political modernization. As a consequence, nationalist discourse did not in-



spire narratives about the golden age of the nation's Middle Ages – such narratives being less popular among nationalistic intellectuals than the now current ideas of territorial expansion or the promotion of Japanese ethnicity, the integration of external territories and the assimilation of minorities.

The history of Japan does not reveal outright a direct dependency and correlation between the social speeds of cultural change and the presence of medievalism in culture, yet it does demonstrate that medievalism and futurism actualized themselves as ideological reactions and futuristic fantastic radical legitimations of modernization. These trends became visible later than classical political ideologies because the discourse of pop culture was yet to come. Medievalism and futurism found in Japanese intellectualism of the 20th century arose as a form of political reaction. The defeat in World War II, perceived as a national and military catastrophe resulting from radical authoritarian and undemocratic modernization, stimulated the futuristic reflections of Japanese intellectuals at a time when the radical social modernizations of the Japanese economic resurrection combined with Western cultural influences became the main incentives for medievalism.

MEDIEVALISM AND FUTURISM AS RECURRENTS OF MODERN IN MASS CULTURAL SOCIETY

This study proposes as an informal compromise and agreement that Japan, like the European states in times prior, experienced its own historical Middle Ages, which generated unique institutions and relations that are feudal in nature, even though some authors are reticent to describe medieval Japan as a feudal country. Marianne O'Doherty, for example, emphasizes that “across much of Europe, the period of the fall of the Western Roman Empire can very broadly be associated with some significant social and political changes. Similarly, around 1500, major cultural, theological, technological, and political upheavals (the reformation, the popularization of print, encounters in the Americas) can, rightly or wrongly, be used as markers of significant change. But none of these matter at all in... Japan...” (O'Doherty, 2017); however, other viewpoints are nonetheless visible in the historiography.

Paul B. Sturtevant, commenting on the cultural and mental localization of the Japanese Middle Ages within the Western cultural and historiographical tradition, stresses that Japan has more in common with the European West in its medieval history because both of them were feudal for more than ten centuries when discussions about “Chinese Middle Ages” or “European Seven Warring States period” (Sturtevant, 2014) would be



almost meaningless and impossible. Western intellectuals more often use the concept of “medieval” (Glassman, 2012; Souyri, 2003; Turnbull, 2005) as a definition when they write about Japan, mapping it in the system of methodological coordinates usually employed in the analysis of European feudalism.

The adjective “medieval” is used to describe the social and economic institutions of Japanese society with regard to politics, land relations and dependency, lordship and vassalage, culture and religion during a time when Japanese society itself is imagined as “feudal” in its nature and structure. The subsequent social, political and cultural transformations yielded by modernization led to the formal westernization of Japanese cultural spaces, including the transplantation of the European model of university education. Such education in Japan entailed the institutionalization of science in its Western sense, including history and medieval studies as one of the areas in humanities. At the same time, modernization inspired the emergence of novel literary trends that were historically absent in previous Japanese culture.

The defeat of Japan in World War II and the subsequent modernization of the national economy with its integration into the global world market led to radical changes in the status and role of the country in the region, turning it into one of the most developed and westernized states in Asia. Inevitably, these processes stimulated changes and transformations in the cultural sphere, inspiring the emergence and further development of the local mass culture, which combined Japanese and Western features. As a result, Japanese popular culture (Iwabuchi, 2002; Silverberg, 2009; Tsutsui, 2010) was able to combine the national (Shirane & Suzuki, 2002; Surak, 2012; Yoshino, 1992), ethnic, and ethnographic colors of history and heritage with general trends and common tendencies in the development of popular culture (Ashmore, 2005).

If historiography in almost all societies is either subordinate to politics directly or dependent upon it (Lindner, 1996), then mass culture is prone to politicization and conceptualization as well. Therefore, market actors involved in the production of mass-cultural products in Japan use universal forms (comics, film, series, mass literature) that actualize the Japanese versions of medievalism or futurism; however, the result of this symbiosis is not unique despite the fact that a significant number of ethnic features remain identifiable (Starrs, 2004).

Sergei Ivanov, a Russian historian of Byzantium, believes that fantasy – being the sphere of dominance of medievalism – is “always the Middle Ages, but the Western Middle Ages. ‘Game of Thrones’ is entirely the Roman-Germanic Middle Ages. In fantasy, there is no place for stylization



under Byzantium. Byzantium fell into the image gap” (Ivanov, 2018). As for Japan in particular and Asia in general, these regions are less recognizable in the imagined worlds of Western medievalism, although Japanese mass literature has no deficit in texts imagining a nationalized and “Nipponified” Middle Ages.

Actually, Japanese medievalism and futurism as products of mass culture became part of the global or globalizing cultural project of pop culture (Ko, 2013). Consequently, Japanese ethnic-national features were sold successfully in the global markets of symbolic services and entertainment. Japanese collective motifs of individual heroes, on the one hand, present clearly and discreetly in some products of American and European popular culture (Kaori, 2011); while on the other hand, the Japanese cultural market remains open to American and European influences, which became inevitable in the global economy with its trends for further globalization.

JAPANESE CULTURAL REALITIES AND WESTERN MEDIEVALISM

The relative popularity and success in Japan of “The Game of Thrones” by George Martin (less modest than enthusiasm in Europe a few years earlier) became a real expression of this cultural openness (Bremer, 2017; Mckenna, 2016). George Martin not only allowed the translation of his books in Japanese and publish them in Japan but also collaborated with the company that specializes in the production of computer games in medieval style (Cooper, 2019; ‘GoT-Firstpost’, 2019).

“The Game of Thrones” generated numerous critical and laudatory responses in the Japanese media, inspiring a host of adaptations and nationalizations of the project varying from traditional Japanese manga (Nakano, 2004; Natsume, 2001; Shimizu, 2001; Suyama, 1968) to the universal genre of the series. At the historical moment when Western popular culture began its expansion into Asian markets, including Japan, Japanese pop culture (Kamachi, 1999) had several social and cultural institutions (Brenner, 2007; Macwilliams, 2008) that could assimilate the Western cultural impact and product by integrating them into Japanese social spaces and collective preferences.

Furthermore, Japanese entertainment industries managed to “digest” science fiction (Motoko, 2014) proposing new models of the futuristic world (Perper & Cornog, 2011), which were ethnically Japanese and aimed at Japanese consumers, yet they were also understandable for mass consumers in America, Europe and Russia whose ideas about Japan resonated with their own cultures’ numerous stereotypes about Japan as a



country of samurai and high technology. Japanese writers of the 20th century made a significant contribution to the institutionalization and subsequent strengthening of the medievalist myth in their own cultural identity. Imitating the canons of a highly literate modern culture while simultaneously being integrated into the needs of the Japanese market economy, some authors successfully adapted medieval Japanese plots to the needs of the emerging consumer society and its mass culture.

Intellectuals, as the Ukrainian historian Iryna Kolesnyk believes, “are always in the power field of politics. Some serve the needs of the authorities, like official historiographers of rulers, dynasties, countries, they even become architects of new states. Others do not demonstrate their political preferences and views openly. Some of the historians remove from power and state institutions deliberately... a true intellectual is always in opposition to power and the existing regime” (Kolesnyk, 2017, p. 9). Yet in the Japanese case, nationalism – defeated in World War II – became a symbol of consolidation and a universal code readable by consumers of mass culture.

As a consequence, the gradual actualization of the medieval motives as a social memory of the golden age of the national Japanese Middle Ages became inevitable. Eiji Yoshikawa (1892 – 1962), the Japanese writer, was responsible for the successes and progress of Japanese popular culture in the second half of the 20th century. His texts became attempts to simulate and imitate the traditional medieval Japanese narrative in modern literature, and the writer himself recognized the secondary nature of his books. Yoshikawa, being one of the founding fathers of mass literature, actually deconstructed the classical medieval heritage in order to adapt it to the needs of modern culture, focusing on the interests of possible readers of mass literature. Yoshikawa’s works belonged to popular culture and the Japanese film industry adapted them actively: his novels were filmed 13 times from 1954 to 1973. Thus, Yoshikawa was among the inspirers of the synthesis of medievalism with mass culture. Medievalist motifs are characteristic for some texts by Ryōtarō Shiba (1923 – 1996) and Shūsaku Endō (1923–1996) as well, but they are limited to samurai images that were easily recognizable and decoded by mass readers.

MEMORY OF THE GOLDEN AGE OF THE NATIONAL MIDDLE AGES AND POLITICAL NOSTALGIA

The integration of medievalism into the Japanese cultural canon is a direct result of what transpired during the second half of the 20th century. Writers and intellectuals of that time nationalized and Nipponified Western fiction. They combined it with Japanese political realities which in-



cluded socially significant and painful aspects of historical memory – militarized aesthetics (Ohnuki-Tierney, 2010), political militarism, and the survival of the experience of violent warfare, which is a sensitive and painful part of Japanese modern history (Nozaki, 2008; Person, 2020; Takenaka, 2015). “The Battleship Yamato” (Shunichi, 2013) was the most successful fiction assimilation project in Japanese cultural realities because it simulates, imitates and deciphers messages found in American popular culture, from the 1960s pioneering television series “Star Trek” conceived by Gene Roddenberry to the movie novena of “Star Wars” created by George Lucas in the 1970s and being completed in the 21st century.

Several attempts to combine the poetics of medievalism with fantastic discourse preceded “The Battleship Yamato”, but numerous cultural and intellectual works by Japanese writers from the periods known as “shintō to kakusan” (“infiltration and diffusion”) fueled the ascent of Japanese science fiction, which began to reference Western experience, melding it into Japanese national culture and bringing to modern consciousness the political and ideological problems important to society by framing them within a novel context. The trauma of war predetermined the growth of revisionist sentiments, making possible the simultaneous actualization of both modern political militaristic sensibilities and medieval ethnic nostalgia.

“Space Battleship Yamato” (“Uchū Senkan Yamato”, 1974-1975, 26 episodes), a Japanese science fiction anime series, is a successful Japanese project which combined values of nationalism and militarism with political nostalgia and intellectual reflections on historical Japan. “Space Battleship Yamato II” (“Uchū Senkan Yamato Tsū”) continued the previous project in 1978 and 1979. By 1980 the third part of franchise “Space Battleship Yamato III” (“Uchū Senkan Yamato Suri”) appeared. As for anime, “Space Battleship Yamato: The Movie” (“Uchū Senkan Yamato: Gekijōban”) directed by Leiji Matsumoto appeared in 1977 and became the first attempt to integrate the plot into the traditional Japanese canon. By 2017 one film and eight anime series based upon themes found in the original “Space Battleship Yamato” were also released. “Space Battleship Yamato” became the first step in pop culture’s transition from the traditional paradigm of super-hero to the Japanese space operas of the late 1970s which made visible the contradictions between the forced surrender of a country that had preserved its historical memory of the national Middle Ages and its military spirit. As a result, a new stereotype arose in Japanese popular culture. A non-belligerent country painfully and actively imagined and in-



vented alternative historical mediaeval and fantastic futurist realities. Japanese intellectuals in pacifist Japan (Mizuno, 2007) projected the trauma of defeat in World War II on mass culture.

The Japanese film industry tried several times to synthesize nostalgia for the collective social and cultural medievalism with the technological poetics of science fiction by fitting them into the universal language of mass culture. “The Sengokujieitai” (“Time Slip and Sengoku Self Defense Force”, 1979) and the “Sengoku Jieitai 1549” (“Samurai Commando: Mission 1549”, 2005) became attempts to reconcile the various cultural and social versions of historical Japanese memory in the form of military cooperation between medieval samurai and modern soldiers of the Japanese army.

These films became pop culture attempts to revise the “therapeutic function” of history. Intellectuals preferred to ignore this function of history, however they resort to recalling it whenever they “discuss aspects of the past that seemed useful to the nation” (Scherrer, 2009, p. 101). Nonetheless, such films are successful attempts to return to discussions about the benefit or harm of militarism in a state that, after World War II, was actually forbidden to restore armed forces. Mass culture in Japan, with regard to nationalism, emerged as a “modern project” because these pop culture influences suggested “replacing universal holiness with partial sacrilege as a result of an attempt to separate the sacred from every day in the structures of power” (Manchev, 2003).

In this intellectual environment, popular culture in Japan created ties with nationalism, replacing relapses of high culture with their mass simulations, integrating nationalist tendencies into the formally non-political contexts of post-modernity. These films yielded a greater visualization of Japanese nationalism (Gayle, 2004; Stockwin & Ampiah, 2017) and the traditions of militarism: in the situation of strong and stable external control and influence and the impossibility for Japan as the state to have its own national armed forces and take part in wars, film directors “sent” their heroes to the past, forcing them to become participants in real feudal clashes. While historians, according to British sociologist Anthony Smith, play significant and prominent roles among the inspirers of nationalism (Smith, 1992), cultural activists in the 20th century became important participants in the nationalist imagination as well. Their activities range from nationalist polemics to the imagination of communities and the invention of traditions for the masses turning into political or ethnic nations.



SOCIAL INJURIES OF HISTORICAL MEMORY IN POP CULTURE BETWEEN MILITARISM AND NOSTALGIA

“The Battleship Yamato”, directed by Takashi Yamazaki, imitated the political and ideological poetics of American projects such as “Star Trek” and “Star Wars”, transplanting their concepts into Japanese social, cultural and historical realities. “The Battleship Yamato” (Ashbaugh, 2010) emerged also as a political and ideological project because it contributed to the actualization of nationalism, the visualization of Japanese identity, the legitimization of politically incorrect nostalgia for medieval feudal Japan and the fighting spirit of the samurai (Benesch, 2016). However, this ideology, in fact, became a victim of discredit as a result of the defeat in the second world war; as a consequence, Japanese pop culture became adept at assimilating and integrating Western cultural content into its national canon, using it to grow the Japanese pop culture industry.

If “The Battleship Yamato” revealed hidden political nostalgia, then Japanese versions of “Game of Thrones” emerged as overt nostalgia for the golden age of feudal medieval Japan. In the Japanese case, popular culture develops in the same way as historiography – dependent upon nationalism – because, if “the past is perceived as something negative and a deviation from the 'normal' path, then the elites and society face the task of parting with the legacy and overcoming the negative experience inevitably, correcting their own development paths” (Lastoŭski, 2016, p. 37).

Therefore, societies that gained traumatic lessons from the experience of military defeat and political responsibility can use the past for “therapeutic correction of the present, destroying and transforming past” (Krastev, 2003). The intellectual, cultural and political elites of Europe in the 20th century solved such problems several times and the mechanisms of the decision were varied, ranging from the marginalization of unpleasant moments of the past to their migration from politics to the cultural sphere, including popular culture. If nationalism actualizes some of the birth traumas of historiography and exposes its dependence on the political situation, then the mass culture of Japan actualizes the features of extreme politicization, monopolization of the production of ideas and meanings, as well as a high degree of politicization (Cusco & Taki, 2003).

When the seminal installment of “The Battleship Yamato” was brought to the public in the 1960s, the historical memory of the war in Japan was still fresh, so its visualization – like the actualization of the memory of feudal Japan – could be perceived as a politically reactionary trend. The later installments of “The Battleship Yamato”, belonging to the pop-cultural paradigm, were consequently free to illustrate the political feelings and preferences of their creators. This project appealed to Japa-



nese nationalism in its cultural version. Any other attempts to synthesize the memory of the war with nostalgia for medieval feudal Japan became stable and visible phenomena within Japanese self-consciousness by the 2010s, yet intellectuals continued to imagine modern memory as distinct and different from the medieval feudal past.

The heroes of the latest version of “The Battleship Yamato”, on the one hand, formally symbolize all the positive aspects of human civilization because they fight against alien invaders; on the other hand, they remain Japanese. As a result, the project itself is a prime example of one more pop-cultural reflection on the past of medieval feudal Japan imagined as the golden age of samurai valor. This cultural situation became a mental preparation for the legitimization and actualization of new images of the Middle Ages in Japanese popular culture because they became too comfortable for intellectuals who were brave and decisive enough to appeal to nationalist feelings.

The nationalist call of intellectuals for the rehabilitation of national past was pop-cultural in context and nationalist in nature, but it was not less effective than the same efforts of Japanese nationalism supporters in the political sphere. In the era of nationalism, according to Russian historian Viktor Shnirelman, “nations become the main subjects of history, the primordialist approach endows them with extremely stable cultural characteristics, nationalists identify nations with ethnic groups whose roots are lost in immemorial times” (Shnirelman, 2003, p. 18). In post-World War II Japan, nationalism became a victim of moderate political and ideological marginalization. At the same time, the nationalist discourse dissipated, migrating from the political sphere into heterogeneous cultural spaces. Therefore, actors of the mass cultural market reacted to the ever-growing demand for content labeled as specifically nationalistic. These consumer preferences made it possible to turn some areas of mass culture into a new space where nationalist discourse became the dominant force.

MASS CULTURAL NATIONALISM: PROTECTING AND DEFENDING JAPANESE MEDIEVALISM

The roots and origins of modern Japanese medievalism can be found not only within the influence of the Western fantasy tradition, but also within Japanese political discussions that played a role no less important and significant. These transformations of collective ideas about the past and identity were impossible without the unique cultural experience that Japan gained in its attempts to create, its own national and partially ethicized version of mass culture, inspiring the emergence and development of the “taiga drama” phenomenon – the annual year-long historical



drama television series that includes “Minamoto no Yoshitsune” (1966), “Haru no Sakamichi” (1971), “Shin Heike Monogatari” (1972), “Kunitori Monogatari” (1973), “Dokuganryū Masamune” (1987) and others that actualized and visualized medieval motifs. Samurai cinema (Galloway, 2005; 2009; Silver, 1977) also known as “chambara” became a form of visualization of the medievalist of myth and its integration into modern culture as well.

The market version of Japanese medievalism coexists with invented traditions that actualize collective social and cultural memories of the Middle Ages. The Shingen-ko Festival, Esahi Ubagami Grand Shrine Festival, Matsue Warrior Procession, Date Musha (Samurai) Festival, Shizuoka Festival, Battle of Sekigahara Festival, Nobunaga festival parade, Hagi Jidai Festival are among medieval invented traditions in modern Japan, which is forced to coexist with Korean attempts to visualize Japanese medievalism in the globalizing world. In addition to festivals, numerous Japanese castles (Ōno-jō, Hakuhō-jō, Kakegawa-jō, Hirosaki-jō, Kaminoyama-jō, Chikiri-jō, Gifu-jō, Hikone-jō, and Hamamatsu-jō etc.) still exist as the monumental embodiment of medievalism.

External influences ranging from Western to neighboring regional (Korean) ones played a part in stimulating such cultural Japanese practices. The American-Japanese television miniseries “Shōgun” (1980), based on the same title novel of James Clavell (1921 – 1994), was among the first external incentives with internal Japanese motivation, because the project’s Japanese participants were interested in its financial success. If Japanese medievalism idealizes the Japanese Middle Ages positively, then Korean medievalism, by contrast, causes a negative impression in Japan. “Myeonglyang” (“The Admiral: Roaring Currents” in the English version, “Batoru ōshan kaijō kessen” in Japanese) reproduces, imitates and simulates the medieval Japanese entourage no less carefully than that portrayed within the Japanese film industry itself.

Despite the fact that the filmmakers paid considerable attention to the reconstruction of Japanese medieval features, Japanese cinema theatres did not show the film. They considered it on the one hand to be an expression of anti-Japanese sentiments held by its Korean creators – who did not hire Japanese actors but instead entrusted these roles to Koreans – while on the other hand, they considered it to be potentially politically dangerous because it might inspire the rise of Japanese ethnic nationalism. The Japanese reception of “Game of Thrones” resulted from changes in historical consciousness in the early decades of the 21st century. If the two previous centuries entered the history as epochs when “historians as authors of the historical narrative” invented “traditions that contributed



to the emergence of collective identities of national communities” (Sahanovič, 2010, p. 89), then the first two decades of the 21st century became the period when professional historians lost this monopoly and yielded it to popular culture.

If in the preceding periods “history could be a political commodity only in a logo-centric society”, then in a postmodern society “history becomes practically unnecessary. There is simply no history in such a system” (Kazakevič & Akudovič, 2006). The substitution of history with pop-cultural historical simulations, stylizations and imitations became inevitable, meaning that the “Game of Thrones” can be considered to be one of the decisive and determining factors in the process of changing the localization of historical memory and identity. Despite modern pop culture’s influence, history in Japan – as well as in neighboring states – nonetheless became a victim of politically and ideologically motivated manipulations.

Whereas in developing communist China the “tendency toward a nationalist reading of historical events” (Borah & Lomanov, 2009, p. 65) becomes more significant, in economically developed Japan perception of the past in a nationalistic spirit is still taken to be reprehensible. In this situation pop culture offers revisionist models of understanding the past, while nationalist perception becomes an indispensable element of alternative cultural and intellectual discourses. Therefore, the triumph of mass culture has changed the status of history in society, contributing to its mutation into the knowledge of “historical concepts in a world without a future” (Koposov, 2013, p. 57) because pop-cultural discourse uses the potential of frontier actively, rendering the division of time into the categories of past, present and future as a superfluous and unnecessary luxury of the post-modern era.

INVENTION OF TRADITIONS AND WESTERN POP CULTURAL UNIVERSALIES AND THEIR JAPANISATION

The moderate Nipponification of “Game of Thrones”, as expressed on the covers of Japanese editions of George Martin's book (Silva, 2017) and attempts to assimilate the heroes of the project visually in the style of traditional Japanese painting (Jones, 2015; ‘TARTGOT - SJT’, 2019) preceded radical transplantation of Martin's plot into Japanese national contexts.

In addition, Western fantasy as a form of medievalism became “a powerful vehicle for the dissemination of ‘medieval’ tropes in popular culture” (Cuenca, 2020) and as a result influenced the same cultural trends in Japan, inspiring some adaptations of European plots and their stylization in the contexts of medieval Japan (Minjie, 2019). While most European



and American historians (D'Arcens & Lynch, 2014; Young, 2015a, 2015b) define medievalism as a Western phenomenon exclusively, Japanese medievalism by contrast seems to be a secondary cultural phenomenon – resulting from globalization with its external influences and transplantation of “tropes” (Heermann, 2013) or “commonplaces” of Western fantasy into Japanese cultural contexts. Yet, some authors (Savage, 2013) believe that it is not popular in Japan because local consumers don't understand it – they simply don't need it, because the fantasy niche that it occupies in the Western book market in Japan is under stable control of local writers.

Despite its secondary nature in form, Japanese medievalism is original in its ethnic content. Japanese participants of the historical reenactment movement are active in their collective attempts to dramatize events in medieval history, focusing on the collective needs of Japanese consumers who are interested in such ethnic forms of mass show. History museums (such as the Tokugawa Art Museum), on the one hand, and armor and weapon manufacturers, on the other hand, inspire Japanese participants of medievalist shows on both academic and practical levels. Participants in this symbolic market of identity and memory earn real and significant incomes, showing that they are no less nationalistic than politicians because they are forced to resist Chinese competitors in their attempts to sell cheap fakes of Japanese samurai armor and weapons.

Despite the fact that historical reenactments in Japan (Tiffany, 2018) are less developed than similar cultural movements in Europe and America, and the general number of enthusiasts and groups (“Kabuto bugu kenkyū hozon-kai” or “Arms Research and Preservation Society”, “Seiō chūsei-shi jissen kenkyūkai avu-arōn” or “Western Europe Medieval History Practice Study Group Avalon”, “Nihon katchū kiba kenkyūkai” or “Japanese Armored Horse Study Group”, “Kōshū washiki bajutsu tankyūkai” or “Koshu Japanese Equestrian Quest”, “Nihon zairai ma rekishi kenkyūkai” or “Japanese Traditional Horse History Study Group”) of the Samurai medieval reenactment in Russia and Europe is more than in Japan itself, reconstructionists' activities have become an invented cultural tradition and social ritual. The first attempts to establish political and cultural invented medievalist traditions can be dated between 1920s and 1930s (Narroway, 2008) and 1950s and 1960s, when enthusiasts started to use historical sources in their collective and individual attempts to reconstruct costumes and objects of the Samurai era. “Association for the Research and Preservation of Japanese Helmets and Armor” (“Nihon Katchu Bugu Kenkyu Hozon Kai”, or NKBKHK, established in 1961) arose from such organizations specializing in the promotion of medievalism and its popularization in society when pop culture began to determine the main



vectors and paths of cultural development in a more active and aggressive fashion. NKBKHK published “Quarterly Magazine (Katchu Bugu Kenkyu)”, as well as annual Yearbooks and books focused on promoting Japanese medievalism and samurai culture from armor (Absolon, 2017; I. Bottomley, 2018a, 2018b; Ian Bottomley & Hopson, 1993; Cummins & Minami, 2018; Ogawa, 2013) to swords (Roach, 2014; Sinclair, 2018; Yoshihara, Kapp, & Kapp, 2012).

Since the 1970s, historical reenactment has become a mass movement, oriented both to the market and the entertainment of spectators and participants, which made it possible to rent historical costumes and weapons. The 1990s and 2000s inspired new changes in practices of historical reenactment, reducing the cost of the process and expanding the range of used materials, which varies from almost authentic metal and silk to mass plastic and synthetics. Therefore, historical reenactment risks becoming amateur role-playing games.

WESTERN “GAME OF THRONES” AND JAPANESE NATIONALIZATIONS

A new project of the Japanese film industry launched in 2019 became an attempt to nationalize Western medievalism. “Age of Samurai: Battle for Japan” (Andelane, 2019; Paur, 2019), with action taking place in a land that visually depicts Japanese medieval feudal traditions, became the Japanese version of the “Game of Thrones” series – but demonstrates a key difference from the original Western project. If the literary basis of “Game of Thrones” is George Martin’s novel, which belongs to the classic fantasy canon imitating the Western European Middle Ages, then “Age of Samurai: Battle for Japan” appeals to Japanese feudal realities and claims with more historicity than “Game of Thrones”.

Commenting on the Western classic “Game of Thrones”, Robin Zlotnick believed that the project was successful in Europe and America, but its authors ignored the interests and preferences of Japanese viewers who understood it as “fun ... but ... totally fake” (Zlotnick, 2019). Cultural discrepancies, on the one hand, and a significant degree of integration of Japanese pop culture into the world, on the other hand, made possible the transplantation of “Game of Thrones” into Japanese cultural and historical contexts. The “medievalist” and “fantastic” in modern Japanese identity and popular culture co-exist as interdependent categories and invented traditions. It is logical to consider that the synthesis of medievalism and science fiction, focused on idealization of the feudal past and speculations about possible trajectories of future development, contributes to institu-



tionalizing a model of national Ethnofuturism in Japan. While this definition may be used to describe the cultural activities of intellectuals of minority groups, the Japanese do not belong to minorities.

As a result, the Japanese model of ethnofuturism has significant features. Ethnofuturism in Japan became a form of cultural ethnic nationalism; it does not preach the idea of survival and salvation of a nation – instead, it manifests and expresses itself in desires to actualize the historical past, imagined and invented within ethnic coordinate systems. Ethnofuturism in Japan synthesizes the values of medieval visualized ethnicity co-existing with pop culture fantasy film, comic and series projects that transplant Japanese identity into heterogeneous imagined worlds of a probable future. If Japan's defeat in World War II discredited the medieval ideals of the samurai spirit and military morale, and if pop culture assimilated the Middle Ages successfully, then Ethnofuturism emerges as an attempt to rehabilitate them both – although Japanese Ethnofuturism as a whole prefers to voice itself through the universal pop-culture languages of films, series and comics.

CONCLUSIONS

In summary, this paper argued that imagination and invention became two influential trends in the development of the humanities during the last decades of the 20th century. Historians involved in various fields of modern humanities analyzed texts as literary works and demonstrated how such texts are efforts toward a collective deconstruction of historical, cultural, national and other experiences. The crisis of traditional culture, replaced and supplanted by popular culture, actualizes collective reflections on modern society's problems, which are expressed in both medievalism and futurism as grand narratives of the consumer society and its invented traditions.

The development of world literature in the 20th century inspired the progress of certain genres that serve as examples of a frontier because of their transitional or borderline nature. Medievalism and science fiction – two different trends focused on the imagination and construction of feudal or futuristic worlds – actualized critical trends in the development of the identity in societies where mass culture became the dominant means of systematizing cultural experience. The relationships between imagined and real historical, religious, social, political and cultural experiences is the first problem that scholars of Japanese medievalism and futurism face, because they imagined them as two cultural trends that claim to be para-



digms in the development of modern society. Japanese fantasy is just one genre that occupies a frontier position in modern literature and popular culture.

An analysis of numerous imagined or still imaging “medieval” and “futuristic” worlds, states, political regimes, systems and orders, generated by the explosion of various imaginations in popular culture, actualizes the interdisciplinary connections between medieval history and futurology. Nevertheless, we found that the performative turn in historiography and the triumph of the imaginative paradigm desacralised historical realities, which became political, social and intellectual constructs. This mutation was not possible without authoritarian experiments of the 20th century, which subordinated science fiction to the political and ideological needs of the elites and in fact desacralised the future.

In conclusion, it would appear that the desacralisation of history stimulated and inspired the triumph of the new Japanese culture, which offered the reader the same mass and accessible medievalisms and futurisms, represented by numerous imagined and invented worlds with their unique sociopolitical institutions, although such uniqueness was merely a formality since all such institutions and relationships are genetically rooted in prototypes that exist in real Japanese medieval or modern histories, historical experience, and national memory. These cultural strategies predetermined the basic systemic characteristics and features of the invented worlds of medievalism and futurism as forms of mass culture. The worlds invented and imagined by the authors of novels belonging to the medievalist or futuristic paradigms are frontier; in this situation, their works actualize the achievements and potential of several relative genres.

Medievalism, as a form of existence of Japanese cultural memory, is among the politically and ideologically difficult genres, but it is relatively popular among modern writers and readers who consume works within this particular genre as well as other genres. The main conclusions that can be drawn: the desacralisation of history and the collapse of the monopoly of academic historiography restored the myth and the romantic aura of the Middle Ages; and futurological speculations discredited fantasy and future worlds, which inevitably became projections of political and ideological preferences. These changes in interdisciplinary humanities and historiography were impossible without a performative turn that inspired a new interdisciplinary paradigm for the development of anthropology, archaeology, history and cultural studies.



The performative turn provides intellectuals with the possibility to realize that an analysis of the formal roles and various cultural, social, political, and economic behavioral strategies inspired by prescribed statuses is of utmost importance. Awareness and understanding of the performative nature of history led mass literature, comics, and the film industry to become Japanese forms of performance. Books and films in genres of medievalism or science fiction in modern mass culture in Japan became incentives for the development of new group identities that are performative in nature and mimic medieval feudal realities or simulate trajectories of their development in the future. Medieval and future worlds in these intellectual situations became cultural roles and invented traditions.

It was impossible to predict the historical triumph of fantasy without medievalism, nor the progress of fiction without authoritarianism – because, without the development of academic medievalism and non-democratic regimes with their interest in technical modernization, texts that can be localized on imagined maps of “the greater medievalism” or “futuristic project” discourse would have vegetated in the margins of literature and remained in the shadow of the giants of naturalism, realism, and modernism. Fantasy and science fiction forced medieval studies and futurology to mutate and turn into medievalism and futurism as elements of the mass culture canon.

Fantasy revived the myth of the Middle Ages as a golden age and satisfied the readers' demand for works that could free them from capitalism and other modern realities. Futuristic versions of science fiction portrayed worlds that ranged from the utopian to the dystopian. The escapist psychology of the mass reader and the iron logic of the capitalist book business combined forces to stimulate the constant growth of works in these genres in algebraic progression. Medievalism turned out to be more market-oriented than academic medieval studies, which nonetheless were, in fact, responsible for its genesis. Fantastic futurism showed greater ability to adapt than an academic reflection on the future.

In conclusion, an analysis of Japanese texts and other forms, practices, tactics and strategies that form the discourse of serial medievalism as a memory of the Middle Ages; together with an analysis of science fiction as memories of a possible future provides great promise within the context of interdisciplinary synthesis. Such combined analyses can provide intellectuals with an opportunity to use historical, social and economic sciences to deepen an understanding of the non-existent worlds of the Japanese Middle Ages and the future as frontiers between real histori-



cal facts, processes and institutions and invented and imagined (im)possible trajectories of social, political and economic changes of multiple worlds that once arose in medieval and futuristic discourses.

ACKNOWLEDGEMENT

The author expresses his sincere gratitude to Margarita Voytenko and Vladimir Storozhuk (club of historical reconstruction “Samurai Shimazu”, Astrakhan, Russia) for valuable advices and comments that complemented and improved the text of this article significantly.

References

- Absolon, T. (2017). *Samurai Armour: Volume I: The Japanese Cuirass: Trevor Absolon: Osprey Publishing*. London: Osprey Publishing.
- Andelane, A. (2019). ‘Real life Game of Thrones’: Netflix to launch new show ‘Age of Samurai’ on feudal Japan. *Newshub*. Retrieved from <https://www.newshub.co.nz/home/entertainment/2019/06/real-life-game-of-thrones-netflix-to-launch-new-show-age-of-samurai-on-feudal-japan.html>
- Anderson, B. (1997). *Sōzō no kyōdōtai (Imagined Communities)*. Tokyo: NTT shuppan.
- Asaji, K. (1995). The Barons’ War and the hundred jurors in Cambridgeshire. *Journal of Medieval History*, 21(2), 153–165. doi: 10.1016/0304-4181(94)00814-I
- Ashbaugh, W. (2010). Contesting Traumatic War Narratives: Space Battleship Yamato and Mobile Suit Gundam. In D. Stahl & M. Williams (Eds.), *Imag(in)ing the War in Japan: Representing and Responding to Trauma in Postwar Literature and Film* (pp. 327–353). Boston, MA: Brill.
- Ashmore, D.-J. (2005). Who Owns Culture? Negotiating Folk Tradition at the Nishinomiya Ebisu Shrine. *EJCJS: Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*. Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2007/Ashmore.html>
- Barkoŭski, P. (2013). An intellectual manifesto here and now. *Political sphere. Journal of Political Studies*, 21(2), 93–96. (In Belarusian).
- Benesch, O. (2016). *Inventing the Way of the Samurai: Nationalism, Internationalism, and Bushidō in Modern Japan*. Oxford: Oxford University Press.
- Borah, O., & Lomanov, A. (2009). Return of Heavenly Command. *Pro et Contra*, 65–88. (In Russian).
- Bottomley, I. (2018a). *Japanese Armor, The Galeno Collection*. London: William A. Galeno.
- Bottomley, I. (2018b). *Japanese Arms and Armour*. London: Royal Armouries.
- Bottomley, Ian, & Hopson, A. (1993). *Arms and armor of the Samurai: The history of weaponry in ancient Japan*. Gramercy.



- Bremer, J. (2017, August 2). Winter has finally come for Isaac Hempstead Wright. Retrieved 14 December 2020, from The Japan Times website: <https://www.japan-times.co.jp/culture/2017/08/02/tv/winter-finally-come-isaac-hempstead-wright/>
- Brenner, R. E. (2007). *Understanding Manga and Anime*. Greenwood Publishing Group.
- Cangia, F. (2010). *Towards a Mutual Anthropology of Identity in Japan and the West*. doi: 10/Cangia.html
- Conroy, H. (1955). Japanese Nationalism and Expansionism. *The American Historical Review*, 60(4), 818–829. doi: 10.2307/1844921
- Cooper, V. (2019, March 28). Medievalism in Games: An Introduction. Retrieved from The Public Medievalist website: <https://www.publicmedievalist.com/intro-games/>
- Cuenca, E. (2020). Medievalism, Nationalism, and European Studies: New Approaches in Digital Pedagogy. Retrieved from Europe Now website: <https://www.europe-nowjournal.org/2020/06/02/medievalism-nationalism-and-european-studies-new-approaches-in-digital-pedagogy/>
- Cummins, A., & Minami, Y. (2018). *Samurai Arms, Armour & the Tactics of Warfare: The Collected Scrolls of Natori-Ryu*. Watkins Media Limited.
- Cusco, A., & Taki, V. (2003). "Who are we?" Historiographic Choice: Romanian Nation Or Moldovan Statehood. *Ab Imperio*, (1), 485–495. doi: 10.1353/imp.2003.0100 (In Russian).
- D'Arcens, L., & Lynch, A. (2014). *International Medievalism and Popular Culture*. Cambria Press.
- Doak, K. M. (1994). *Dreams of Difference: The Japan Romantic School and the Crisis of Modernity*. University of California Press.
- Farkas, I. (2013). The Japanese Nation Building in European Comparison. *Acta Asiatica Varsoviensia*, (26), 85–107.
- Galloway, P. (2005). *Stray Dogs & Lone Wolves: The Samurai Film Handbook*. Stone Bridge Press.
- Galloway, P. (2009). *Warring Clans, Flashing Blades: A Samurai Film Companion*. Stone Bridge Press.
- Games of Thrones creator George R.R. Martin has consulted on a Japanese game—Gaming News , Firstpost. (2019). Retrieved from Firstpost website: <https://www.firstpost.com/tech/gaming/games-of-thrones-creator-george-r-r-martin-has-consulted-on-a-japanese-game-6678411.html>
- Gayle, C. A. (2004). *Marxist History and Postwar Japanese Nationalism*. Taylor & Francis.
- Glassman, H. (2012). *The Face of Jizō: Image and Cult in Medieval Japanese Buddhism*. University of Hawai'i Press.
- Gordon, A. (2013). *A Modern History of Japan, International Edition: From Tokugawa Times to the Present*. OUP USA.



- Hardacre, H. (1997). The Role of the Japanese State in Ritual and Realization, 1868-1945. *Bulletin de l'École Française d'Extrême-Orient*, 84, 129–145.
- Heermann, T. (2013). Fantasy Tropes in Japanese Folklore. Retrieved from Adventures in Sci-Fi publishing website: <http://www.adventuresinscifipublishing.com/2013/01/fantasy-tropes-in-japanese-folklore/>
- Hellyer, R., & Leheny, D. (2018, January 3). What Japan can teach us about the future of nationalism. *Washington Post*. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/news/made-by-history/wp/2018/01/03/what-japan-can-teach-us-about-the-future-of-the-nationalism/>
- Hopson, N. (2018). Takahashi Tomio's Henkyō: Eastern Easts and Western Wests. *Journal of Frontier Studies*, (4), 169–207. doi: 10.24411/2500-0225-2018-10 029 (In Russian)
- Hrytsak, Ya., & Semyonova, A. (2003). Ukrainian historiography: 1991–2001. A decade of change. *Ab Imperio*, (2), 427–454. doi: 10.1353/imp.2003.0084 (In Russian).
- Iguchi A. (2011). Appropriating the Other on the Edge of the World: Representations of the Western Middle Ages in Modern Japanese Culture. *Journal of the Open University of Japan*, 28, 63–69.
- Ivanov, C. (2018). Humanities rediscover everything. *Arzamas*. Retrieved from <https://arzamas.academy/materials/191> (In Russian).
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press.
- Jansen, M. B. (2002). *The Making of Modern Japan*. Harvard University Press.
- Jones, J. (2015). The Japanese “Game Of Thrones” Covers Are Even More Amazing Than You Ever Imagined. Retrieved from BuzzFeed website: <https://www.buzzfeed.com/jamiejones/the-japanese-game-of-thrones-covers-are-even-more-amazing-th>
- Kamachi, N. (1999). *Culture and Customs of Japan*. Greenwood Press.
- Kanao, T. (1995). Les messagers du Duc de Bourgogne au début du XV^e siècle. *Journal of Medieval History*, 21(2), 195–226. doi: 10.1016/0304-4181(94)00 816-K
- Kaori, Y. (2011). National Identity (Re)Construction in Japanese and American Animated Film: Self and Other Representation in Pocahontas and Princess Mononoke. *EJCJS: Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*. Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2011/Yoshida.html>
- Katasonova, E. (2012a). Mass culture: In search of definition. *Association of Japanese Scholars*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=229&Itemid=59 (In Russian).
- Katasonova, E. (2012b). Modernization and problems of mass culture formation. *Association of Japanese Scholars*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=322&Itemid=69 (In Russian).



- Katasonova, E. (2012c). Comic book country. *Association of Japanese Scholars*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=235&Itemid=69 (In Russian).
- Katasonova, E. (2012d). Japanese gangster cinema: The origin of the genre. *Association of Japanese Scholars*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=584&Itemid=69 (In Russian).
- Katasonova, E. (2012e). *The Japanese in the real and virtual worlds: Essays on modern Japanese mass culture*. Восточная литература РАН. (In Russian).
- Kazakevič, A., & Akudovič, B. (2006). Science and strategies for working with the past Discussion within the seminar "Contemporary Belarusian Thinking" Minsk. *Political sphere. Journal of Political Studies*, (06), 44–48. (In Belarusian).
- Keirstead, T. (1998). Inventing Medieval Japan: The History and Politics of National Identity. *The Medieval History Journal*, 1(1), 47–71. doi: 10.1177/097194589800100104
- Kido, T. (1995). The study of the medieval history of Europe in Japan. *Journal of Medieval History*, 21(2), 79–96. doi: 10.1016/0304-4181(94)00812-G
- Ko, M. (2013). *Japanese Cinema and Otherness: Nationalism, Multiculturalism and the Problem of Japaneseness*. Routledge.
- Kolesnik, I. (2017). Ukrainian historian and power: From coercion to partnership. *Eidos*, (9), 9–24. (In Ukrainian)
- Koposov, H. (2013). Historical concepts in a world without a future. In G. Garreta, G. Dyufo, & L. Pimenova (Eds.), *How we write history* (pp. 57–93). Москва: РОССПЭН. (In Russian).
- Krastev, D. (2003). Canon and / or agon. Literary-historical (re) constructions. In A. Vacheva & G. Chobanov (Eds.), *Culture and criticism. T. 3. The end of modernity?* (pp. 416–449). Varna: LiterNet. (In Bulgarian).
- Krom, M. (2013). The use of concepts in research on the history of pre-Petrine Russia; change of milestones and new landmarks. In G. Garreta, G. Dyufo, & L. Pimenova (Eds.), *How we write history* (pp. 94–125). Москва: РОССПЭН. (In Russian).
- Krupianko, M. I., & Areshidze, L. G. (2012). *Japanese Nationalism: Ideology and Politics*. International relationships. (In Russian).
- Lastovsky, A. (2016). Studying the Communist Past in Slovakia: Key Factors and Dynamics. *Political sphere. Journal of Political Studies*, 24(1), 37–55. (In Belarusian).
- Lindner, R. (1996). Invariance and changes in the post-Soviet historiography of Belarus. *Contacts and Dialogues*, (3), 20–25. (In Ukrainian)
- Macwilliams, M. W. (2008). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. M.E. Sharpe.
- Manchev, B. (2003). Modernity and anti-modernity. Bulgarian national exoticism. In A. Vacheva & G. Chobanov (Eds.), *Culture and criticism. T. 3. The end of modernity?* (pp. 376–416). Varna: LiterNet. (In Bulgarian).



- Mckenna, S. (2016, May 1). Is it fifth time's the charm for 'Game of Thrones' in Japan? *The Japan Times*. Retrieved from <https://www.japantimes.co.jp/culture/2016/05/01/tv/fifth-times-charm-game-thrones-japan/>
- Minjie, S. (2019, December 15). Five Japanese Anime series inspired by Medieval Europe. *Medievalists.Net*. Retrieved from <https://www.medievalists.net/2019/12/five-japanese-anime-series-inspired-by-medieval-europe/>
- Miyamatsu, H. (1995). A-t-il existé une commune à Angers au XIIe siècle? *Journal of Medieval History*, 21(2), 117–152. doi: 10.1016/0304-4181(94)00817-L
- Mizuno, H. (2007). When Pacifist Japan Fights: Historicizing Desires in Anime. *Mechademia*, 2(1), 104–123. doi: 10.1353/mec.0.0007
- Motoko, T. (2014). Trends of Fiction in 2000s Japanese Pop Culture. *The Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 14(2). Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol14/iss2/tanaka.html>
- Nakano, H. (2004). *Manga sangyō-ron*. Tōkyō: Chikumashobō.
- Narroway, L. (2008). Symbols of state ideology: The samurai in modern Japan. *New Voices*, 2(4), 63–79.
- Natsume, F. (2001). *Manga sekai senryaku*. Tōkyō: Shōgakukan.
- Nozaki, Y. (2008). *War Memory, Nationalism and Education in Postwar Japan: The Japanese History Textbook Controversy and Ienaga Saburo's Court Challenges*. Routledge.
- O'Doherty, M. (2017, March 7). Where Were the Middle Ages? *The Public Medievalist*. Retrieved from <https://www.publicmedievalist.com/where-middle-ages/>
- Ogawa, M. (2013). *Art of Armor: Samurai Armor from the Ann and Gabriel Barbier-Mueller Museum Collection*. Ann and Gabriel Barbier-Mueller Museum.
- Ohnuki-Tierney, E. (2010). *Kamikaze, Cherry Blossoms, and Nationalisms: The Militarization of Aesthetics in Japanese History*. University of Chicago Press.
- Ōkubo, K. (2008). *Atarashii chūsei no hajimari to Nihon: Yūkaisuru kindai to Nihon no saihakken* (Shohan). Tōkyō: Kadensha : Hatsubai Kyōei Shobō.
- Paur, J. (2019). Netflix Announces “Age of Samurai: Battle for Japan” documentary series “A Real Life Game of Thrones”. *GeekTyrant*. Retrieved from <https://geek-tyrant.com/news/netflix-announces-age-of-samurai-battle-for-japan-documentary-series-a-real-life-game-of-thrones>
- Pavlenko, N. V. (2018a). The duality of the image of the Other/Alien in Japanese culture: from the demonic to the divine. *Journal of Frontier Studies*, (4), 147–168. doi: 10.24411/2500-0225-2018-10 028 (In Russian).
- Pavlenko, N. V. (2018b). The semantics of images of foxes in Japanese culture as a reflection of the concept of the Other. *Journal of Frontier Studies*, (3), 41–58. doi: 10.24411/2500-0225-2018-10 015 (In Russian).
- Pavlenko, N.V. (2017). Frontier with a japanese face. *Journal of Frontier Studies*, (4), 127–140. (In Russian).



- Perper, T., & Cornog, M. (2011). *Mangatopia: Essays on Manga and Anime in the Modern World*. ABC-CLIO.
- Person, J. (2020). *Arbiters of Patriotism: Right-Wing Scholars in Imperial Japan*. University of Hawaii Press.
- Rieu, A.-M. (2014). The syndrome of “overcoming modernity”: Learning from Japan about ultra-nationalism. *Transtext(e)s Transcultures*, (9). doi: 10.4000/transtexts.552
- Roach, C. M. (2014). *Japanese Swords: Cultural Icons of a Nation; The History, Metallurgy and Iconography of the Samurai Sword (Downloadable Material)*. Tuttle Publishing.
- Saaler, S. (2016). Nationalism and History in Contemporary Japan. *The Asia-Pacific Journal: Japan Focus*, 14(20). Retrieved from <https://apjpf.org/2016/20/Saaler.html>
- Saganovich, G. (2010). Tannenberg / Grunwald / Dubrovno 1410: Symbolization of the Battle of Belarus. *Belarusian Historical Review*, 17(1–2), 89–116. (In Belarusian).
- Sannosuke, M. (1971). The Significance of Nationalism in Modern Japanese Thought: Some Theoretical Problems. *The Journal of Asian Studies*, 31(1), 49–56. doi: 10.2307/2053050
- Savage, F. (2013, January 18). Why Doesn't Fantasy Sell in Japan? *Amazing Stories*. Retrieved from <https://amazingstories.com/2013/01/why-doesnt-fantasy-sell-in-japan/>
- Savitsky, E. E. (2016). Preposterous History: Anachronistic Middle Ages at the turn of the XX-XXI centuries. *Sociology of Power*, 28(2), 62–77.
- Scherrer, Yu. (2009). Germany and France: Working on the Past. *Pro Et Contra*, (3–4), 89–108.. *Pro Et Contra*, (3–4), 89–108.
- Shimizu, I. (2001). *Nihon kindai manga no tanjō*. Tōkyō: Yamakawa Shuppansha.
- Shirane, H., & Suzuki, T. (Eds.). (2002). *Inventing the Classics: Modernity, National Identity, and Japanese Literature*. Stanford University Press.
- Shnirelman, V.A. (2003). *Memory Wars: Myths, Identity and Politics in Transcaucasia*. Academbook.
- Shunichi, T. (2013). Fusing Nationalisms in Postwar Japan. The Battleship Yamato and Popular Culture. *EJCJS: Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 12(3). Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcjs/vol12/iss3/takekawa.html>
- Silver, A. (1977). *The Samurai Film*. Overlook Press.
- Silverberg, M. (2009). *Erotic Grotesque Nonsense: The Mass Culture of Japanese Modern Times*. University of California Press.
- Sinclair, C. (2018). *Samurai Swords - A Collector's Guide: A Comprehensive Introduction to History, Collecting and Preservation - of the Japanese Sword*. Tuttle Publishing.



- Smith, A. (1992). Nationalism and the Historians. *International Journal of Comparative Sociology*, 33(1–2), 58–80.
- Souyri, P. F. (2003). *The World Turned Upside Down: Medieval Japanese Society*. Columbia University Press.
- Starrs, R. (Ed.). (2004). *Japanese Cultural Nationalism: At Home and in the Asia Pacific*. Global Oriental.
- Stockwin, A., & Ampiah, K. (2017). *Rethinking Japan: The Politics of Contested Nationalism*. Lexington Books.
- Sturtevant, P. B. (2014, August 21). American Medieval. *The Public Medievalist*. Retrieved from <https://www.publicmedievalist.com/american-medieval/>
- Surak, K. (2012). *Making Tea, Making Japan: Cultural Nationalism in Practice*. Stanford University Press.
- Suyama, K. (1968). *Nihon manga ichi rei rei-nen*. Tōkyō: Haga shoten.
- Takayama, H. (1995). The local administrative system of France under Philip IV (1285–1314)—Baillis and seneschals. *Journal of Medieval History*, 21(2), 167–193. doi: 10.1016/0304-4181(94)00815-J
- Takenaka, A. (2015). *Yasukuni Shrine: History, Memory, and Japan's Unending Postwar*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Tanaka, A. (1996). *Atarashī chūsei—Sōgoizon fukamaru sekai shisutemu*. Tōkyō: Nihonkeizaishinbunsha.
- This Artist reimagines the Game of Thrones Characters as Japanese Warriors. (2019, June 1). *Spot Japan Team*. Retrieved from <https://www.spotjapan.ph/things-to-do/677/this-artist-reimagines-the-game-of-thrones-characters-as-japanese-warriors>
- Tiffany. (2018, February 8). Be a Samurai: The Kawanakajima Battle Reenactment [Text]. Retrieved from Tokyo Cheapo website: <https://tokyocheapo.com/entertainment/samurai-fuefuki-battle-kawanakajima-reenactment/>
- Tsurushima, H. (1995). Feodum in Kent c. 1066–1215. *Journal of Medieval History*, 21(2), 97–115. doi: 10.1016/0304-4181(94)00813-H
- Tsutsui, W. M. (2010). *Japanese Popular Culture and Globalization*. Association for Asian Studies.
- Turnbull, S. (2005). *Warriors of Medieval Japan*. Bloomsbury USA.
- Weber, E. (1976). *Peasants Into Frenchmen: The Modernization of Rural France, 1870–1914*. Stanford University Press.
- Yoshihara, Y., Kapp, L., & Kapp, H. (2012). *The Art of the Japanese Sword: The Craft of Swordmaking and its Appreciation*. Tuttle Publishing.
- Yoshino, K. (1992). *Cultural Nationalism in Contemporary Japan: A Sociological Enquiry*. Routledge.



- Young, H. (2015a). *Fantasy and Science Fiction Medievalisms: From Isaac Asimov to A Game of Thrones - Student Edition*. Cambria Press.
- Young, H. (2015b). *The Middle Ages in Popular Culture: Medievalism and Genre*. Cambria Press.
- Zlotnick, R. (2019). Netflix Is Making a Samurai Version of 'Game of Thrones'. *Distractify*. Retrieved from <https://www.distractify.com/p/netflix-samurai-game-of-thrones>

Список литературы

- Absolon, T. (2017). *Samurai Armour: Volume I: The Japanese Cuirass: Trevor Absolon: Osprey Publishing*. London: Osprey Publishing.
- Andelane, A. (2019). 'Real life Game of Thrones': Netflix to launch new show 'Age of Samurai' on feudal Japan. *Newshub*. Retrieved from <https://www.newshub.co.nz/home/entertainment/2019/06/real-life-game-of-thrones-netflix-to-launch-new-show-age-of-samurai-on-feudal-japan.html>
- Anderson, B. (1997). *Sōzō no kyōdōtai (Imagined Communities)*. Tokyo: NTT shuppan.
- Asaji, K. (1995). The Barons' War and the hundred jurors in Cambridgeshire. *Journal of Medieval History*, 21(2), 153–165. doi: 10.1016/0304-4181(94)00814-I
- Ashbaugh, W. (2010). Contesting Traumatic War Narratives: Space Battleship Yamato and Mobile Suit Gundam. In D. Stahl & M. Williams (Eds.), *Imag(in)ing the War in Japan: Representing and Responding to Trauma in Postwar Literature and Film* (pp. 327–353). Boston, MA: Brill.
- Ashmore, D.-J. (2005). Who Owns Culture? Negotiating Folk Tradition at the Nishinomiya Ebisu Shrine. *EJCJS: Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*. Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2007/Ashmore.html>
- Benesch, O. (2016). *Inventing the Way of the Samurai: Nationalism, Internationalism, and Bushidō in Modern Japan*. Oxford: Oxford University Press.
- Bottomley, I. (2018a). *Japanese Armor, The Galeno Collection*. London: William A. Galeno.
- Bottomley, I. (2018b). *Japanese Arms and Armour*. London: Royal Armouries.
- Bottomley, Ian, & Hopson, A. (1993). *Arms and armor of the Samurai: The history of weaponry in ancient Japan*. Gramercy.
- Bremer, J. (2017, August 2). Winter has finally come for Isaac Hempstead Wright. Retrieved 14 December 2020, from The Japan Times website: <https://www.japan-times.co.jp/culture/2017/08/02/tv/winter-finally-come-isaac-hempstead-wright/>
- Brenner, R. E. (2007). *Understanding Manga and Anime*. Greenwood Publishing Group.



- Cangia, F. (2010). *Towards a Mutual Anthropology of Identity in Japan and the West*. doi: 10/Cangia.html
- Conroy, H. (1955). Japanese Nationalism and Expansionism. *The American Historical Review*, 60(4), 818–829. doi: 10.2307/1844921
- Cooper, V. (2019, March 28). Medievalism in Games: An Introduction. Retrieved from The Public Medievalist website: <https://www.publicmedievalist.com/intro-games/>
- Cuenca, E. (2020). Medievalism, Nationalism, and European Studies: New Approaches in Digital Pedagogy. Retrieved from Europe Now website: <https://www.eu-ropenowjournal.org/2020/06/02/medievalism-nationalism-and-european-studies-new-approaches-in-digital-pedagogy/>
- Cummins, A., & Minami, Y. (2018). *Samurai Arms, Armour & the Tactics of Warfare: The Collected Scrolls of Natori-Ryu*. Watkins Media Limited.
- D'Arcens, L., & Lynch, A. (2014). *International Medievalism and Popular Culture*. Cambria Press.
- Doak, K. M. (1994). *Dreams of Difference: The Japan Romantic School and the Crisis of Modernity*. University of California Press.
- Farkas, I. (2013). The Japanese Nation Building in European Comparison. *Acta Asiatica Varsoviensia*, (26), 85–107.
- Galloway, P. (2005). *Stray Dogs & Lone Wolves: The Samurai Film Handbook*. Stone Bridge Press.
- Galloway, P. (2009). *Warring Clans, Flashing Blades: A Samurai Film Companion*. Stone Bridge Press.
- Games of Thrones creator George R.R. Martin has consulted on a Japanese game—Gaming News , Firstpost. (2019). Retrieved from Firstpost website: <https://www.firstpost.com/tech/gaming/games-of-thrones-creator-george-r-r-martin-has-consulted-on-a-japanese-game-6678411.html>
- Gayle, C. A. (2004). *Marxist History and Postwar Japanese Nationalism*. Taylor & Francis.
- Glassman, H. (2012). *The Face of Jizō: Image and Cult in Medieval Japanese Buddhism*. University of Hawai'i Press.
- Gordon, A. (2013). *A Modern History of Japan, International Edition: From Tokugawa Times to the Present*. OUP USA.
- Hardacre, H. (1997). The Role of the Japanese State in Ritual and Realization, 1868–1945. *Bulletin de l'École Française d'Extrême-Orient*, 84, 129–145.
- Heermann, T. (2013). Fantasy Tropes in Japanese Folklore. Retrieved from Adventures in Sci-Fi publishing website: <http://www.adventuresinscifipublishing.com/2013/01/fantasy-tropes-in-japanese-folklore/>
- Hellyer, R., & Leheny, D. (2018, January 3). What Japan can teach us about the future of nationalism. *Washington Post*. Retrieved from <https://www.washingtonpost.->



- com/news/made-by-history/wp/2018/01/03/what-japan-can-teach-us-about-the-future-of-the-nationalism/
- Iguchi A. (2011). Appropriating the Other on the Edge of the World: Representations of the Western Middle Ages in Modern Japanese Culture. *Journal of the Open University of Japan*, 28, 63–69.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press.
- Jansen, M. B. (2002). *The Making of Modern Japan*. Harvard University Press.
- Jones, J. (2015). The Japanese “Game Of Thrones” Covers Are Even More Amazing Than You Ever Imagined. Retrieved from BuzzFeed website: <https://www.buzzfeed.com/jamiejones/the-japanese-game-of-thrones-covers-are-even-more-amazing-th>
- Kamachi, N. (1999). *Culture and Customs of Japan*. Greenwood Press.
- Kanao, T. (1995). Les messagers du Duc de Bourgogne au début du XV^e siècle. *Journal of Medieval History*, 21(2), 195–226. doi: 10.1016/0304-4181(94)00 816-K
- Kaori, Y. (2011). National Identity (Re)Construction in Japanese and American Animated Film: Self and Other Representation in Pocahontas and Princess Mononoke. *EJCJS: Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*. Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2011/Yoshida.html>
- Keirstead, T. (1998). Inventing Medieval Japan: The History and Politics of National Identity. *The Medieval History Journal*, 1(1), 47–71. doi: 10.1177/0 971 945 898 00 100 104
- Kido, T. (1995). The study of the medieval history of Europe in Japan. *Journal of Medieval History*, 21(2), 79–96. doi: 10.1016/0304-4181(94)00 812-G
- Ko, M. (2013). *Japanese Cinema and Otherness: Nationalism, Multiculturalism and the Problem of Japaneseness*. Routledge.
- Macwilliams, M. W. (2008). *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. M.E. Sharpe.
- Mckenna, S. (2016, May 1). Is it fifth time’s the charm for ‘Game of Thrones’ in Japan? *The Japan Times*. Retrieved from <https://www.japantimes.co.jp/culture/2016/05/01/tv/fifth-times-charm-game-thrones-japan/>
- Minjie, S. (2019, December 15). Five Japanese Anime series inspired by Medieval Europe. *Medievalists.Net*. Retrieved from <https://www.medievalists.net/2019/12/five-japanese-anime-series-inspired-by-medieval-europe/>
- Miyamatsu, H. (1995). A-t-il existé une commune à Angers au XII^e siècle? *Journal of Medieval History*, 21(2), 117–152. doi: 10.1016/0304-4181(94)00 817-L
- Mizuno, H. (2007). When Pacifist Japan Fights: Historicizing Desires in Anime. *Mechademia*, 2(1), 104–123. doi: 10.1353/mec.0.0007



- Motoko, T. (2014). Trends of Fiction in 2000s Japanese Pop Culture. *The Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 14(2). Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol14/iss2/tanaka.html>
- Nakano, H. (2004). *Manga sangyō-ron*. Tōkyō: Chikumashobō.
- Narrows, L. (2008). Symbols of state ideology: The samurai in modern Japan. *New Voices*, 2(4), 63–79.
- Natsume, F. (2001). *Manga sekai senryaku*. Tōkyō: Shōgakukan.
- Nozaki, Y. (2008). *War Memory, Nationalism and Education in Postwar Japan: The Japanese History Textbook Controversy and Ienaga Saburo's Court Challenges*. Routledge.
- O'Doherty, M. (2017, March 7). Where Were the Middle Ages? *The Public Medievalist*. Retrieved from <https://www.publicmedievalist.com/where-middle-ages/>
- Ogawa, M. (2013). *Art of Armor: Samurai Armor from the Ann and Gabriel Barbier-Mueller Museum Collection*. Ann and Gabriel Barbier-Mueller Museum.
- Ohnuki-Tierney, E. (2010). *Kamikaze, Cherry Blossoms, and Nationalisms: The Militarization of Aesthetics in Japanese History*. University of Chicago Press.
- Ōkubo, K. (2008). *Atarashii chūsei no hajimari to Nihon: Yūkaisuru kindai to Nihon no saihakken* (Shohan). Tōkyō: Kadensha : Hatsubai Kyōei Shobō.
- Paur, J. (2019). Netflix Announces “Age of Samurai: Battle for Japan” documentary series “A Real Life Game of Thrones”. *GeekTyrant*. Retrieved from <https://geek-tyrant.com/news/netflix-announces-age-of-samurai-battle-for-japan-documentary-series-a-real-life-game-of-thrones>
- Perper, T., & Cornog, M. (2011). *Mangatopia: Essays on Manga and Anime in the Modern World*. ABC-CLIO.
- Person, J. (2020). *Arbiters of Patriotism: Right-Wing Scholars in Imperial Japan*. University of Hawaii Press.
- Rieu, A.-M. (2014). The syndrome of “overcoming modernity”: Learning from Japan about ultra-nationalism. *Transtext(e)s Transcultures*, (9). doi: 10.4000/transtexts.552
- Roach, C. M. (2014). *Japanese Swords: Cultural Icons of a Nation; The History, Metallurgy and Iconography of the Samurai Sword (Downloadable Material)*. Tuttle Publishing.
- Saaler, S. (2016). Nationalism and History in Contemporary Japan. *The Asia-Pacific Journal: Japan Focus*, 14(20). Retrieved from <https://apjff.org/2016/20/Saaler.html>
- Sannosuke, M. (1971). The Significance of Nationalism in Modern Japanese Thought: Some Theoretical Problems. *The Journal of Asian Studies*, 31(1), 49–56. doi: 10.2307/2053050



- Savage, F. (2013, January 18). Why Doesn't Fantasy Sell in Japan? *Amazing Stories*. Retrieved from <https://amazingstories.com/2013/01/why-doesnt-fantasy-sell-in-japan/>
- Shimizu, I. (2001). *Nihon kindai manga no tanjō*. Tōkyō: Yamakawa Shuppansha.
- Shirane, H., & Suzuki, T. (Eds.). (2002). *Inventing the Classics: Modernity, National Identity, and Japanese Literature*. Stanford University Press.
- Shunichi, T. (2013). Fusing Nationalisms in Postwar Japan. The Battleship Yamato and Popular Culture. *EJCJS: Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 12(3). Retrieved from <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcjs/vol12/iss3/takekawa.html>
- Silver, A. (1977). *The Samurai Film*. Overlook Press.
- Silverberg, M. (2009). *Erotic Grotesque Nonsense: The Mass Culture of Japanese Modern Times*. University of California Press.
- Sinclair, C. (2018). *Samurai Swords - A Collector's Guide: A Comprehensive Introduction to History, Collecting and Preservation - of the Japanese Sword*. Tuttle Publishing.
- Smith, A. (1992). Nationalism and the Historians. *International Journal of Comparative Sociology*, 33(1-2), 58-80.
- Souyri, P. F. (2003). *The World Turned Upside Down: Medieval Japanese Society*. Columbia University Press.
- Starrs, R. (Ed.). (2004). *Japanese Cultural Nationalism: At Home and in the Asia Pacific*. Global Oriental.
- Stockwin, A., & Ampiah, K. (2017). *Rethinking Japan: The Politics of Contested Nationalism*. Lexington Books.
- Sturtevant, P. B. (2014, August 21). American Medieval. *The Public Medievalist*. Retrieved from <https://www.publicmedievalist.com/american-medieval/>
- Surak, K. (2012). *Making Tea, Making Japan: Cultural Nationalism in Practice*. Stanford University Press.
- Suyama, K. (1968). *Nihon manga ichi rei rei-nen*. Tōkyō: Haga shoten.
- Takayama, H. (1995). The local administrative system of France under Philip IV (1285-1314)—Baillis and seneschals. *Journal of Medieval History*, 21(2), 167-193. doi: 10.1016/0304-4181(94)00815-J
- Takenaka, A. (2015). *Yasukuni Shrine: History, Memory, and Japan's Unending Postwar*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Tanaka, A. (1996). *Atarashi chūsei—Sōgoizon fukamaru sekai shisutemu*. Tōkyō: Nihonkeizaishinbunsha.
- This Artist reimagines the Game of Thrones Characters as Japanese Warriors. (2019, June 1). *Spot Japan Team*. Retrieved from <https://www.spotjapan.ph/things-to-do/677/this-artist-reimagines-the-game-of-thrones-characters-as-japanese-warriors>



- Tiffany. (2018, February 8). Be a Samurai: The Kawanakajima Battle Reenactment [Text]. Retrieved from Tokyo Cheapo website: <https://tokyocheapo.com/entertainment/samurai-fuefuki-battle-kawanakajima-reenactment/>
- Tsurushima, H. (1995). Feodum in Kent c. 1066–1215. *Journal of Medieval History*, 21(2), 97–115. doi: 10.1016/0304-4181(94)00813-H
- Tsutsui, W. M. (2010). *Japanese Popular Culture and Globalization*. Association for Asian Studies.
- Turnbull, S. (2005). *Warriors of Medieval Japan*. Bloomsbury USA.
- Weber, E. (1976). *Peasants Into Frenchmen: The Modernization of Rural France, 1870-1914*. Stanford University Press.
- Yoshihara, Y., Kapp, L., & Kapp, H. (2012). *The Art of the Japanese Sword: The Craft of Swordmaking and its Appreciation*. Tuttle Publishing.
- Yoshino, K. (1992). *Cultural Nationalism in Contemporary Japan: A Sociological Enquiry*. Routledge.
- Young, H. (2015a). *Fantasy and Science Fiction Medievalisms: From Isaac Asimov to A Game of Thrones - Student Edition*. Cambria Press.
- Young, H. (2015b). *The Middle Ages in Popular Culture: Medievalism and Genre*. Cambria Press.
- Zlotnick, R. (2019). Netflix Is Making a Samurai Version of 'Game of Thrones'. *Distractify*. Retrieved from <https://www.distractify.com/p/netflix-samurai-game-of-thrones>
- Баркоўскі, П. (2013). Інтэлектуальны маніфест тут і цяпер. *Палітычная сфера. Часопіс палітычных даследаванняў*, 21(2), 93–96.
- Борах, О., & Ломанов, А. (2009). Возвращение Небесного повеления. *Pro et Contra*, 65–88.
- Грицак, Я., & Семенова, А. (2003). Украинская историография: 1991–2001. Десятилетие перемен. *Ab Imperio*, (2), 427–454. doi: 10.1353/imp.2003.0084
- Иванов, С. (2018). Гуманитарная наука все переоткрывает. *Arzamas*. Retrieved from <https://arzamas.academy/materials/191>
- Казакевіч, А., & Акудовіч, В. (2006). Навука і стратэгіі працы з мінулым Дыскусія ў межах семінара «Сучаснае беларускае мысленне» Мінск. *Палітычная сфера. Часопіс палітычных даследаванняў*, (06), 44–48.
- Катасонова, Е. (2012a). Массовая культура: В поисках определения. *Ассоциация Яноноведов*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=229&Itemid=59
- Катасонова, Е. (2012b). Модернизация и проблемы формирования массовой культуры. *Ассоциация Яноноведов*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=322&Itemid=69



- Катасонова, Е. (2012c). Страна комиксов. *Ассоциация Японоведов*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=235&Itemid=69
- Катасонова, Е. (2012d). Японское ганстерское кино: Происхождение жанра. *Ассоциация Японоведов*. Retrieved from http://japanstudies.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=584&Itemid=69
- Катасонова, Е. (2012e). *Японцы в реальном и виртуальном мирах: Очерки современной японской массовой культуры*. Восточная литература РАН.
- Колесник, І. (2017). Український історик і влада: Від примусу до партнерства. *Ейдос*, (9), 9–24.
- Копосов, Н. (2013). Исторические понятия в мире без будущего. В Г. Гаррета, Г. Дюфо, & Л. Пименова (Eds.), *Как мы пишем историю* (сс. 57–93). Москва: РОССПЭН.
- Кром, М. (2013). Использование понятий в исследованиях по истории допетровской Руси; смена вех и новые ориентиры. В Г. Гаррета, Г. Дюфо, & Л. Пименова (Eds.), *Как мы пишем историю* (сс. 94–125). Москва: РОССПЭН.
- Крупянко, М. И., & Арешидзе, Л. Г. (2012). *Японский национализм: Идеология и политика*. Международные отношения.
- Кръстев, Д. (2003). Канон и/или агон. Литературноисторическите (ре)конструкции. In А. Вачева & Г. Чобанов (Eds.), *Култура и критика. Т. 3. Краят на модерността?* (сс. 416–449). Варна: LiterNet.
- Куско, А., & Таки, В. (2003). “Кто Мы?” Историографический Выбор: Румынская Нация Или Молдавская Государственность. *Ab Imperio*, (1), 485–495. doi: 10.1353/imp.2003.0100
- Ластоўскі, А. (2016). Прапрацоўка камуністычнага мінулага ў Славакіі: Асноўныя фактары і дынаміка. *Палітычная сфера. Часопіс палітычных даследаванняў*, 24(1), 37–55.
- Лінднер, Р. (1996). Нязменнасць і змены ў постсавецкай гістарыяграфіі Беларусі. *Кантакты і Дыялогі*, (3), 20–25.
- Манчев, Б. (2003). Модерност и антимодерност. Българският националекзотизъм. В А. Вачева & Г. Чобанов (Eds.), *Култура и критика. Т. 3. Краят на модерността?* (pp. 376–416). Варна: LiterNet.
- Павленко, Н. В. (2017). Фронтир с японским лицом. *Журнал Фронтирных Исследований*, (4), 127–140.
- Павленко, Н. В. (2018a). Дуализм образа Чужого в японской культуре: От демонического к божественному. *Журнал Фронтирных Исследований*, (4), 147–168. doi: 10.24411/2500-0225-2018-10 028
- Павленко, Н. В. (2018b). Семантика образа лисы в японской культуре как отражение концепта Другого/Чужого. *Журнал Фронтирных Исследований*, (3), 41–58. doi: 10.24411/2500-0225-2018-10 015



- Савицкий, Е. Е. (2016). Preposterous History: Анахроничное Средневековье на рубеже XX-XXI веков. *Социология Власти*, 28(2), 62–77.
- Сагановіч, Г. (2010). Танэнберг/Грунвальд/Дуброўна 1410: Сімвалізацыя бітвы ў Беларусі. *Беларускі Гістарычны Агляд*, 17(1–2), 89–116.
- Хопсон, Н. (2018). Хенкё Такахаси Томио: Восточные Востоки и западные Запад. *Журнал Фронтирных Исследований*, (4), 169–207. doi: 10.24411/2500-0225-2018-10 029
- Шеррер, Ю. (2009). Германия и Франция: Проработка прошлого. *Pro Et Contra*, (3–4), 89–108.
- Шнирельман, В. А. (2003). *Войны памяти: Мифы, идентичность и политика в Закавказье*. Академкнига.



POLITICAL PHILOSOPHY OF CHINESE HISTORICAL TV-SHOWS

Asia A. Sarakaeva (a)

(a) Hainan University. Haikou, China. Email: asia-lin[at]mail.ru

Abstract

Based on the analysis of Chinese historical or quasi-historical TV-series the article studies the views of the present-day Chinese people of state, nation, human rights and a person's duties towards the society, of the optimal methods of government and persons fit to govern, of China's role and place in the international relations system. The author singles out statism, monarchism, paternalistic expectations, chauvinism as the ideas explicitly or latently underlying this political ideological complex. Due to the considerable growth of modern Chinese women's economic status and independence, the author finds it necessary to pay special attention to the political worldview the historical cinematography presumes female audience to harbor or undertakes to impose upon them. The article shows that a number of political ideas have evolved from traditional to more modern forms because of the changes in the society, namely the view of female rulers has become more favorable; the idea of the civil and military officers' role in the state government has somewhat shifted; the image of a barbarian has acquired the features of the junior, sub-dominant partner in the friendly communication. Yet the author emphasizes the general tendency of Chinese political thought to preserve its direct continuity with the traditional political philosophy of ancient China as formulated in the wake of the Common Era.

Keywords

political philosophy; historical cinematography; costume series; state; statism; common people; female rule; the image of a barbarian



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ КИТАЙСКИХ ИСТОРИЧЕСКИХ СЕРИАЛОВ

Саракаева Ася Алиевна (а)

(а) Хайнаньский университет. Хайкоу, Китай. Email: asia-lin[at]mail.ru

Аннотация

В статье на материале сериалов на историческую или околоисторическую тематику рассматриваются представления современных китайцев о государстве, народе, взаимных правах и обязанностях человека и общества, надлежащих методах и акторах государственного управления, роли и месте Китая в системе международных отношений. Автор вычленяет основные идеи, в явной или скрытой форме лежащие в основе этого комплекса представлений: этатизм, монархизм, патернализм, шовинизм. В связи со значительно возросшей экономической самостоятельностью китайских женщин автор также считает необходимым уделить отдельное внимание тем политическим воззрениям, которые историческое кино презюмирует и старается сформировать у зрительниц. Некоторые политические представления, как доказывается в этой статье, под влиянием изменившихся социально-политических реалий претерпели определенную эволюцию от традиционного к более современному мышлению, в частности стала более благосклонной оценка женского правления, изменились взгляды на участие военных и гражданских чиновников в жизни государства, образ варвара приобрел черты младшего, подчиненного партнера по взаимовыгодной коммуникации. Но, в целом, автор отмечает чрезвычайную устойчивость комплекса политических представлений китайского народа, их прямую преемственность с традиционной политической философией старого Китая, выработанной еще в доимперский и раннеимперский периоды.

Ключевые слова

политическая философия; исторический кинематограф; костюмный сериал; этатизм; государство; народ; женское правление; образ варвара



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



У каждого народа есть свое, укорененное в собственном прошлом, растворенное в массовом сознании, представление о роли и месте государства в человеческой жизни, о долге человека перед обществом, и общества – перед каждым его отдельным членом. Как правило, эти представления и связанные с ними стереотипы не артикулируются прямым текстом, но явственно присутствуют в том, что пишут, говорят, смотрят представители этого народа. В настоящей статье мы попробуем вычленить особенности политического мировоззрения современных китайцев из популярных исторических сериалов. Выбор такого материала для анализа неслучаен, поскольку достаточно суровая государственная цензура кинопродукции делает практически невозможным экранное изображение каких-бы то ни было политических процессов иначе, чем в историческом контексте. Разумеется, выбор костюмных сериалов в качестве материала для анализа приносит и некоторые дополнительные трудности, так как исследователю необходимо разграничивать те политические идеи и идеалы, которые до сих пор актуальны в сознании современных китайцев, от тех, которые существовали в прошлом, с тех пор утратили свою значимость, но, тем не менее, должны быть представлены в художественном произведении на историческую тематику. С другой стороны, избранный материал позволяет сравнивать трактовку сюжетов, данную в старинных анналах или романах, с той, которая предстает перед современным зрителем в телесериалах, и таким образом, обнаруживать направление эволюции политических идей.

Государство в этих сериалах является высшей и самодовлеющей ценностью. Оно никогда не осмысливается как конструкт, отличный от страны, имеющий собственные интересы и собственную логику функционирования, государство и есть страна. Это достаточно видно уже из того, что в китайском языке просто нет отдельных слов для выражения этого различия, оба понятия выражаются словом 国家 (guojia). Когда же в сериале появляется необходимость подчеркнуть, что речь идет именно о стране, то, в зависимости от изображаемой эпохи, употребляется либо архаичное словосочетание 江山 (jiangshan) «реки и горы», либо еще более архаичное 社稷 (sheji) «алтари божеств земли и злаков». Необходимость же эта возникает всегда в одной и той же ситуации: когда при обсуждении той или иной политической акции герои ссылаются на потребности страны и народа. При этом, в чем, собственно, потребности



страны состоят, никто никогда не конкретизирует. С народом ситуация несколько иная, потребности и интересы народа в сериалах показаны достаточно четко.

Народ – одно из центральных понятий той политической теории, которая сложилась в Китае еще в эпоху Борющихся царств (V–III вв. до н.э.) и просуществовала в общих чертах вплоть до наших дней. Народ, 老百姓 (laobaixing), есть основная цель деятельности и мерило эффективности всякого государства. При этом под понятием «народ» никогда не понималась вся совокупность граждан, народ – это исключительно простолюдые, податное население, бедное и невооруженное. Персонажи сериалов часто и помногу разговаривают о народе, выражают озабоченность его бедствиями, сочувствуют ему и планируют, как ему можно помочь. Устами умнейших из них зрителю многократно напоминают: государство устойчиво лишь тогда, когда народ доволен; всякий престол устоит лишь в том случае, если его поддерживает народ. Однако сам народ в сериалах всегда выступает как абсолютно пассивная и инертная масса, его сюжетная функция – страдать, тогда как деятельные персонажи, способные защитить себя и других, на уровне индивидуального самовосприятия выдавливаются из категории народа. Даже принадлежа к народу по социальному происхождению, как, например, разбойники с горы Ляншань («Речные заводы»¹) или Лю Бан и его соратники («Легенда о Чу и Хань»²), они быстро усваивают взгляд на народ со стороны и принимают позицию его покровителей.

Покровительствовать народу в сериалах легко и приятно, поскольку народ понятлив и благодарен. Он всегда правильно оценивает любые меры, проводимые правителями, с любовью и признательностью отзывается о главном герое фильма. Это особенно поразительно в сериале 2006г. «Князь страны Юэ Гоуцзянь»³, в котором между титульным героем и его подданными царит взаимное обожание. Когда же князь, проиграв войну и капитулировав, вынужден подчиняться унижительным требованиям победителей, в том числе, казнить юэсцев за попытку восстать и восстановить самого же Гоуцзяня в его правах, то народ с готовностью входит в его положение, не осуждает его за потерю лица, оказывает ему моральную поддержку, и даже сами повстанцы дают согласие на свою казнь, чтобы только помочь своему государю в выполнении его планов.

1 新水浒传 (2010)

2 楚汉传奇 (2012)

3 越王勾践 (2006)



Подобным же образом, народ сразу высоко оценивает реформы Вэй Яна в царстве Цинь («Империя Цинь. Великие перемены»¹). Вэй Ян, самый жесткий и последовательный легист в китайской истории, разработал концепцию «слабый народ – сильное государство», согласно которой для укрепления самодержавной власти монарха, следует всячески ослаблять горизонтальные связи между людьми, чтобы они были беспомощными и разобщенными перед лицом всемогущего государства. Реформы, проведенные им в окраинном царстве Цинь в 356- 350 гг. до н.э., включали в себя отмену привилегий аристократии и системы феодальных уделов, введение коллективной ответственности за преступления, ограничения науки, ремесел и торговли, милитаризацию управления и экономики, внедрение системы всеобщего доноительства и запрет на свободное перемещение крестьян, в результате чего они фактически превратились в государственных крепостных (Цянь, 1996, сс. 88–89). Эти реформы в краткосрочной перспективе сделали Цинь сильнейшим государством Китая и позволили ему объединить все семь Борющихся царств, но в долгосрочной перспективе привели к распаду Циньской державы, поскольку жизнь по законам Вэй Яна была невыносима для подавляющего большинства населения империи, не исключая и собственно циньцев. Но в фильме народ одобряет эти реформы, и престолонаследник, бывший врагом Вэй Яна, скитаясь в изгнании, встречается с крестьянской семьей, которая рассказывает ему, как хорошо они стали жить, и как важна для них возможность служить в армии и получать ранги за воинские подвиги. Пожив несколько лет инкогнито среди простого народа, наследник возвращается в столицу, убежденный в правоте своего обидчика.

Основной проблемой народа во всех сериалах является голод, который, как правило, вспыхивает вследствие природных катаклизмов или из-за постоянного повышения налогового бремени правительством. Следовательно, основной формой заботы о народе выступают продуктовые раздачи. Кто только в этих фильмах не раздает народу рис: и чиновники по приказу правителя открывают государственные кладовые, и богатые частные лица устраивают раздачи у собственных ворот. Обязанность государства и богачей проводить такие раздачи настолько императивна, что отказ от выполнения этой спасительной меры всегда маркирует злодея. Так, в сериале «Сирота из рода Чжао»² 2013 г. вокруг раздачи зерна голодающим крестьянам разворачивается целая интрига.

1 大秦帝国之裂变 (2009)

2 赵氏孤儿案 (2013)



Антагонист Туань Гу – умный, проницательный и по-своему обаятельный интриган, наголову превосходящий все свое окружение и оттого несколько страдающий от одиночества. Неожиданно судьба сталкивает его с равным по силе противником – главным героем сериала, бедным врачом и политическим гением Чэн Ином. Восхищенный умом Чэн Ина, Туань Гу начинает добиваться его верности и дружбы, и, хотя герой отвергает его авансы, зритель все-таки не может не чувствовать, что интерес и уважение взаимны, и при других обстоятельствах персонажи могли бы сформировать альянс. Но затем в целях политической борьбы с могущественным кланом Чжао, которому служит Чэн Ин, Туань Гу реквизирует продовольствие в районах, и без того уже пострадавших от засухи, и тем провоцирует наступление голода. Патрон Чэн Ина, генерал Чжао Шо, оказывается перед выбором: помочь голодающему народу, раздав продовольствие своей армии, или благополучно завершить порученную ему войну. Эта война чрезвычайно важна как для государства Цзинь, так и лично для Чжао Шо, поражение в ней будет стоить генералу жизни. Поэтому все, в том числе и гуманный Чэн Ин, советуют Чжао Шо предоставить крестьян их участи и продолжить поход. Но Чжао Шо отказывается и раздает армейский провиант народу, чем окончательно утверждает свой статус благородного героя, более того, впоследствии его сына неоднократно будут спасать простые люди в благодарность за эту раздачу. Что до Туань Гу, то он в результате этой интриги окончательно лишается морального права на сочувствие зрителей и на симпатию Чэн Ина. В последней серии авторы сериала выносят ему приговор устами главного героя: «Ни одного дня за эти двадцать лет я не смотрел на вас как на друга».

Помимо хлебных раздач, впрочем, мы не находим в китайских сериалах других образцов заботы государства о народе. Частные лица, подобно разбойникам из Ляншаньбо («Речные заводи») или героям Суй и Тан из одноименного сериала¹, могут, кроме того, защищать народ от произвола власть имущих, врываясь в дома неправосудных и развратных чиновников и убивая или калеча их в наказание за народные страдания.

Интересный кейс представляют те случаи, когда потребности государства противоречат нуждам народа, например, в вопросе об объединении страны или сохранении раздробленности.

1隋唐演义 (2013)



Объединение всех населенных китайцами земель под властью единого государства и централизация государственного управления вообще воспринимаются как безусловно благое начинание, обозначаемое в фильмах прозрачными эвфемизмами «совершить великое дело», «установить великий мир» и «успокоить сердца». Уже из этих названий видно, чем именно было дорого объединение для жителей Поднебесной: оно несло с собой прекращение постоянных междоусобных войн, которыми неизменно сопровождались все периоды дезинтеграции в китайской истории. В таком случае, очевидно, что во все подобные периоды интересы простого народа состояли как раз в исчезновении мелких суверенных княжеств и вхождении их родных земель в состав новой империи. А вот для самих этих мелких княжеств с их военной и административной элитой, напротив, приоритетной была задача сохранения собственной государственности. На чьей же стороне остаются китайские исторические сериалы?

Этот конфликт интересов достаточно хорошо виден на примере сериалов на сюжет о борьбе У и Юэ. Два этих варварских по происхождению княжества в V в. до н.э. претендовали на гегемонию в бассейне Янцзы и к северу от него. Усцы и юэсцы были родственными народами, близкими по языку, культуре и способам хозяйствования на сопредельных территориях. Им мало что, кроме наличия отдельных государств и истории взаимных конфликтов, мешало объединиться в единый этно-политический организм. О желательности такого объединения мудрый министр У Цзысуй напоминал своему князю Фучаю, когда У разбило Юэ в бою и имело возможность присоединить его. Но Фучай склонился к мольбам своего побежденного врага Гоуцзяня и сохранил Юэ как вассальное государство. В результате через 20 лет Юэ восстановило свой потенциал, завоевало и поглотило У (Цянь, 1996, с. 62). Этот драматичный сюжет всегда привлекал большое внимание китайских сценаристов и режиссеров; мы лично видели восемь сериалов на эту тему, три из которых, вышедшие в начале 2000х гг. «Князь страны Юэ Гоуцзянь», «Спать на хворосте и пить желчь»¹ и гонконгский «Завоевание»², обладают художественными достоинствами, пользовались в свое время популярностью и потому представляют достаточный интерес для анализа.

1 卧薪尝胆 (2007)

2 争霸传奇 (2006). Буквально китайское название фильма переводится как «Легенда о борьбе за гегемонию», но его альтернативное название, данное для англоязычной аудитории – «The Conquest», что позволило нам переводить его просто как «Завоевание».



Несмотря на то, что повествование во всех трех сериалах ведется с перспективы юэсцев, уская сторона конфликта тоже не демонизируется. При всей разнице в психологической прорисовке персонажей в этих трех версиях, главной личностной характеристикой Фучая остается парадоксальное сочетание жестокости и рыцарственности, У Цзсысюя – верность и проницательность, и оба они, во всяком случае, недурные правители. К юэскому народу они никакой личной ненависти не испытывают, а те страдания, которые они причиняют простым юэсцам, продиктованы, по большей части, желанием испытать юэского князя Гоуцзяня: на самом ли деле он полностью покорился победителям и не помышляет о мятеже. Иными словами, не будь Гоуцзяня и его упорной борьбы за восстановление независимости, юэсцы могли бы без лишних страданий попросту стать частью уского народа, так же, как двадцатью годами спустя усцы, не подвергаясь особым притеснениям, стали частью юэского народа.

Но подобным образом вопрос в китайских сериалах не ставится никогда. Герои теленовелл о борьбе У и Юэ не сомневаются в необходимости любой ценой спасти государство, продлевать его существование, восстанавливать его после военного поражения. И это не только, а вернее не столько своекорыстное поведение, сколько искренняя уверенность главных героев (а с ними и авторов сериалов) в примате государственных интересов над всеми иными, будь то личными или социальными. В «Князе страны Юэ» титульный герой многократно отказывается от капитуляции и связанного с ней позора и даже собирается покончить с собой, пока его мудрый министр Фань Ли не убеждает его, апеллируя к нуждам государства: «Пока жив государь, живо и государство Юэ». И Гоуцзянь, несмотря на всю горячую любовь к своим подданным, ни разу не задумывается о том, оправданно ли спасти государство ценой страданий народа.

Та же этическая проблема подспудно присутствует и в масштабном повествовании о царстве Цинь и объединении Китая под его эгидой. К настоящему моменту в рамках этого проекта вышло уже три сериала, и в настоящий момент на экраны нашел выходить четвертый, завершающий сериал¹. «Империя Цинь» рисует нам древний Китай уже достаточно гомогенным в этническом и культурном отношении – переговоры дипломатов ведутся на родном для всех сторон языке, министры и советники, не добившиеся успеха в одной стране, с легкостью переходят на службу в другую,

1 大秦帝国之裂变 (2009), 大秦帝国之纵横 (2012), 大秦帝国之崛起 (2017), 大秦赋 (2020)



все образованные люди разделяют общий культурный код. Частью этого культурного кода являлась универсально признаваемая аксиома, что золотым веком в истории была эпоха Западного Чжоу (1045-770 гг. до н.э.), когда все китайские княжества еще пребывали под контролем чжоуского вана и не вели войн между собой, а потому для всеобщего блага следует как можно скорее вновь объединиться. Главные герои «Империи Цинь», циньские князья и канцлеры трех поколений, показаны как инициаторы и агенты такого объединения, и потому историческая правда на их стороне, вне зависимости от масштаба совершаемых ими злодейств и предательств. Тем не менее, их противники из Чу, Ци и Чжао тоже представлены зрителю как достойные люди, заслуживающие уважения за ту последовательность, с которой они отстаивали независимость своих государств. Ни персонажи, ни авторы сериала не ощущают потребности в объяснении этого противоречия. Зная, что объединение всех китайских княжеств должно, согласно их же идеологии, принести значительное облегчение простому народу, декларируя свою заботу о народном благе, герои «Империи Цинь» и не думают способствовать такому объединению, более того, активно противятся ему, потому что таковы интересы их государств, а интересы государства имплицитно осознаются как стоящие выше всех конкурирующих потребностей.

Если в ранее приведенных примерах, по крайней мере, на выбор между государством и народом в пользу государства могли повлиять и национально-патриотические чувства, то в знаменитом сериале 2010г. «Троецарствие»¹ они уже неактуальны. Сериал, снятый по мотивам великого романа Ло Гуаньчжуна, повествует о событиях конца II – начала III века н.э., когда рухнула империя Хань, и на ее руинах возникли несколько десятков враждующих уделов. Постепенно, в ходе жестоких войн, из этих уделов выкристаллизовались три государства – Вэй, У и Шу, а еще через несколько десятков лет северное царство Вэй покорило У и Шу. Монументальный, девяностосерийный сериал не только показывает войны и политические интриги этого опасного времени, но и подробно и глубоко живописует характеры персонажей, их политическую философию и личные переживания.

Протагонист фильма, Лю Бэй, не особенно удачлив как политик и военачальник, но настолько безупречен с моральной точки зрения, что одним этим качеством привлекает к себе выдающихся сторонников. Он любит народ, и народ отвечает ему полной взаим-

1 三国 (2010)



ностью: когда Лю Бэй оказывается вынужден покинуть управляемый им город и отступить перед лицом превосходящих сил противника, то горожане отказываются расстаться со своим любимым губернатором, бросают свои дома и уходят вслед за ним. Он, в свою очередь, осознавая, что народ со своими возами и скарбом, детьми и стариками, замедляет его отступление, предпочитает рисковать собственной жизнью и жизнями всех своих немногочисленных воинов, но не оставить беженцев на произвол врага. И все же характерно, что эти, и многие другие свои подвиги он совершает в борьбе с единственным на тот момент человеком, который мог прекратить смуту и снова воссоединить страну.

Антагонист Цао Цао, судя по историческим хроникам, был великим полководцем и отличным администратором (南门太守 [Губернатор Южных Ворот], 2010)¹, сценаристы данного сериала рисуют его весьма нелестно – как циника и морального садиста, но даже они не скрывают, что он был хорошим правителем, умевшим организовать армию и государственный аппарат буквально «с нуля». Он дает народу передышки от войны, восстанавливает экономику, облегчает налоговое бремя крестьян, поднимает из руин сгоревшие города, поощряет развитие культуры. Почему же тогда основатель Шу Лю Бэй, его побратимы Гуань Юй и Чжан Фэй, его гениальный советник и стратег Чжугэ Лян и их узкие союзники Сунь Цюань, Чжоу Юй, Лу Су и другие не допускают и мысли о подчинении ему и вхождении занимаемых ими земель в состав его государства, сильнейшего из трех? Почему они предпочитают истощать все силы своих стран в этом противостоянии? Почему те из местных правителей, которые все-таки сделали выбор в пользу подчинения, изображаются как недалёковидные трусы и изменники? Это уже нельзя объяснить патриотизмом и национальной гордостью, потому что все эти люди родились еще в границах единой империи Хань, считают себя ханьцами, сокрушаются о произошедшей на их глазах (и при их участии) смуте и мечтают о том великом мире, который когда-нибудь настанет после воссоединения всех китайских земель. Индивидуально для героев Шу и У ведущим мотивом их многолетней борьбы была верность своим господам (Barend, 2017). Но современные зрители-то почему сочувствуют им и их верности, даже понимая, что ценой этой верности было продление междоусобиц и гибель тысяч простых людей? Мы полагаем, что ответ кроется все в том же этактистском идеале общественного устройства: раз уж

1 Этот известный в Китае автор исторических монографий не открывает своего имени и пишет под псевдонимом Губернатор Южных Ворот



У и Шу конституировались как государства, то их потребности, их защита и сохранение становятся абсолютным приоритетом для всего населения и однозначно перевешивают любые страдания частных лиц, вне зависимости от количества этих лиц и от интенсивности страдания.

Другим аспектом этатистского мировоззрения в китайских сериалах является их выраженный монархизм. Буквально в каждой теленовелле, где по сюжету умирает князь или император, и на престол должен взойти его преемник, кто-нибудь обязательно произносит максиму: «Государство не может ни одного дня обойтись без государя!», все очень торопятся возвести наследника на трон, и общая атмосфера передает ощущение тревоги и срочности. Религиозно-политическая доктрина старого Китая, в самом деле, считала фигуру правителя критически важной для всего космического миропорядка, от надлежащего или ненадлежащего поведения государя зависели такие природные явления, как смена времен года, засухи, появление комет и т.д. (*An Introduction*, 2014, pp. 44–45), так что отсутствие монарха, в самом деле, грозило всей стране катастрофой. Но сейчас никто уже не верит, что урожайность полей зависит непосредственно от добродетели председателя ЦК КПК, и вряд ли создатели и зрители исторических фильмов всерьез полагают, что когда-либо в прошлом монарх был связующим звеном между космосом и социумом, поэтому то чувство срочности и чрезвычайной важности момента, которое охватывает всех персонажей сериала во время междоусобицы, происходит из политических, а не религиозных соображений.

Сериалы прощают государям практически любое коварство и несправедливость, если они совершаются не ради личных чувств, а во имя «стабильности государства», под которой понимается отсутствие у подданных возможности поднять мятеж. Сериал «Ханьский У-ди»¹ 2005г. показывает, как титульный герой, пятый император династии Хань (156-87 гг. до н.э.), перед смертью назначает наследником престола своего маленького сына и одновременно приказывает убить мать мальчика – не потому, что его молодая наложница в чем-либо провинилась, а просто из принципа, согласно которому женское правление губительно для страны, поэтому он боится оставить мать наследника регентшей. Вслед за этим чудовищным распоряжением он продолжает прощаться со своими доверенными людьми, вспоминать и оценивать свою жизнь, и в целом, это бессмысленное убийство, хотя и не получает эксплицитного одобре-

1 汉武大帝 (2005)



ния со стороны авторов и/или героев фильма, но ощущается зрителем как предусмотрительность старого императора и его готовность идти на личные жертвы ради благополучия державы.

Императору простительно предавать своих ближайших и доверенных сторонников. В этом отношении особо примечателен сериал 2006г. «Чжу Юаньчжан»¹. Это произведение стоит несколько особняком среди других китайских исторических сериалов, поскольку оно, в целом, не пытается изобразить главного героя, основателя династии Мин Чжу Юаньчжана (1368-1398 гг.), прославленного своей паранойяльной жестокостью к чиновникам, как доброго и кругом правого государя. Сериал убедительно показывает как его искреннюю заботу о благосостоянии простого народа, так и те репрессии, которые он обрушивает на головы людей, только что завоевавших для него империю. Вот он раздает героям войны жалованные грамоты, предоставляющие им иммунитет от судебных преследований, а после этого всех их казнит. Вот он под угрозой смерти не позволяет министрам уйти в отставку, а потом все равно казнит их за ненадлежащее исполнение обязанностей. Вот один из его лучших генералов, собственный его побратим, вынужден проводить дни напролет за пьянством, чтобы только успокоить подозрительность императора, а другому – тому человеку, который захватил для него весь север Китая, включая столицу предшествующей династии Пекин, - он посылает в угощении отраву. И после всех этих тягостных сцен сериал показывает последние дни Чжу Юаньчжана: маленькая внучка императора критикует портреты деда за несходство с натурой, на одном из портретов он кажется ей слишком добрым, на другом – слишком суровым. «Они оба похожи на меня, - отвечает ей старый государь, - и слишком добрый, и слишком суровый, - все это и есть твой дед». Поставив этот разговор в финал фильма, в сильную позицию, авторы, тем самым, позволяют самому Чжу Юаньчжану вынести окончательную оценку своим делам, и его устами объясняют зрителю, что при всей неоднозначности этой исторической личности, он не был только злым, он был еще и слишком добр, а значит, те казни, которые он совершал, оправданы нуждами государства.

Ту же трагическую двойственность приписывает своему главному герою сериал «Легенда о Чу и Хань». Здесь основатель Ханьской династии, вышедший из крестьян Лю Бан, став императором, делает своих друзей и верных соратников князьями, а потом расправляется с ними. В финале сериала, в точке подведения жизнен-

1 朱元璋 (2006)



ных итогов, представлены два важных, психологически убедительных, но противоречащих друг другу эпизода. В первом из них император по пути заезжает в родную деревню, заходит в свой старый дом, разговаривает с бывшей любовницей, вспоминает свою рыжую собаку, танцует с народом местный танец. Вся сцена пронизана бесконечной тоской и одиночеством. Перед зрителем предстает человек, который когда-то жил в этой деревне, любил своих друзей, был любим, был нужен, был счастлив. А теперь у него есть огромная власть, но счастья нет и никогда не будет, потому что он своими руками убил друзей. Он приобрел империю, но потерял родину, и даже его семья превратилась в чужих людей, которые лишь ждут, пока откроется наследство. Во втором эпизоде Лю Бан, уже в своем дворце, поучает внука: «Знаешь, что труднее всего приобрести во всей Поднебесной? Сердца народа. А знаешь, что важнее всего приобрести во всей Поднебесной? Сердца народа. Самое легкое и самое тяжелое в Поднебесной – это сердца народа». Его внук еще слишком мал, чтобы понять эти сентенции, да и сам Лю Бан уже находится в полубессознательном состоянии и не вполне знает, разговаривает ли с внуком или с одним из своих сыновей, поэтому достаточно очевидно, что эти слова обращены императором не к ребенку, а к самому себе, а значит, – к зрителю. Основатель империи сообщает нам, что сумел победить в многолетних войнах благодаря народной поддержке, он смог сделать самое трудное в Поднебесной – завоевать народные сердца, все его жестокости тускнеют на фоне этого достижения, этой великой цели. Сведенные воедино, следующие один непосредственно за другим, эти эпизоды передают авторскую оценку жизни и деятельности героя: Лю Бан, казнив своих друзей, разрушил собственное счастье, но обеспечил стабильность и процветание государства. Вновь, как и в сериале «Ханьский У-ди», жестокость монарха по отношению к другим людям отчасти предстает как его личная жертва народному благу.

Вприключенческо-детективных новеллах «Управление Шести вееров»¹ 2016 г. и «Минские сыщики»² 2020г. герои многократно спасают страну и лично императора, в благодарность за что он в финале сериала либо казнит их («Шесть вееров»), либо отправляет с назначением далеко на периферию, практически в ссылку («Минские сыщики»), просто за то, что они стали уж очень сильны и влиятельны, и потенциально могут быть опасны. И такая неспра-

1 六扇门 (2016)

2 成化十四年 (2020). В буквальном переводе сериал называется «Четырнадцатый год эры правления Чэнхуа», но мы воспользовались альтернативным англоязычным названием.



ведливость не вызывает никакого негодования у положительных героев, они лишь вздыхают и принимают наказание – свое или своих друзей – как некую печальную необходимость. Они, как и сам император, мыслят в рамках той же парадигмы, в которой «стабильность государства» есть самодовлеющая ценность, и душевное спокойствие правителя важнее, чем жизнь или смерть каждого из его подданных.

Любой сериал в популярном жанре исторического детектива строится по одной и той же схеме: сначала главные герои, гениальный сыщик и его верные сотрудники, расследуют ряд не связанных друг с другом преступлений, жертвами и преступниками в которых являются обычные люди; впрочем, и тут очевиден преимущественный интерес сценаристов к деяниям социальной элиты – от купцов до губернаторов. Но затем в сериале нарастает политическая составляющая, и в финале герои обязательно преодвращают покушение на императора и попытку государственного переворота («Судья Бао»¹, «Кайфынская управа»², «Десять удивительных дел»³, «Управление Шести вееров», «Минские сыщики» и другие). Таким образом, преступление вообще стремится к своему абсолютному пределу – цареубийству и мятежу.

На это можно было бы возразить, что мятежи – не столь уж редкое явление в китайском историческом кинематографе, и некоторые из них получают полную поддержку и одобрение у создателей и зрителей теленовелл. В качестве примера можно упомянуть восстание вассального княжества Чжоу против первого китайского государства Шан (1066 г. до н.э.) (костюмные фэнтези «Назначение божеств»⁴ 2006 г., «Роман о назначении божеств»⁵ 2019 г.), аристократии и простого народа покоренных государств против насильственно объединившего их Цинь (210-206 гг. до н.э.) («Легенда о Чу и Хань»), удельных правителей и разбойников – против династии Суй (610-618 гг.) («Герои Суй и Тан» 2013 г., «Циньский ван Ли Ши-мин»⁶ 2005 г.), ханьцев – против монгольской империи Юань (1351-1368 гг.) («Чжу Юаньчжан»). Но у всех этих восстаний есть некоторые общие легитимирующие черты.

- 1 包青天 (1993, 2009, 2012). В данном случае названием фильма служит фамилия и прозвище главного героя – «Бао Чистое Небо», но мы перевели его как «Судья Бао», следуя переводческой традиции в отношении этого легендарного персонажа.
- 2 开封府 (2017)
- 3 十大奇冤 (2008). Полное название сериала означает «Десять великих и удивительных несправедливых обвинений», но мы позволили себе несколько сократить его в переводе.
- 4 封神榜之凤鸣岐山 (2006)
- 5 封神榜演义 (2019)
- 6 秦王李世民传奇 (2005)



Правительство, против которого восстают положительные герои всех этих фильмов, должно быть просто чудовищным. Оно, во-первых, изнуряет свой народ непомерными налогами и трудовыми повинностями. Так, в «Легенде о Чу и Хань» мы видим, что правительство своими драконовскими законами само вынуждает главного героя Лю Бана восстать: ему, сельскому старосте, приказано доставить группу крестьян на строительство императорской гробницы, причем в случае, если они опоздают к намеченному сроку хоть на день, или если хотя бы один человек из группы дезертирует, то Лю Бана за это ждет казнь. Да и все остальные члены группы, скорее всего, погибнут от голода и нечеловеческих условий на стройке. В байопике про Чжу Юаньчжана от лица главного героя непосредственно произносятся всего несколько строк закадрового текста, и они, по большей части, касаются самого яркого воспоминания его детства – смерти родителей от голода и тех нескольких зернышек риса, которые он сумел собрать в опустевшем доме. А причиной столь страшного голода стало распоряжение юаньского правительства о сборе налогов сразу за несколько лет вперед.

Но и этого мало. Чтобы восстание стало оправданной мерой в глазах авторов китайских сериалов, необходимо какое-то особое, личное зверство правителя, в частности его манера жестоко казнить верных и честных чиновников. Шанский ван Чжоу Синь («Назначение божеств», «Роман о назначении божеств») вырезает сердце из груди своего мудрого дяди, выкалывает глаза своей супруге, пытавшейся предостеречь его от ошибок, с помощью коварной и жестокой наложницы изобретает новые орудия пыток, взяв в плен добродетельного чжоуского Вэнь-вана, отпускает его не раньше, чем заставляет съесть мясо его же собственного сына. Циньский юноша-император Эршихуан («Легенда о Чу и Хань») по совету своего евнуха и фактического правителя страны Чжао Гао казнит всех чиновников, отказавшихся пойти против очевидной истины и публично назвать оленя лошадью. Кроме того, Чжао Гао истребляет практически всю императорскую семью, чтобы никто не мог претендовать на престол, подводит под смертную казнь жестокого, но верного государству и умного канцлера, и ту же участь заранее готовит единственному генералу, который спасает распадающуюся империю в битвах с повстанцами.

И, наконец, помимо безжалостности к простому люду и неумения ценить талантливых министров, правитель, восстание против которого оправдано, должен быть виновен в развале. Поскольку в Китае на всем протяжении его истории, за исключением Новейше-



го времени, существовала полигамия, а государи имели огромные гаремы, то под развратом здесь следует понимать не просто наличие у плохого правителя многих партнерш, но либо инцест, либо насилие, либо – самый распространенный, и по всей видимости, самый опасный вариант – чрезмерное увлечение одной из наложниц, заставляющее монарха пренебрегать государственными делами и советоваться с женщиной по политическим вопросам.

Полным собранием всех дисквалифицирующих пороков правителя можно признать изображение последнего императора недолговечной династии Суй (581-618 гг.) в теленовелле «Герои Суй и Тан» 2013 г. Ян Гуан, сперва наследник престола, а затем император, предстает перед нами как жестокий интриган и самодур. Чтобы устранить политических оппонентов, он, не задумываясь, клеветает на всех чиновников по фамилии Ли, обрекая тем самым на смерть несколько сотен человек. Он убивает отца и старшего брата, насилует и убивает сестру, заводит тайный гарем, где предается распутству во время траура, ради развлечения приказывает прорыть канал, соединяющий север и юг Китая, чтобы можно было кататься по нему на роскошных кораблях, на что тратятся невероятные финансовые и трудовые ресурсы. И все это время ему дает советы и помогает ему губить империю пленница из Шу, тайно ненавидящая как его самого, так и государство Суй в целом.

И все же характерно, что ни суйского Ян Гуана, ни других вышеописанных тиранов положительные герои сериалов не убивают сами. Всякий раз плохого государя убивают его же собственные слуги или коварные министры в тот момент, когда победа повстанцев оказывается уже неизбежна. Эта деталь кажется мне принципиально важной для легитимации восстания: как бы ни был плох Сын Неба, цареубийство остается недопустимым, и авторы историй всякий раз уберегают своих героев от этого шага.

Но еще важнее другое – восстание в китайских фильмах тогда лишь выглядит оправданным, если оно приводит к установлению новой, устойчивой императорской династии. Это, разумеется, оправдание *post factum*, но именно создание новой династии зримо доказывает, что герои – не мятежники, не носители страшной стихии социального и космического хаоса 亂 (luan), они, свергая дурное правительство, лишь осуществляют Мандат Неба. По сути дела, они и не поднимали восстания как такового, поскольку, по воле Неба и истории, они и есть государство. Все перечисленные выше примеры именно из этого разряда. Свержение шанского Чжоу Синя привело к созданию чжоуского дома, то есть, на самом деле, к



созданию того Китая, который мы знаем. Падение империи Цинь дало дорогу династии Хань, по названию которой этническое большинство китайцев до сих пор называет себя ханьцами. Насильственное прекращение дома Суй сделало возможным блистательную Танскую эпоху, время высочайших культурных достижений китайского средневековья. Целый ряд народных восстаний против монгольской династии Юань окончился установлением империи Мин, вершины позднеимперского периода.

Все выше перечисленные особенности политического мышления, а именно этатизм, монархизм, патернализм и теория Мандата неба, унаследованы китайским историческим кинематографом от классической политической философии старого Китая. Но это не значит, что эта философия уцелела в сознании современных китайцев в своей полноте и неизменности. На материале костюмных сериалов нам удалось выявить, по меньшей мере, несколько отличий.

Первым и наиболее заметным из таких отличий является принципиально иная оценка женского правления: периоды власти женщин-регентш, которые традиционно рассматривались как несчастье для государства (*An Introduction*, 2014, p. 202), теперь оцениваются как время стабильности, мудрого и рационального управления. Женщина в древнем Китае могла получить государственную власть единственным способом – как мать несовершеннолетнего князя или императора, носящая титул «государыни-матери» 太后 (taihou). Она должна была заслушивать доклады и принимать решения в течение весьма ограниченного времени – примерно до двадцатилетия сына, после чего ей предписывалось передать ему всю полноту власти, а самой затвориться в гареме. Разумеется, это влекло за собой конфликты, когда умная, деятельная и еще нестарая женщина отказывалась подпускать к власти юного государя, создавая вокруг себя целое кольцо из родственников, заполняя ими все важные посты, так чтобы императору не на кого было бы положиться в борьбе за свои права. Среди самых выдающихся примеров подобных конфликтов можно назвать периоды правления циньской правительницы Ми Бацзы, матери вана Ин Ци (306-265 гг. до н.э.), ханьской императрицы Люй-хоу, вдовы Лю Бана (202-195 гг. до н.э.), танской У Цзэтянь (665-705 гг.), цинской Цыси (1861-1908 гг.). За исключением Цыси, персонажа весьма непопулярного, при которой маньчжурская империя Цин так ослабла, что едва не превратилась в колонию европейских держав, все остальные названные регентши довольно часто появляются в исторических сериалах.



Ми Бацзы является одним из главных действующих лиц в уже упомянутой теленовелле «Империя Цинь», кроме того, ей посвящен отдельный сериал «Легенда о Ми Юэ»¹ 2015 г. Произведения эти принадлежат к несколько разным жанрам и ориентированы на разные целевые аудитории. «Легенда о Ми Юэ» близка к классическому гаремному сериалу, где в центре событий – любовь героини и правителя, дружба и соперничество между женщинами и разного рода приключения. В соответствии с канонами китайского гаремного сериала, героиня вначале предстает перед зрителем как озорная девчонка, мечтающая только о любви и свободе и вовсе не имеющая никаких честолюбивых планов. В политическую борьбу ее затягивают много позже и помимо ее воли, ей просто приходится защищать жизнь и интересы своего сына, и для этого она вынуждена возводить его на престол, подавлять восстания, раздавать должности, управлять страной. Наконец, ей приходится принести интересам сына и государства Цинь самую большую жертву – подстроить гибель своего второго мужа, варварского князя. После этого, княгиня-регентша добровольно отходит от дел и проводит оставшиеся годы жизни в добровольной изоляции. Здесь в центре интересов Ми Бацзы стоят ее любимые мужчины – два мужа, прежний жених, братья, сыновья; главным конфликтом,двигающим сюжет, является противостояние героини и ее сестры, которая ревнует к ней их общего супруга; а конфронтация героини с сыном едва намечена и сведена к личным мотивам – Ин Ци недоволен отношениями матери-вдовы с ее возлюбленным варваром, а о государственной власти никто и не заговаривает.

«Империя Цинь» адресована любителям истории, без учета гендерной составляющей, сценарий ее преимущественно основан на «Исторических записках» Сыма Цяня, любовно-приключенческие линии прописаны небрежно и плохо вписаны в сюжет, они производят впечатление некоего чужеродного вкрапления в экранизацию военно-политического противостояния семи государств. Главный нерв этого сериала – усиление государства и собирание земель, поэтому все главные герои, включая и Ми Бацзы, в основном заняты именно обретением и осуществлением политической власти, а не личными отношениями. Здесь героиня представлена как умная, амбициозная женщина, умеющая за милой улыбкой и ласковым голосом скрывать жесткий характер и сильную волю. Она не допускает сына до власти, поскольку считает, что он наделает ошибок и навредит своей стране, но в то же время она столь же ре-

1 芈月传 (2015)



шитительно удерживает своих братьев от любого поступка, могущего нанести ущерб ее сыну. Она воплощает в себе рациональность и баланс.

При всех отличиях двух фильмов и выведенных в них образов, оба сериала показывают героиню искусным политическим бойцом и циньской патриоткой. Практически во всех спорах между нею и ее сыном-князем права оказывается она. Ничто в ее личности и поведении не вредит стране, напротив, ее правление трактуется как благотворное как для государства, так и лично для князя, от имени которого она правила.

Примерно так же оценивает свою героиню и посвященный У Цзэтянь сериал 2014г. «Императрица Китая»¹, проводя ее через те же жизненные стадии: юность, посвященная борьбе за свое человеческое достоинство против притеснений гаремной жизни, любовь к императору, сложные отношения со вторым мужем, дворцовые интриги, всегда направленные соперницами против героини, а не наоборот, и наконец – власть, реализуемая в интересах страны и народа.

Бывают и сериалы, в которых могущественная регентша предстает как враг, например «Планы красавицы»² 2010г., «Ханьский Сын неба»³ 2002г., «Вэй Цзыфу»⁴ 2014г. Но во всех названных случаях характерно, что ее отрицательная роль в сюжете обусловлена не тем, что она недостойна пользоваться властью, или наносит вред государству и подданным, а только тем, что она тиранит лично императора и главную героиню фильма – молодую императрицу. Женское правление, таким образом, подвергается осуждению не потому, что оно женское, а потому, что оно осуществляется не той женщиной. Это конфликт семейный, а не государственный, конфликт свекрови и невестки, а не порядка и хаоса.

Фильмы про женское правление чрезвычайно многочисленны, и их число со временем все растет. Потребность во все новых правительницах в кинематографе так велика, что черты мудрой государыни-регентши начинают придавать даже тем императрицам и княгиням, которые никогда и не занимались политикой, например, матери Цинь Шихуана в посвященном ей сериале «Легенда о Хао-

1 武媚娘传奇 (2014). Буквально название означает «Легенда об У Мэйнян», но, рассудив, что на Западе никому не известно имя героини, данное при рождении, авторы предпочли дать сериалу альтернативное название на английском «TheEmpressofChina»

2 美人心计(2010)

3 大汉天子 (2002)

4 卫子夫 (2014)



лань»¹ 2019г., либо принадлежали к чужим культурам, как в новом, только что вышедшем на экраны сериале «Башня Ласточек и Облаков»², героиня которого – регентша киданьского государства Ляо (549-563 гг.), упорный и опасный враг китайской династии Сун.

Чем объяснить такой запрос на женщин-правительниц? На первый взгляд, можно было бы предположить, что это следствие распространения идей феминизма в современном Китае, однако при изучении более широкого контекста это предположение не подтверждается. Дело в том, что китайские сериалы, в целом, их мораль, набор сюжетных формул, образный ряд, амплуа – весьма антифеминистичны. Идеальный образ девушки в них – это милая дурочка, иногда по-детски доверчивая и послушная первому встречному, иногда по-детски капризная и эгоистичная, весь мир которой сосредоточен вокруг ее эмоций. Она уверена в своей исключительной важности в жизни всех окружающих людей, требует к себе постоянного внимания, страдает от скуки и жаждет развлечений, преследует понравившегося ей мужчину, невзирая ни на какие его возражения. После замужества ее психологический портрет сразу же кардинально меняется, буквально в одну ночь: она становится нежной, кроткой, безупречно послушной своим свекрам, говорит тихим голосом, поступает разумно, всегда готова пожертвовать собой и своими удобствами ради других людей. Проще говоря, хорошая женщина в китайском костюмном кино – это или ребенок, или служанка.

За исключением правительниц, ни одна женщина в этих сериалах не интересуется социальными или политическими вопросами. Эта слепота ко всему, что выходит за пределы межличностных и семейных отношений, поразительна даже в сравнении с традиционными представлениями старого Китая. Например, в романе «Троецарствие» (вторая половина XIV в.) есть такой эпизод: старый министр Ван Юнь, скорбя о несчастьях Ханьской династии, выходит в сад и вдруг слышит печальные вздохи своей рабыни – красавицы Дяо Шань. Ван Юнь уверен, что девушка грустит из-за неразделенных чувств к какому-нибудь бездельнику, но оказывается, что Дяо Шань, как и он сам, удручена страданиями родины и чувствует себя виноватой за то, что ничем не может помочь государству. Ван Юнь поражен, и в голову ему тотчас приходит «план цепи» – как Дяо Шань может погубить узурпатора и восстановить императорскую власть (Ло, 1954, pp. 112–113). Но в современных сериалах на этот сю-

1 皓镧传 (2019)

2 燕云台 (2020)



жет мотивация героини меняется – с возвышенно-патриотической она вновь соскальзывает в область личных отношений. В сериале «Дяо Шань»¹ 2002 г. героиня совершенно не желает участвовать в политической игре, как ни уговаривают ее собственный отец и его союзники, и соглашается только для того, чтобы выручить своего возлюбленного, приговоренного к смерти. В сериале «Троецарствие» Ван Юнь добивается от нее согласия шантажом, он не ест и не пьет, пока Дяо Шань не обещает спасти династию.

Но и будущие правительницы в этих фильмах в начале своего жизненного пути не имеют политических убеждений и не интересуются социальными проблемами. Желая показать героиню необычной и свободолюбивой, авторы сериалов изображают ее проделки и игры, что должно выгодно отличать будущую регентшу от ее жеманных сестер, способных думать только о выгодном замужестве, или заставляют ее декларировать, что уж она-то выйдет замуж только по любви, или вовсе останется девицей и будет продолжать отцовское дело. Никаких других устремлений у героини нет. Даже дева-воин, отправляясь на войну за восстановление законной династии, заботится не о династии, и не о народе, страдающем под властью узурпатора, а лишь о безопасности своего любимого («Длинная песнь прекрасной страны»² 2016 г.). И лишь много после, против воли, героиня вынуждена начать бороться за власть, но даже и это она делает только ради жизни и безопасности близких людей.

Итак, послание современного китайского кинематографа получается двойственным: женщины, как он утверждает, созданы для любви и семьи, а власть и социум им неинтересны (Саракаева, 2017), но в то же время, женщины – прекрасные политики и администраторы. Мы полагаем, что причиной такой двойственности является попытка сериалов польстить своей аудитории, а для костюмного кино целевой аудиторией всегда считались женщины. Мы не исследовали вкусы китайских телезрителей в зависимости от гендера и, к сожалению, не встречали подобных исследований, но эмпирически эта динамика выглядит следующим образом: сначала исторические сериалы достаточно популярны у обоих полов, с небольшим преимуществом в пользу женщин, вероятно, из-за большего интереса последних к костюмам. Затем, выяснив эту особенность своей аудитории, создатели сериалов начинают угождать зрителям, обращая все большее внимание на реквизит и декорации и перенося сюжетные акценты на любовь и семейные конфликты.

1 貂蝉 (2002)

2 秀丽江山之长歌行 (2016)



За счет этого аудитория становится все более женской, и следование неким обобщенным и стереотипизированным «женским вкусам» превращается в доминанту костюмного кино. В результате, к настоящему времени, большинство костюмных сериалов нельзя отнести уже к собственно историческому жанру, это скорее необыкновенно богатое и нарядное фэнтези на околоисторическую тему, с магией, даосами и драконами, или фильмы про «попаданцев», в которых действует огромное количество юных девушек-полководцев или непобедимых бойцов, вся жизнь которых, тем не менее, строится вокруг отношений с любимым мужчиной. А собственно-исторические сериалы, следуя в русле той же маркетинговой стратегии, стараются отыскать в истории Китая женщин, сколько-нибудь заметных на политической арене, и поместить их в центр своего повествования. Однако, поскольку целевой аудитории, по их предположению, интересны отношения, а не политика, то такими же они изображают и героинь.

Еще одним отличием философии китайских сериалов от политической мысли старого Китая является снижение значимости гражданской государственной службы и соответственное повышение ценности армии и полиции. В традиционной китайской политической теории господствовало предложенное еще на заре имперского периода выдающимся мыслителем Дун Чжуншу (179-104 гг. до н.э.) трехчленное деление общества: государь, от которого исходит оживотворяющая всю Поднебесную добродетель 德 (de), чиновники, в чьих силах распространять государеву добродетель, или же воспрепятствовать ее распространению, и простой народ – пассивный реципиент добродетели (Фэн, 1998, с. 221). Чиновники были единственными подданными монарха в строгом смысле этого слова, то есть они одни были обязаны своему правителю верностью и трудами, тогда как ответственность народа сводилась лишь к выполнению законов и выплате налогов. Важнейшей, если, по сути дела, не единственной обязанностью государя было назначение хороших чиновников. При этом гражданский чиновник всегда в Китае считался выше военного, гражданская государственная служба всегда была связана с высоким престижем, тогда как офицерские должности были престижны лишь в периоды войн и междоусобиц, а в мирное время считались уделом грубой военщины, ни на что другое не способной.

В современных же сериалах эта ситуация заметно изменилась. Сериалы предпочитают не рассматривать чиновничество как отдельный социальный слой, за исключением тех случаев, когда



все чиновники, в целом, изображаются как воры и угнетатели, а главному герою приходится бороться с ними ради народного счастья («Речные заводы», «Чжу Юаньчжан», «Правосудие годов Хунъю»¹ 2012 г). Характерно также, что в любом конфликте между гражданским чиновником и офицером сериалы встают на сторону офицера. В «Речных заводах» министры-временщики Гао и Цай преследуют и подталкивают к мятежу как минимум семерых отважных и преданных государству офицеров; в «Верном Юэ Фэе»² главный герой – генерал, поэт и патриот Юэ Фэй погибает из-за клеветы канцлера; в «Молодых генералах семьи Ян»³ 2006 г. герои – отец и его пятеро сыновей, все знаменитые генералы, пользуются уважением и даже симпатией своих врагов – варваров-киданей, но собственное правительство посылает их на верную смерть.

Особенно заметно это стремление обелить военных и очернить гражданских чиновников в третьей части «Империи Цинь». Один из персонажей этой теленовеллы – великий циньский полководец Бай Ци, человек, прозванный «богом войны» за свои блестящие победы, и не менее прославленный своей методичной принципиальной безжалостностью к врагам. По современным оценкам, прозвучавшим еще в одном, документальном, историческом сериале «Борющиеся царства»⁴ 2019г., за весь период Борющихся царств в результате войн в Китае погибло два миллиона человек, и по меньшей мере половина из них – на совести лично Бай Ци. Считая, что основной целью войны является не захват крепостей, а уничтожение живой силы противника, Бай Ци ввел обыкновение после каждой кампании убивать всех сдавшихся в плен, а также уничтожать города со всеми их обитателями. Наиболее кровавый его подвиг – война под Чанпином (260 г. до н.э.), в ходе которой было полностью уничтожено 450-тысячное войско государства Чжао, из них приблизительно половина погибла в боях, а другая половина, попав в плен, была перебита, или даже, по другой версии, зарыта заживо по приказу Бай Ци (Цянь, 1996, сс. 161–162). Современного человека не могут не отвращать такие методы ведения войны, и поэтому сериал перекладывает всю вину с Бай Ци на его врага – циньского канцлера Фань Суя, который как раз и предлагает подобное изменение военной доктрины государства Цинь. Что до Бай Ци, то он в сериале открыто противится геноциду, пытается его не допустить, а будучи

1 洪武大案 (2012)

2 精忠岳飞 (2013)

3 少年杨家将 (2006)

4 风云战国之列国 (2019). Буквально: «Удельные государства в изменчивую эпоху Борющихся царств». Мы позволили себе несколько сократить в переводе это громоздкое название.



вынужденным все-таки отдать такой чудовищный приказ, полностью разочаровывается в службе и в своем князе, и отныне даже под угрозой смерти упорно отказывается воевать. Его моральные терзания показаны с сочувствием, его гибель представлена как трагедия, в отличие от казни Фань Суя.

Но еще более ярким и невыводимым из предшествующего исторического и философского опыта Китая нам представляется внезапно выпыхнувший интерес китайского кинематографа к полиции, в частности, к Страже в парчовых одеждах. Стража в парчовых одеждах 锦衣卫 (Jīnyīwei) – часть того репрессивного аппарата, который был создан в начале династии Мин Чжу Юаньчжаном для политического сыска и надзора, в их обязанности входило производство следствия и арестов по делам о мятежах, по преступлениям чиновников и аристократов и в случае нарушения государственных монопольных прав. В целом, их функционал был неотличим от функционала печально известного Восточного дворца, и единственной разницей между ними было то, что в Восточном дворце служили евнухи, а в Страже – обычные мужчины (吴晗 [У Хань], 2020, pp. 66–107). Но парадоксальным образом, Восточный дворец в китайских фильмах практически всегда предстает как мрачное воплощение тирании, несправедливости и жестокости, а Стража в парчовых одеждах – как отважные герои, спасающие государство от разгула преступности.

Рост численности сериалов про Стражу в парчовых одеждах имеет лавинообразный характер: если в начале 2000х годов таких фильмов было всего несколько, то к настоящему моменту они превратились в основных персонажей популярных сериалов в жанре «уся» (рыцарские приключенческие летны) и даже мультсериалов. Соответственно меняется и презентация героев: если в ранних фильмах («Стража в парчовых одеждах»¹ 2006г., «32 год эры правления Хуньу»², «Поднебесная»³) они еще несут обычную службу – защищают императора, ловят дезертиров, наблюдают за князьями, то к концу 2010х и, тем более, к 2020 году эти герои преимущественно совершают одиночные подвиги, спасая мир группами от двух до четырех человек. Основным содержанием их деятельности понемногу становятся путешествия и личные отношения. Кто-то из сценаристов однажды придумал, что в составе Стражи есть отдельный женский отряд, и с тех пор это стало неременным атрибутом

1 锦衣卫 (2006)

2 洪武三十二 (2011)

3 天下 (2006)



этой организации в китайских сериалах, что обеспечило любовные линии сюжетов и позволило ввести в повествование множество воинственных, красивых и глупых девушек («Четыре прославленных сыщика»¹, «Под парчовой одеждой»²). Как альтернатива, основной эмоциональной линией сериала может стать броманс между двумя мужчинами-стражами («Двойное небо»³).

При этом, несмотря на популярность жанра исторического детектива, фильмы о Страже в парчовых одеждах, как правило, не попадают в эту категорию. Дело в том, что в исторических детективах следствием обычно заняты гражданские чиновники: главы столичных ямыней (как, например, знаменитый судья Бао) или инспекторы, командированные центральным правительством. Только в одном сериале нам удалось увидеть Стражу в качестве инстанции, проводящей собственно расследования, да и там они работали в соперничестве и в тандеме с двумя другими организациями – городским ямынем и Западным дворцом («Минские сыщики»). Во всех других сериалах детективная составляющая прописана очень слабо, сценаристов и зрителей интересуют не сами поручения, выполняемые стражами, а те приключения и повороты личных отношений, которые им приходится переживать в процессе выполнения поручений.

В таком случае, если не интересом к детективному жанру, то чем же можно объяснить такую популярность полиции в китайских костюмных сериалах? У нас нет однозначного ответа на этот вопрос, мы можем лишь предположить, что это, как и возросшая популярность образа женщины-правительницы, вызвано таргетированием костюмного кино. Понимаемые своими авторами как фильмы для женщин, исторические сериалы «продают» своей аудитории образ идеального мужчины – воинственного и могучего защитника, который, при этом, молод, красив, и занят преимущественно установлением и поддержанием личных отношений с женщинами или друзьями, а не профессиональной деятельностью.

Если наше предположение верно, то имеет ли смысл рассматривать данные изменения (положительную оценку женского правления, а также армии и полиции) в контексте политического мышления современных китайцев, или эти явления могут представлять интерес только для гендерных исследований? Мы склоняемся к

1 少年四大名捕 (2013). Строго говоря, должность героев этого фильма - не сыщики, а офицеры полиции, в чьи обязанности входил арест преступников (捕 bu)
2 锦衣之下 (2019)
3 双天记 (2020)



первому из названных вариантов, поскольку женщины в современном Китае становятся видимы и значимы не только как покупатели товаров и кинопродукции, но и как носители той или иной политической идеологии. Парраллельно росту их присутствия в экономике растёт и их политический потенциал. Мы намеренно говорим здесь не о политическом влиянии, ведь реальная представленность женщин во власти по-прежнему очень низка, а именно о потенциале. По сути дела, китайскому государству нужно от женщин то же самое, что и от мужчин: чтобы они выполняли законы и распоряжения, платили налоги и оказывали правительству пассивную поддержку. Это было основой отношения китайского государства к «простому народу» на всем протяжении истории, просто раньше женщин в составе этого народа можно было не принимать в учёт, так как все решения принимались не ими, они не имели денег для уплаты налогов и не могли поднять восстание. Сейчас же женщины получили возможность принимать самостоятельные решения, поэтому возникла и необходимость воспитывать их в духе конформизма и лояльности, чего и достигают костюмные сериалы, искусственно ограничивая интересы зрительниц семьей и романтическими отношениями.

Другим аспектом политического мышления китайцев, претерпевшим некоторую эволюцию от традиционных взглядов к современным, как они проявляются в исторических сериалах, можно считать отношение к варварской периферии. Варвары-кочевники оказали огромное влияние на китайскую историю, несколько раз завоевывая Китай, и непрерывно подвергая его набегам. Война с варварами и сравнение себя с ними сформировали внешнеполитические представления китайского народа, его осознание себя как Срединного государства. Сами же варвары воспринимались либо как враги, не вполне имеющие даже человеческий статус, а воспринимаемые скорее как монстры (Якушенков & Якушенкова, 2012, с. 234) либо как данники, принимающие свое неравноправное положение в политическом устройстве мира и изъявляющие покорность.

В отличие от этого прямолинейного мышления, современный исторический кинематограф Китая живописует варваров несколько сложнее и тоньше, от чего, впрочем, уровень шовинизма снижается незначительно.

Во-первых, интересно, что европейцы в китайских исторических сериалах почти отсутствуют, появляясь только в эпизодах в качестве военных специалистов, обычно мушкетеров или артиллери-



стов, работающих на китайское правительство. Их роль – забавно говорить на ломаном китайском или приветствовать всех знакомых фамильярными объятиями («Блестящая династия Мин»¹). И это не случайность. Дело в том, что у иноземцев вообще в китайских костюмных сериалах есть достаточно четкая функция: структурировать мир в иерархическом порядке, где на вершине иерархии, предсказуемо, находится Китай. Соответственно, иностранцы здесь могут быть какими угодно: храбрыми, честными, добрыми, злыми, алчными или бескорыстными, они не могут быть только равными китайцам. Но представители развитых и богатых стран Запада не годятся на роль младших партнеров в коммуникации, они и собственной высокой культурой, и самим своим положением уникальных специалистов претендуют, по меньшей мере, на равенство. Так что единственным способом снизить их образы, придать им комедийность, остается плохое владение китайским языком.

Столь же одномерны и стереотипны в этих фильмах японцы. Мы нарочно не рассматриваем фильмы о Второй мировой войне, которые образуют отдельный поджанр китайского исторического кино – так называемые 抗日 (kangri), «сопротивление Японии». Эти ленты представляют собой некий дистиллят государственной, партийной и патриотической пропаганды, и как таковой, заслуживают отдельного анализа. Но и вне этого жанра, в сериалах, повествующих про иные исторические эпохи, японцы тоже изображены с высокой степенью неприязни и упрощения. По сути, они сводятся к набору клишированных признаков, они, во-первых, очень малы ростом, недаром пренебрежительное прозвище 倭 (wo), данное китайцами японцам, переводится как «карлики», во-вторых, они по каждому поводу совершают самоубийства, как, например, японский посол, прибывший в столицу Танского Китая и там проигравший партию в шахматы главной героине («Императрица Китая»).

Гораздо чаще в китайских костюмных сериалах появляются представители кочевых народов Азии – сунну, кидани, чжурчжэни, монголы и маньчжуры, а также народы юга Китая, обобщаемые под названием 百越 (baiyue) «сто юэ». Эти люди тоже могут изображаться попросту как враги, особенно в тех фильмах, которые посвящены борьбе Китая с нападениями кочевников. Но чаще в их изображении превалирует не открытая неприязнь, как в случае с японцами, и не окарикатуривание, как у европейцев, а несколько более тонкие методы снижения образа.

1 大明风华 (2019)



Среди таких методов, во-первых, можно назвать низведение варваров до статуса учеников, с удивлением и благодарностью принимающих цивилизационные инновации, принесенные им благодетелями-ханьцами. Несомненно, что китайская культура, в самом деле, обогатила окружающие народы множеством технических, философских и художественных достижений, но в сериалах этот процесс выглядит очень однонаправленным и совершенно нелогичным. Например, в одном из сериалов о жизни основателя Ханьской империи Лю Бана мы видим, как его соперник Сянь Юй высылает его в Сычуань, Лю Бан и его товарищи жалуются на совершенно непривычный климат и природу этого края, и при этом попутно учат местное некитайское население рисоводству и шелкопрядству. Аналогично и в фильме про один из юэских народов ханьская военная экспедиция, проезжая через совершенно неведомые для нее земли Фуцзяни, организует ирригационные и мелиоративные работы на местных полях. Ни сценаристы, ни, по-видимому, зрители не задаются вопросом: а на каком языке происходила вся эта довольно сложная коммуникация? А каким образом у армии могли оказаться с собой не только посевной рис, но и саженцы тутовых деревьев, и куколки шелкопряда? И, главное, почему китайцы из долины Хуанхэ оказались достаточно компетентны, чтобы решать агротехнические проблемы абсолютно незнакомого им хозяйственного ареала, а веками проживавшие в этих краях варвары – настолько некомпетентны, что вынуждены принимать советы со стороны первых встречных чужаков?

Варвары, впрочем, не умеют не только возделывать свою землю, они также не могут и управлять собственным народом так же рационально и гуманно, как ханьцы, поэтому и в области государственного управления они тоже должны принимать позицию ученичества. В исторических сериалах нередко повторяется следующий сюжетный ход: главная героиня, китаянка, волею случая оказывается женой или невестой варварского князя, как, например, Цай Вэньцзи в фильме «Цао Цао и Цай Вэньцзи»¹ или Чусян в гонконгской комедии «Четыре блистательных художника»², и тотчас начинает давать князю политические советы, обычно сводимые к тому, что нужно управлять гуманно и помириться с удельными вассалами. Он слушает ее советы с уважением и благодарностью, применяет их, и результат оказывается блестящим. Опять же, никто

1 曹操与蔡文姬 (2002)

2 金装四大才子 (2000). Герои этого фильма в оригинале не просто «художники» – они «цайцзы», то есть интеллектуалы, преуспевшие во всех видах наук и искусств. Но это понятие не имеет точного соответствия в русском языке.



не удивляется, как за столь короткое время героиня сумела глубже разобраться в деталях степной политики, чем ее муж, родившийся и проживший всю свою жизнь в степи. Любопытно в этих примерах также и различие, которое исторические сериалы предписывают китайским и не-китайским государям в такой ситуации. Китайский монарх, при всей горячей любви к своей супруге, должен принимать решения самостоятельно, и в каждом сериале в похвалу правителю кто-нибудь обязательно скажет: «Государь не позволяет гарему вмешиваться в политику», а привычка во всем советоваться с женой всегда маркирует плохого правителя. Но варварский князь, напротив, доказывает свою разумность тем, что выполняет советы своей китайской жены.

Помимо ученичества, другим важным способом иерархизации этносов в китайском историческом кино служит неразделенная любовь. Практически везде и всегда (за исключением только новейшего сериала «Минские сыщики», вообще изобилующего новаторскими для китайского кинематографа ценностными подходами), варвары безответно любят китайских девушек, или варварские девушки безответно любят китайских юношей, и никогда наоборот. Иногда нелогичной кажется сама эта влюбленность, когда, например, юная сюнну влюбляется в китайского пленника, который от ее земляков выгодно отличается только умением писать стихи – на языке, которым она не владеет, или играть на музыкальных инструментах – которых в степи нет («Ханьский сын неба»). Иногда же удивительным кажется отсутствие взаимности, когда героиня предпочитает достаточно невыразительного персонажа-китайца красивому, отважному и харизматичному варварскому принцу («Молодые генералы семьи Ян»). Это неразделенное чувство оправдывает такие поступки со стороны влюбленного варвара, которые сериал бы однозначно осудил, будь они совершены китайцем. Один варварский князь снимает осаду с китайского города, потому что там живет его возлюбленная, да и вообще отказывается отныне воевать против Китая («Генералы семьи Ян»), другой бросает свою страну и в одиночку, невзирая на опасность быть захваченным врагами, отправляется в недружественное государство искать свою потерянную любовницу («Империя Цинь. Союзы»). Та симпатия, с которой показаны эти нелепые поступки, передает зрителю эмоциональный посыл: любовь варвара к ханьцу выше, чем его долг перед своей варварской родиной.



И, наконец, варвары в этих фильмах постоянно и с величайшей готовностью жертвуют собой ради своих друзей и возлюбленных-ханьцев, иногда даже ради новых и случайных знакомых. Ханьцы же с удивлением и благодарностью принимают эти жертвы, но никогда не отвечают на них встречными самопожертвованиями.

Сериал 2012г. «Феникс и пион»¹ рассказывает историю о китайском императоре, попавшем в плен к варварам. За исключением любящей императрицы, терпеливо ждавшей его освобождения и возвращения, и верного министра, разделившего его плен, все остальные китайцы в фильме, в том числе и главный герой, показаны завистливыми, ревнивыми, мстительными и себялюбивыми, варвары же, напротив, все как один, - прекрасные люди. И при этом это один из самых шовинистических сериалов в нашей выборке. Здесь варвары восторженно благодарят своих ханьских пленников за то, что один из них, пленный император, учит их детей читать и писать, а другой, его советник и друг, - лечит их травами. На каком языке китайский государь учил читать этих детей? Чем и на чем они писали? Почему их родители соглашались освободить их от работы на выпасе скота ради этих уроков? Да и зачем им, собственно, была грамотность, если у них не было ни книг, ни потребности в ведении строгой отчетности? И как так получилось, что китайский начетчик-конфуцианец оказался лучше осведомлен о полезных свойствах степной флоры, чем сами степняки? Ни один из этих вопросов не возникает у авторов сериала, так как они транслируют все ту же стройную схему, в которой за китайцем зарезервировано знание и место учителя, а варвар оттеснен на позицию наивного и благодарного ученика. Безответная любовь и самопожертвование в этой теленовелле тоже присутствуют: в пленного императора сразу же влюбляется молодая степнячка и, конечно, приносит себя в жертву и погибает, чтобы дать ему возможность бежать. Кроме того, молодой князь, младший брат и полководец степного государя, тоже с готовностью отдает свою жизнь ради спасения пленника. И вновь зрителя приглашают смотреть на этот поступок глазами главного героя – то есть с восхищением, но не удивляясь, и не задаваясь вопросом, почему, собственно, жизнь китайского императора, которого он почти не знал, и которому он не был и не собирался становиться подданным, показалась молодому степняку настолько важнее своей собственной.

1 凤凰牡丹 (2012)



Таким образом, мы видим, что в современных китайских исторических сериалах варвары периферии уже не выступают как подлинный Чужой, в их образах отсутствует выделенная С.Н. Якушенковым и О.Н. Якушеновой триада устойчивых признаков, характеризующих человека как чужака, а именно странные алиментарные вкусы, странная одежда, странный, извращенный или чрезмерный сексуальный аппетит (Якушенков & Якушенкова, 2012, с. 234). В исследуемых фильмах варвары, правда, одеты в меха, и мех вообще использован в антураже их домов и одежды излишне широко, но уже их еда не вызывает никого особого внимания, а сексуальность оказывается более чем традиционной – варвары любят так же, как китайцы, и тех же людей, которые привлекательны и для китайцев, им совершенно не приписывается никакая сексуальная агрессия. На место Чужого, иногда смешного, иногда страшного, пришел привлекательный, даже трогательный, образ младшего партнера. Варвар, понимаемый как младший партнер в международных отношениях, описывается почти так же, как, например, описывается женщина в рамках сексистского мировоззрения. Шовинизм китайского кино атрибутирует варвару те же признаки, которые патриархат приписывает женщине: преобладание эмоций над разумом, преимущественный интерес к частной жизни, состояние постоянной влюбленности, наивность, неумение управлять собственной жизнью; и налагает на варвара те же обязанности – быть послушным, быть благодарным, быть готовым к самопожертвованию ради удобства и интересов старшего партнера. И такой сдвиг от чужого к младшему отражает одновременно и изменения в реальности, когда бывшие враги оказались преимущественно включены в состав Китая как его малые народы, но в то же время – и неизменность политического мировоззрения китайцев, для которых их страна была и остается Срединной империей, центром мира.

В заключение мы хотели бы кратко затронуть еще один аспект политической мысли современного Китая, как она проявляется в исторических сериалах, – дефицит объяснительных моделей. Игровое кино, конечно, и не призвано объяснять зрителям внутреннюю логику исторических и политических процессов, но зато именно эта логика, причинно-следственные связи в истории являются основным содержанием документальных исторических сериалов. Мы выбрали для анализа два подобных сериала: «Борющиеся царства» 2019 г. и «От Цинь Шихуана к ханьскому У-ди»¹ 2016 г.

1 从秦始皇到汉武帝 (2016)



Оба этих сериала стоят достаточно близко к игровому кинематографу, поскольку их видеоряд представляет собой реконструкцию исторических событий, в первом из упомянутых сериалов играют известные актеры и, помимо закадрового текста, звучат подробно прописанные диалоги. Оба сериала основаны преимущественно на «Исторических записках» Сыма Цяня, но по мере необходимости авторы, особенно в «От Цинь Шихуана к ханьскому У-ди» привлекают и другие письменные источники, в том числе и недавно обнаруженные, а также археологические находки. Эти фильмы повествуют о событиях, хорошо известных любому образованному китайцу, а аудиторией исторической документалистики, как правило, бывают образованные люди, увлекающиеся историей. Так что свою главную задачу авторы этих фильмов видят не в информировании зрителя, а в объяснении событий. Для «Борющихся царств» это означает: «Почему из семи сильных держав, соперничавших за господство в Китае в 475-221 гг. до н.э., победителем и центром объединения страны стало именно царство Цинь?» Для «От Цинь Шихуана к ханьскому У-ди» этот вопрос трансформировался в «Почему империя Цинь (211-206 гг. до н.э.) не смогла сплотить всех жителей Китая в единый народ, создать политическую нацию и пережить своего создателя, а Западная Хань (206 г. до н.э. – 23 г. н.э.) смогла?». Эти проблемы чрезвычайно важны и интересны для понимания истории как процесса, и, в целом, для постижения закономерностей функционирования государств, и достаточно закономерно, что сериалы поднимают их, но как нам кажется, ни в одном из двух случаев зритель не получает адекватного ответа на заявленные вопросы.

Традиционная историография Китая имела готовый ответ на подобные вопросы, этот ответ был выработан конфуцианскими мыслителями и лежал в этической плоскости: наиболее добродетельный государь привлекает к себе самых мудрых и честных советников, и они успешно проводят необходимые мероприятия для защиты государства и благосостояния народа. Тогда как государи недобродетельные, напротив, прислушиваются только к льстецам и преследуют лишь свои собственные эгоистические интересы, за это Небо лишает их своей милости, чем и объясняются их политические неудачи (黄团元 [Хуан], 2015). Современным историкам и популяризаторам науки такой традиционный подход кажется недостаточным и излишне персоналистским, и они ищут какие-то другие, менее субъективные, способы интерпретации истории.



Парадоксально при этом, что граждане формально социалистической страны, некоторые из которых, наверняка, сами являются членами КПК, практически не используют марксистский инструментарий. «Борющиеся царства» вскользь отмечают классовые противоречия изучаемого периода, в частности, борьбу феодальной аристократии против централизации государственного управления, осуществляемой министрами-реформаторами, но даже не задаются вопросом о том, почему одни китайские государства смогли пройти через этап дефеодализации, а в других реформы захлебнулись. Поэтому причины успешности царства Цинь и фиаско других царств авторы предпочитают видеть в особенностях национальных характеров этих стран. Так, например, они описывают чжаосцев как людей отважных, но жестоких и неуправляемых, ханьцев – как беспринципных интриганов, цисцев – как изнеженных и трусоватых сибаритов и так далее. Один персонализм, таким образом, заменяется другим персонализмом, только вместо добродетельных и недобродетельных государей субъектом истории становятся добродетельные и недобродетельные этносы.

Сериал «Цинь и Хань» небрежно комментирует народные восстания, обнищание народных масс, и затем постепенное восстановление экономики в рассматриваемое время, но эти события находятся вне фокуса внимания авторов сериала и их научных консультантов. Вместо того в центр своего повествования они ставят деятельность лично императоров в двух областях государственного управления – сохранения государственного единства против самоволия удельных князей и защиты границ от сюнну. В результате зрителя подводят к заключению, что своим историческим успехом империя Хань обязана способностью своих правителей благополучно решить эти задачи. Впрочем, они и сами признают, что перед империей Цинь эти задачи попросту не стояли, так как в ней не было никаких удельных князей, а сюнну в то время еще были слишком слабы, чтобы представлять серьезную опасность. Тогда почему же, все-таки, Циньская держава пала, а Ханьская простояла четыреста лет? Зрители не получают ответа на этот вопрос, вместо того они выслушивают массу предположений о том, что, наверное, думал и чувствовал очередной император в связи с переживаемыми историческими событиями. Интерпретация политического процесса делает круг и возвращается на исходную позицию, причиной, по которой один государства оказались успешнее других, вновь



объявляются личные достоинства государей, - с той только разницей, что мерилom достоинств теперь является не нравственность, а ум правителя.

Таким образом, анализ китайских костюмных сериалов показывает удивительную устойчивость политической философии китайцев, ее преемственность по отношению к философской традиции, сложившейся еще в глубокой древности. Западные политические идеи, в том числе, и марксизм, заявленный как официальная идеология государства, и права человека – основа современной цивилизации запада, и известная китайцам по американским фильмам новая этика, с ее преимущественным вниманием к национальным меньшинствам и правам женщин, - все это лишь в незначительной степени влияет на политическое сознание и стереотипы китайского народа. В начале третьего тысячелетия граждане индустриальной и цифровой сверхдержавы продолжают оставаться собеседниками Конфуция и Мэн-цзы, интеллектуальными современниками Борющихся царств.

Список литературы

- An Introduction to Chinese Classics: Confucianism, Taoism, Buddhism.* (2014). Nanjing: Jiangsu People's Publishing House.
- Barend, J. (2017). *Guan Yu: The Religious Afterlife of a Failed Hero*. Oxford: Oxford University Press.
- Ло, Г.-Ч. (1954). *Троецарствие. Том 1*. Москва: Государственное издательство художественной литературы.
- Саракаева, А. А. (2017). «Разрушительница царств» и общество потребления. Образ Сиши в современной китайской культуре. *Журнал Фронтирных Исследований*, 2(1), 65–82.
- Фэн, Ю.-лань. (1998). *Краткая история китайской философии*. Санкт-Петербург: Евразия.
- Цянь, С. (1996). *Исторические записки ('Ши цзи')*. Том 7. Москва: Восточная Литература.
- Якушенков, С. Н., & Якушенкова, О. С. (2012). Тело варвара: Конструирование образа Чужого на китайском фронтире. *Каспийский Регион: Политика, Экономика, Культура*, (4), 233–240.
- 吴晗 [У Хань]. (2020). 吴晗. 明朝锦衣卫东西厂. [Свита в парчовых одеждах, Восточный Дворец и Западный Дворец при династии Мин]. 北京 [Пекин]: 华文出版社 [Издательство Хуавэнь]. (На китайском языке).



黄团元 [Хуан, Т. (2015). 黄团元。刘邦用人 [Как Лю Бан использовал людей]. 湖北 [Хубэй]: 湖北人民出版社 [Народное книгоиздательство Хубэя]. (На китайском языке).

南门太守 [Губернатор Южных Ворот]. (2010). 南门太守。曹操秘史，第2部。 [Тайная история Цао Цао. Том 2] (Vol. 2). 北京 [Пекин]: 新世界出版社 [Издательство Новый мир] (На китайском языке).

References

An Introduction to Chinese Classics: Confucianism, Taoism, Buddhism. (2014). Nanjing: Jiangsu People's Publishing House.

Barend, J. (2017). *Guan Yu: The Religious Afterlife of a Failed Hero.* Oxford: Oxford University Press.

Fen, Yu-lan. (1998). *A brief history of Chinese philosophy.* St.Petersburg: Eurasia. (In Russian).

Luo, G.-J. (1954). *The Three Kingdoms. Volume 1.* Moscow: State Publishing House of fiction. (In Russian).

Qian, S. (1996). *Historical Notes. Vol. 7.* Moscow: Oriental Literature. (In Russian).

Sarakaeva, A.A. (2017). "Destroyer of kingdoms" and the consumer society. The image of Sishi in contemporary Chinese culture. *Journal of Frontier Studies*, 2(1), 65–82. (In Russian).

Yakushenkov, S. N., & Yakushenkova, O. S. (2012). The Body of the Barbarian: Constructing the Image of the Alien on the Chinese Frontier. *Caspian Region: Politics, Economics, Culture*, (4), 233–240. (In Russian).

南门太守 [South Gate Governor]. (2010). 南门太守。曹操秘史，第2部。 [The Secret History of Cao Cao. Volume 2] 北京 [Beijing]: 新世界出版社 [New World Publishing House]. (In Chinese).

吴晗 [Wu Han]. (2020). 吴晗。明朝锦衣卫东西厂。 [Brocade-clad retinue, the Eastern Palace and the Western Palace under the Ming Dynasty]. 北京 [Beijing]: 华文出版设 [Huawen Publishing House]. (In Chinese).

黄团元 [Huang, T. (2015). 黄团元。刘邦用人 [How Liu Bang used people]. 湖北 [Hubei]: 湖北人民出版社 [Hubei People's Publishing House]. (In Chinese).



K/J/C-POP AND IMAGES OF “ASIANNES” IN THE RUSSIAN INTERNET SEGMENT: WEBOMETRIC ANALYSIS

Olesya S. Yakushenkova¹ (a), Rastyam T. Aliev² (a)

(a) Astrakhan State University. Astrakhan, Russia.

Abstract

The article analyzes how some Far Eastern media are integrating into globalization processes, forming a unique situation and going far beyond the national media landscape. All this becomes possible because of the specifics of the "new" media, the distinctive feature of which is the feedback from users. If in "old" classical media, their main function was to transmit information, knowledge, and certain narratives, now in "new" media subject-object relations have radically changed. Thanks to the Internet and social networks, ordinary users are able to place their content, thus forming a certain agenda. Often, these messages find themselves in the top, i.e. get huge popularity, and become an integral part of the world content of interest to many users.

In this way, they have the opportunity to be quite active in shaping strong trends that affect the cultural and political landscape of many countries. At present, the fans of Korean pop groups are especially active, forming fan clubs not only in South Korea, but also in many countries: Thailand, Indonesia, the Philippines, the United States, Brazil, Malaysia, Japan, Mexico, Argentina, Vietnam, Singapore, Peru, Chile, Britain, France, Canada and Turkey. More than 6.1 billion tweets were dedicated to the K-pop tag in the social network Twitter in 2019.

The Russian Internet community is also under the strongest influence of K-pop music. It is the Korean mass culture (Korean doramas, popular music) are beginning to form a special interest in the Far Eastern culture, as previously did the J-pop – Japanese popular music.

Using webometrics – analysis of Internet queries in the search engine Yandex – the authors are trying to identify common trends in the formation of interest in Korean and other Far Eastern cultures.

Keywords

K-pop; doramas; webometrics; webometric analysis; Asian popular culture



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: zenthaya[at]gmail.com

2 Email: rastaliev[at]gmail.com



К/Ј/С-РОР И ОБРАЗЫ «АЗИАТСКОСТИ» В РОССИЙСКОМ СЕГМЕНТЕ ИНТЕРНЕТ: ВЕБОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Якушенкова Олеся Сергеевна¹ (а), Алиев Растям Туктарович² (а)

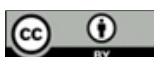
(а) Астраханский государственный университет. Астрахань, Россия.

Аннотация

В статье анализируется, как некоторые дальневосточные СМИ встраиваются в процессы глобализации, формируя уникальную ситуацию и выходя далеко за пределы национального медиаландшафта. Все это становится возможным из-за специфики функционирования «новых» медиа, отличительной чертой которых становится обратная связь с пользователями. Если в «старых» классических медиа их основной функцией была передача информации, знания, определенных нарративов, то теперь в «новых» медиа субъектно-объектные отношения коренным образом изменились. Благодаря Интернету, социальным сетям, и простые пользователи получают возможность размещать свой контент, тем самым формируя определенную повестку дня. Нередко эти сообщения оказываются в топе, т.е. приобретают огромную популярность, становятся неотъемлемой частью мирового контента, интересующего многих пользователей. Тем самым они получают возможность достаточно активно формировать четкие тренды, оказывающие воздействие на культурный и политический ландшафт многих стран. В настоящий момент особенно явно проявляют себя фанаты корейских поп-групп, образующие фанклубы не только в Южной Корее, но и во множестве стран мира: Таиланде, Индонезии, Филиппинах, США, Бразилии, Малайзии, Японии, Мексике, Аргентине, Вьетнаме, Сингапуре, Перу, Чили, Великобритании, Франции, Канаде и Турции. В социальной сети «Твиттер» в 2019 г. тегу К-рор было посвящено более 6,1 млрд твиттов. Российское интернет-сообщество также находится под сильнейшим влиянием К-рор музыки. Именно корейская массовая культуры (корейские дорамы, популярная музыка) начинают формировать особый интерес к Дальневосточной культуре, как это уже раньше делал J-рор – японская популярная музыка. С помощью вебометрики – анализа запросов в поисковике «Яндекс» – авторы пытаются выявить общие тенденции в формировании интереса к корейской и другим дальневосточным культурам.

Ключевые слова

К-рор; дорамы; вебометрика; вебометрический анализ; азиатская массовая культура



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: zenthaya[at]gmail.com

2 Email: rastaliev[at]gmail.com



ВВЕДЕНИЕ

Современные медиа – уникальное явление. Хотя различные издания (газеты и журналы), содержащие новости или аналитические обзоры специалистов, еще занимают важное место в нашей жизни, все большую роль начинают играть новые медиа, представляющие собой Интернет-платформы, позволяющие их пользователям размещать свой контент. В результате формируется многомиллионная сеть пользователей, имеющих возможность свободно выражать мнение и делиться информацией. Нередко эти сообщения оказываются в топе, т.е. приобретают огромную популярность, становятся неотъемлемой частью мирового контента, интересующего многих пользователей.

Если «старые» медиа несли свое мнение или свои ценности в массы, то теперь «новые» медиа предоставляют возможность стать «соучастником» или «производителем» особых новостей, мнений, аналитических обзоров и т.д. Они сами формируют определенные наборы ценностей, порой активно навязывая их окружающим.

Одним из самых обсуждаемых явлений 2019 г. в «Твиттере» оказался жанр современной музыки (и не только музыки) – К-рор. В социальной сети этому тегу было посвящено в общей сложности 6,1 млрд твиттов, больше всего – от жителей Таиланда, Южной Кореи, Индонезии, Филиппин, США, Бразилии, Малайзии, Японии, Мексики, Аргентины, Вьетнама, Сингапура, Перу, Чили, Великобритании, Франции, Канады, Турции и Тайваня¹ (Kim, 2020).

Будучи доступной почти в любой точке планеты социальной сетью с огромной аудиторией, «Твиттер» позволяет достаточно динамично отслеживать смену социального интереса. Нередким явлением в данной социальной сети является выход определенных тегов, связанных с К-рор в топы мировых трендов. По официальной статистике «Твиттера», самой обсуждаемой в мире группой 2019 г. были корейские музыканты BTS (Hutchinson), а один из самых популярных твиттов также связан с этой группой: 2,4 млн лайков и 1,5 млн обсуждений (Clarke). К-рор фанаты участвуют в различных флешмобах в «Твиттере». Трендинг² в соцсетях давно стал одним из самых простых и очевидных способов связаться с кумиром или по-

1 Хотя России в этом списке нет, у нас также достаточно часто отдельные теги выходят в топ-10 самых обсуждаемых тем.

2 Желая привлечь на себя внимание по той или иной причине фанатом договаривается размещать сообщения определенного содержания одновременно, сопровождая их тегами. При наличии достаточного количества людей эти теги быстро поднимаются в рейтинге и становятся видны для всех пользователей сети.



влиять на те или иные события. К примеру, 31 октября 2019 г. руководство группы Monsta X (Starship Entertainment) объявило о том, что один из участников группы покинет ее. Это решение фанаты группы не поддержали, начался длительный фанатский протест. Достаточно быстро была создана онлайн-петиция, которая собрала почти полмиллиона подписей, а сам протест вскоре перетек из сети на улицы городов: более 25 тыс. долларов потратили фанаты на оплату «протестного» заявления в виде рекламного щита на нью-йоркской Таймс-сквер (Morin, 2020).

Однако влияние К-рор фандомов не ограничивается рамками субкультуры. Особенно ярко это проявилось в свете движения #BlackLivesMatter, когда фанаты весьма специфично «боролись» с расистским контентом: использовали хештеги вроде #WhiteLivesMatter¹ для публикации фанкамов² с выступлениями корейский айдолов³, а также распространяли памятки о том, как накручивать просмотры в YouTube и выводить в мировые топы популярности теги, и т.д. Данные усилия не остались без внимания и официальных аккаунтов К-рор групп. Так, официальный аккаунт уже упомянутой группы BTS поддержал усилия фанатов по срыву расистских посланий в «Твиттере»: «Мы выступаем против расовой дискриминации. Мы осуждаем насилие. Вы, я и мы все имеем право на уважение. Мы будем стоять вместе #BlackLivesMatter» (Morse & Wong, 2020).

Фанаты К-рора также рассылали спам в виде все тех же фанкамов в приложение департамента полиции Далласа – в ответ на его просьбу в «Твиттере» предоставить видеозаписи «незаконной деятельности с протестов». Из-за чрезмерной активности фанатов департамент был вынужден временно отключить приложение (Lee A., 2020). К-рор фанаты внесли свой вклад и в политическую борьбу в период американских выборов 2020 г., устроив саботаж встречи Трампа с его сторонниками. Для этого они заказали билеты на мероприятие специально, чтобы в зале остались пустые места: для нее был забронирован стадион вместимостью 19 тыс. человек, а реальное количество посетителей составило всего 6 тыс. (Пользователи

1 Тег, появившийся как реакция на #BlackLivesMatter, использовался первоначально в основном для публикации контента расистского содержания.

2 Неофициальная запись выступления или иного события, сделанная фанатом.

3 Речь идет об артистах, которые могут быть одновременно певцами, танцорами, актерами и т.д. Как правило, они должны поддерживать определенный «невинный» имидж, включающий в себя отказ от романтических отношений и т.д. Утрата подобного имиджа может стоить карьеры.



Tik-Tok и фаны К-рор, 2020). Все это показывает, что фандомы давно уже не являются только частью досуга – они влияют на все сферы жизни.

ГИПОТЕЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Мы полагаем, что, благодаря современным медиа, границы между глокальным и глобальным все больше истончаются, оба явления подпитывают друг друга. Локальная массовая культура становится частью глобальной, что влияет на восприятие представителей определенных этносов. Чужой начинает рассматриваться через призму образа, рожденного массовой культурой. С нашей точки зрения, современная популярность локальных культур, определенных тенденций оказывает огромное воздействие на отношение к их представителям, что является частью «мягкой силы» стран-производителей коммерческих развлечений.

В новых медиа локальные бренды, отражающие, как правило, мировые тенденции, начинают выходить за узкие национальные рамки, выступая активной составляющей общих тенденций. В этих условиях мир оказывается в новой ситуации, когда национальное (в нашем случае – связанное с национальными культурами восточных стран) делается частью глобального культурного ландшафта. Специфичный национальный контент (у К-рор – музыкальный) оказывается интересен во всем мире людям, ни в коей мере не связанным этнически или территориально с потребляемой продукцией.

Все это говорит о том, что региональные медийные пространства все чаще становятся частью глобального медиа, их некоторые элементы в какой-то момент прекращают быть лишь национальным явлением. Почитателем той или иной музыкальной группы или фильма за рубежом оказывается во много раз больше, чем на родине, где была создана эта медийная продукция. И здесь очень важен еще один феномен – почитатели или фанаты, объединенные вокруг своих кумиров, перестают быть лишь поклонниками или последователями, они начинают транслировать в мир новые идеи, влиять на медийные, культурные и даже политические процессы в различных странах. Из символической «мягкой силы» они превращаются в силу реальную, способную оказывать воздействие на происходящее.

Эти «новые волны» в последнее время приходят из таких восточных стран как Япония, Китай и Корея. Можно предположить, что скоро наступит момент, когда к этой тройке присоединятся и



другие страны, сделав свое медийное пространство частью глобального. Но в данном исследовании нас будут интересовать именно эти три страны. Учитывая их возрастающую роль в глобальной экономике, следует предположить, что повышается и значимость их медиаландшафта. В результате формируется некое единое пространство, которое перестает быть национальным или глокальным.

Следовательно, наш медиаландшафт заполняется новыми типами, берущими свое начало в культуре указанных стран. Все это приводит к тому, что мы начинаем «пристально всматриваться» в образ Чужого, стремимся его социализировать, хотя бы на уровне знания о нем. Что заставляет обратиться к его пристрастиям, увлечениям и привычкам. Не удивительно, что наибольший интерес вызывает внешний вид и сексуальность Чужого – как признаки, чаще всего используемые для маркировки инаковости (Якушенков, Романова & Якушенкова, 2011; Якушенкова, 2014).

Учитывая определение медиаландшафта как «большого и сложного репертуара образов, нарративов и этноландшафтов» (Appadurai, 1990, p. 296), мы склонны полагать, что именно образы этих глокальных медиаландшафтов усваиваются глобальным потребителем легче всего. Так как визуальные дискурсы гораздо доступнее вербальных, которые зачастую, наоборот, оказываются своеобразным барьером на пути восприятия чужих медиа. Такое соотношение визуального / вербального позволяет предположить, что первый аспект прежде всего актуализируется в иноэтническом медиаландшафте. Эта востребованность, выраженная в поисковых запросах относительно различных аспектов инаковости, будет свидетельствовать о действенности образов чужого медиаландшафта.

СТЕПЕНЬ ИЗУЧЕННОСТИ ПРОБЛЕМЫ

Вопрос влияния азиатской массовой культуры¹ рассматривался многими исследователями. Особенно часто он поднимался в связи с К-рором. К-рор или халлю (корейская волна) – термин, в первую очередь относящийся к корейской популярной музыке и сопутствующим ей элементам. Как явление он зарождается в 1990-е годы. Од-

1 Мы осознаем некорректность данного обобщения. Однако в рамках российской (да и не только) культуры можно наблюдать размывание границ увлечения: одни и те же люди могут интересоваться одновременно корейской, китайской и японской музыкой, сериалами и т.д. К тому же, специфика продвижения некоторых корейских / китайских / японских исполнителей зачастую затрудняет возможность однозначного определения его (ее) как К-рор / J-рор. Достаточно часто корейские музыканты для продвижения в Японии начинают выпускать контент уже на японском языке, переходя из разряда К-рор в J-рор, и т.д. Аналогичным образом в Южной Корее могут продвигаться вокалисты и КНР, и других азиатских стран.



ной из главных причин его появления стала реакция на экономический кризис и перевод инвестиций в сферу массовой культуры. Очень быстро это явление преодолевает границы Южной Кореи и начинает влиять на культуру близлежащих стран (благодаря чему и получает название). В России оно также достаточно популярно. К примеру, в социальной сети «ВКонтакте» насчитывается 27 сообществ (с аудиторией от 500 тыс. до 100 тыс. человек), посвященных только корейской группе BTS; аудитория сообщества, позиционирующего себя как фан-клуб другой популярной группы, Ехo, насчитывает на ноябрь 2020 г. 336 142, а фан-клуб и фансаб¹ группа EXO (엑소) • EXO-LIGHT • FSG – 130 074 участника.

Учитывая такое стремительное распространение по миру, К-рор не мог остаться вне поля зрения ученых. Особенно часто он изучается в связи с влиянием на различные культуры (за пределами Южной Кореи)². Отдельный интерес для нас представляет работа Хана У Пака и Шанат Варгас Меа (Vargas Meza & Park, 2015), сделавших вебметрический анализ постов в «Твиттере» в испаноязычных странах Латинской Америки. Исследователи пришли к выводу, что только 0,1 % всех анализируемых постов обсуждает физическую привлекательность айдолов. Иными словами, внешность исполнителей не является главным фактором их популярности в Латинской Америке (Vargas Meza & Park, p. 19).

Надо отметить, что К-рор – отнюдь не единичное явление, поскольку существуют аналогичные: J-рор (японская поп-музыка), С-рор, включающий кантопоп (НК-рор – гонконгская поп-музыка, песни на кантонском языке), М-рор (Mandopop – мандо-поп³) и т.д. Им также посвящено достаточное количество зарубежных исследований (Moskowitz, 2009; Jian, 2019; Chen S.-W., 2019; Chen S.-W., 2011). Есть работы по сравнительному анализу этих явлений (Yeo, 2018; Lee G., 2019; Parc & Kawashima, 2018).

-
- 1 Фансаб-сообщества занимаются любительским переводом контента, связанного с определенными темами. Они могут совмещаться с фанклубами и переводить интервью, видео и иные материалы, связанные с какими-то конкретными музыкальными группами, либо специализироваться на переводе с какого-либо определенного языка (бесплатно или платно).
 - 2 В российской науке этой теме касались не так много исследователей. Есть ряд специализирующихся на конкретной теме ученых (Тарасов, 2018), но чаще проблемы рассматриваются в общих чертах (Титкова, 2020; Летина & Логинова, 2017; Ткачук, 2019). Поэтому вопрос влияния именно корейской массовой культуры на российскую пока нельзя считать достаточно изученным.
 - 3 Термин восходит в европейской варианту названия китайского языка – mandarin, который практически не используется в русскоязычной литературе.



Раньше, чем К-поп, в Россию проникает J-поп (и J-rock¹). Происходит это благодаря росту популярности японской мультипликации (аниме). Саундтреками к аниме-сериалам и мультфильмам являлись песни вышеупомянутых жанров. Аниме вообще достаточно сильно повлияло на интерес подрастающего (и не только) поколения к Японии, принес с собой множество сопутствующих элементов. Истории проникновения аниме и манги в российское культурное пространство посвящена работа Ю.А. Магеры (2018). А.М. Рябина, проведя анализ текстов российских СМИ, приходит к выводу, что фандом в России достаточно сильно стигматизирован, при этом косплей, долгое время ассоциирующийся исключительно с японской массовой культурой, является одной из наименее отвергаемых форм участия. Автор отмечает, что читатели российской прессы достаточно часто сталкиваются в статьях с описанием инаковости фанатов аниме и косплееров, а косплееры оказываются для журналистов «на лицо ужасными, но добрыми внутри» (Рябина, стр. 116).

Массовая культура является частью «мягкой силы», позволяющей постепенно распространять свое влияние на другие государства. Российский исследователь Д.А. Тарасова (2019) отмечает, что «цензура – и приспособленность Китая к ней – мешает китайской поп-культуре привлекать и влиять на западную аудиторию» (там же, стр. 164), а

«приверженность китайцев традиционной конфуцианской культуре в данном контексте не играет им на руку, усложняя производство броского контента» (там же, стр. 168).

С этой точкой зрения достаточно сложно согласиться, особенно в последние годы. Китайский масс-контент все активнее отвоевывает пространство: новости о выходе китайских мультсериалов поднимаются в топ самых обсуждаемых тем и в российском «Твиттере»², китайские блогеры завоёвывают западную аудиторию, а «Нетфликс»³ покупает права на показ китайских дорам.

1 В японской традиции речь идет скорее не о музыкальном жанре, а о степени популярности музыки: группа может играть в жанре, выходящем за рамки поп-музыки в западном представлении, но при этом продаваться в магазинах как представители J-поп.

2 К примеру, тег #tgcф, посвященный выходу китайского мультсериала, поднимался на пятое место актуальных тем в России (согласно статистике ресурса (Get day trends, 2020)).

3 Американский стриминговый сервис.



МЕТОДЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

В основу нашего исследования легла вебометрика. Под этим понимается

«изучение веб-контента с использованием преимущественно количественных методов для достижения целей исследований в области социальных наук и с использованием методов, не характерных для области исследований» (Thelwall, p. 6).

Основным алгоритмом стал анализ всех поисковых запросов по исследуемым этносам (китайцы, корейцы, японцы) в поисковой системе «Яндекс» на предмет вычленения тем, имеющих отношение к внешнему облику и сексуальности. Для получения доступа к базе основных запросов использовался сервис «Яндекс. Подбор слов» (<https://www.wordstat.yandex.ru>), показывающий общее количество отображений ключевых слов в месяц. Сервис также дает возможность отследить временную динамику: повышение и спад интереса к тем или иным темам.

Для анализа мы использовали как конкретный запрос «этнос» (*китайцы, японцы, корейцы* и т.д.), так и вариативные (*китайцы носят* и т.д.). Выборка этносов была обусловлена как темой исследования, так и фактом повышенной популярности медиаландшафта этих стран в нашей стране (музыка, художественные фильмы и т.д.). В отдельных случаях для компаративного анализа мы прибегали также к отслеживанию запросов, связанных с иными этническими группами.

Образ иных этнических групп анализировался через призму концепта «Чужой», при этом мы исходили из идеи, что образ Чужого строится из трех главных маркеров: алиментарности, вестиментарности и сексуальности. Данная работа является продолжением глобального исследования, проводимого нами на протяжении нескольких лет¹, это дало возможность сопоставить статистику 2020–2019 гг. со сведениями по предыдущим годам.

АНАЛИЗ ЗАПРОСОВ

Первым этапом нашей работы стал анализ наиболее популярных запросов по каждому этносу. Как видно из таблицы 1, наибольший интерес у пользователей в 2020 г. вызывают китайцы, за ними следуют японцы и корейцы, причем отрыв в запросах достаточно внушительный. Следующий пункт запросов общий в связи

1 См. (Алиев & Якушенкова, 2018; Алиев Р. Т., 2018).



со всеми этносами и касается сексуальности; как видно из таблицы, большинство запросов связано именно с сексуальностью Чужого. Пользователей интересует внешний вид корейцев («красивые корейцы», «корейцы фото» и т.д.). В отношении китайцев повторяется запрос «почему?..» («почему китайцы пьют» (1 792) + «горячую воду» (1 580) + «постоянно» (1 511)). Похожий запрос встречается в связи с корейцами (5 127, с популярным «почему корейцы едят» – 506) и японцами (6 888, с частотным «почему японцы едят» – 344 запроса).

1	китайцы	445 060	японцы	306 377	корейцы	256 032
2	порно китайцы	24 179	порно японцы	36 560	секс корейцев	27 593
3	китайцы суть	19 375	секс японцев	17 841	порно корейцы	26 083
4	китайцы видео	15 469	видео японцев	8 806	корейцы геи	24 682
5	секс китайцев	15 439	японца фильм	7 712	корейцы парни	12 601
6	про китайцев	15 206	почему японцы	6 888	гей порно корейцы	11 776
7	почему китайцы	13 483	японцы геи	5 882	русские корейцы	9 602
8	китаец фильм	10 084	про японцев	5 772	секс геев корейцев	8 577
9	год китайцев	9 815	смотреть японца	5 468	красивые корейцы	8 532
10	сколько китайцев	9 160	японец трахает	5 446	корейцы фото	8 432

Таблица 1. Общая статистика по запросу «этнос» (данные к ноябрю 2020)

Отметим, что наблюдается рост общего количества запросов по этим этносам по сравнению с предыдущими годами¹.

Следующим этапом стал анализ запросов типа «китайский», т.е. подсчитывались прилагательные. Запрос «китайский» больше всего привлекал в связи с языком², а вот «японский» и «корейский»

1 По данным на сентябрь 2019 г.: китайцы – 362 285, японцы – 227 848, корейцы – 196 116.

2 По таблице виден интерес к слову «серый» на китайском языке: для русского уха оно звучит как омоним к русскому нецензурному слову из трех букв.



– в контексте влияния массовой культуры. Пользователей сети ин-тересовала корейская косметика, дорамы, фильмы и только потом – язык.

1	китайский	6 227 742	корейская косметика	304 367	японское порно	895 991
2	китайский язык	246 679	корейских дорам	219 417	японский секс	280 567
3	сера + на китайском	222 870	корейские фильмы	214 952	японские кроссворды	232 240
4	купить китайский	199 904	корейские дорамы	210 870	японские фильмы	196 690
5	+ как + будет птица + по-китайски	175 091	корейские сериалы	195 436	японский онлайн	180 729
6	китайские фильмы	166 222	корейский язык	146 527	купить японский	153 544
7	китайское порно	166 143	корейские салаты	144 301	японские шоу	125 273
8	+ как + будет сера птица + по-китайски	156 628	корейское порно	140 068	японский без	125 236
9	+ как + будет + по-китайски серая птица	156 589	корейская морковь	133 704	японские имена	124 824
10	китайский год	146 978	смотреть корейские	124 060	японская война	118 467

Таблица 2. Общая статистика по запросу «китайский», «корейский», «японский» (к ноябрю 2020)



Вне сомнения, особое внимание вызывает сексуальность Чужого. В таблице 3 представлено процентное соотношение запроса «порно». Как видно, за год общее количество запросов по этносам увеличилось, как увеличился и спрос по фразам «китайцы» + «порно», «корейцы» + «порно».

	Китайцы	Японцы	Корейцы
Общее количество запросов по этносу (сент. 2019 г.)	362 285	227 848	196 116
Запрос «порно» (сент. 2019 г.)	16 468	28 702	17 540
Процент от общего числа (сент. 2019 г.)	4,55 %	12,6 %	8,94 %
Степень популярности запроса (сент. 2019 г.)	Первый по популярности	Первый по популярности	Первый по популярности
Общее количество запросов по этносу (на ноябрь 2020 г.)	445 060	306 377	256 032
Запрос «порно» (на ноябрь 2020 г.)	24 179	36 560	26 083
Степень популярности запроса (на ноябрь 2020 г.)	Первый по популярности	Первый по популярности	Второй по популярности ¹
Процент от общего числа (на ноябрь 2020 г.)	5,43 %	11,93 %	10,19 %

Таблица 3. Процентное соотношение и степень популярности запроса «порно»

Может показаться, что интерес к сексуальности Чужого-японца несколько снизился, однако, если мы попробуем переформулировать запрос по форме «этнос (прил.) + «порно»», то получается несколько иная картина. Для наглядности представляем ее в виде графика.

Вообще, наиболее популярный запрос «этнос (прил.) + «порно»» – русское порно (17 724 446 на 2019 г. и 26 089 650 на начало ноября 2020 г.). Самыми популярными «производителями» порно

¹ Уступает запросу «секс» (27 593).



других этносов оказываются японцы, чехи (409 851) и американцы (205 910). Однако именно в случае с японцами наблюдается заметный интерес на грани с объективацией (к примеру, запросы «порно японки» и т.д.¹).

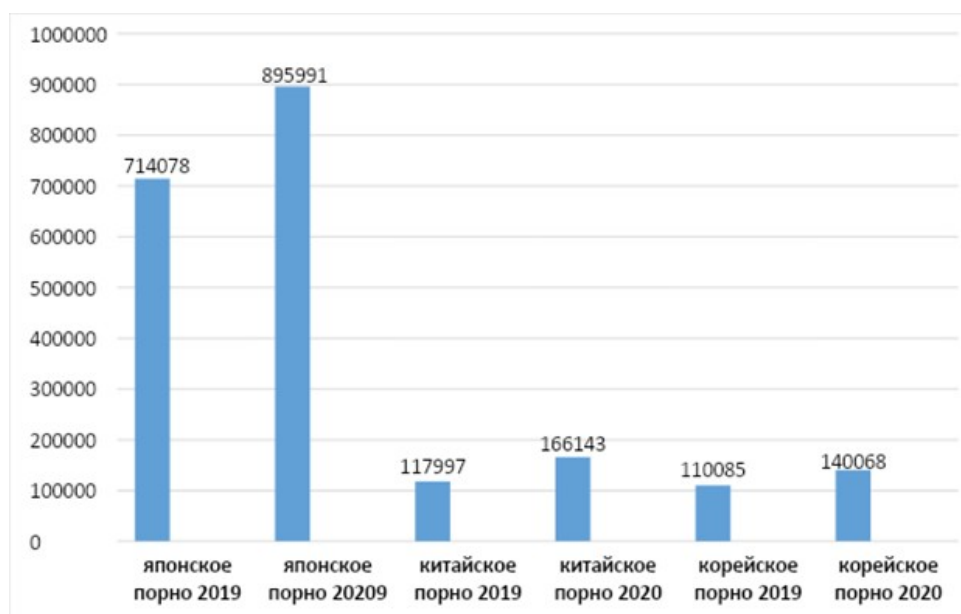


График 1. Количество запросов в месяц «прил. + “порно”»

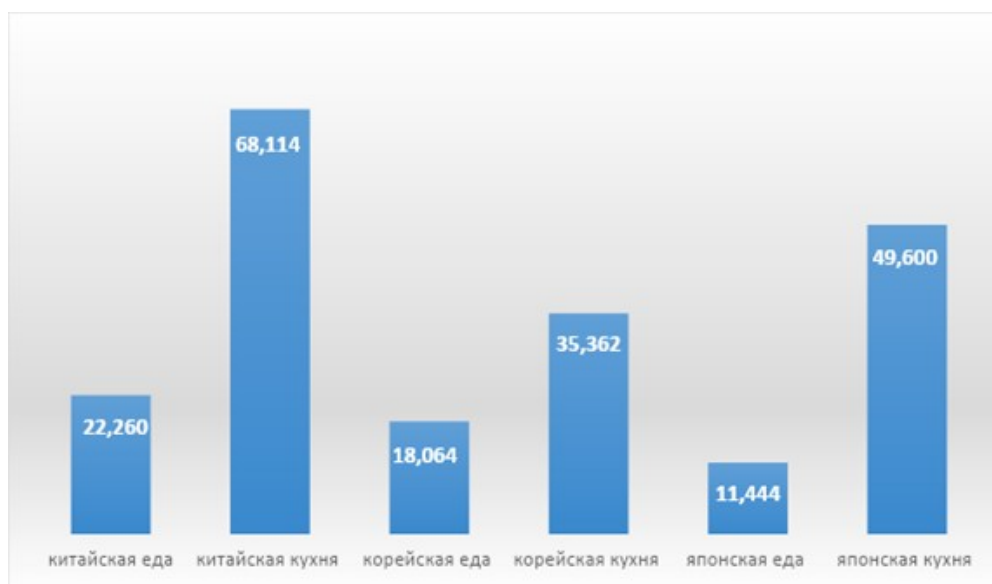


График 2. Количество запросов в месяц («прил. + “еда” + “кухня”»)

1 По сравнению с другими обозначенными группами. Если анализировать вообще запросы про порно, можно отметить также сексуальный интерес российских пользователей к негритянкам и мулатками, хотя он проявляется несколько меньше, чем к японкам.



Как видно из таблиц выше, следующим важным аспектом, вызывающим интерес пользователей, является алиментарность. Для прослеживания количества запросов мы использовали две формулировки «этнос (прил.) + “еда”» и «этнос (прил.) + “кухня”» (График 2). Необходимо отметить, что в наших предыдущих исследованиях было выявлено, что пользователи, обращающиеся за помощью к поисковым системам, не всегда четко отделяют границы одной алиментарной культуры от другой (Алиев & Якушенкова, 2018). При этом, наиболее «Чужими» в предыдущие годы оказывались китайцы (хотя в 2019 г. эта чужесть несколько снизилась, поскольку почти исчезли каннибалистические маркеры¹). Интерес к алиментарной культуре китайцев значительно возрос на фоне пандемии: максимальный всплеск приходится на период с января по апрель 2020 г. (количество обращений по запросу «китайцы едят» увеличилось более чем в 3 раза²), тогда как количество обращений по аналогичному запросу о корейцах и японцах в этот период оставалось в пределах нормы.

Больше всего пользователей интересуют рецепты, а также способы доставки еды и места, где можно попробовать ту или иную кухню. Выделяются два города, где интерес к китайской кухне наиболее выражен, – Хабаровск и Владивосток.

Интерес к вестиментарности Чужого (в узком смысле, как к одежде), как показывает общий анализ запросов, присутствует в гораздо меньшей степени, чем к сексуальности Чужого или его алиментарной культуре. К примеру, комбинация «“японцы” + “носят”» позволила нам получить такую статистику запросов (см. таблицу 4).

Как видим, количество запросов незначительное. Несильно изменилась ситуация и в 2020 г. Примерно такая же картина видна при запросе «“японцы” + “одежда”» (843 запроса за анализируемый период 2019 г., демонстрирующие как интерес к национальной одежде, так и формулировки вроде «японцы порно в одежде»). Отдельно стоит отметить наличие таких запросов, как «костюм японца» в варианте одежды для праздника / карнавала и зеркальное «японцы оделись русскими на хеллоуин»³.

1 Данное заявление справедливо для исследуемых месяцев. На фоне распространения новостей про коронавирус запрос «китайцы едят младенцев» в ноябре 2018 г. насчитывал только 73 обращения, в феврале 2020 г. – уже 1 324.

2 В декабре 2019 г. было 11 138 обращений, в январе – 30 039, а в феврале – 46 414. В последующие месяцы это число значительно снизилось и к октябрю составило 12 895.

3 Запрос, встречавшийся в 2019 г. Относится к распространившейся в русской сети Интернет серии фотографий.



1	японская кухня	48 378	китайская кухня	65 993	корейская кухня	33 947
2	японская кухня рецепты	8 709	китайская кухня рецепты	13 238	корейская кухня рецепты	10 569
3	ресторан японской кухни	4 336	китайская кухня доставка	8 437	корейская кухня рецептов ¹	3 590
4	японская кухня рецептов	3 131	китайская кухня рецептов	4 828	рецепты корейская кухня рецептов	3 534
5	блюда японской кухни	3 108	рецепты китайская кухня рецептов	4 772	ресторан корейской кухни	2 655
6	японская кухня рецепты рецептов	3 071	ресторан китайской кухни	4 201	блюда корейской кухни	2 337
7	японская кухня доставка	1 732	китайская кухня хабаровск	3 644	корейская кухня фото	1 499
8	икра японской кухни	1 660	китайская кухня владивосток	3 166	корейская кухня рецепты + с фото	1 405
9	японские ножи + для кухни	1 633	кафе китайской кухни	2 911	корейская домашняя кухня	1 362
10	рыба японской кухни	1 442	блюда китайской кухни	2 621	корейская кухня доставка	1 313

Таблица 4. Запросы «этнос (прил.) + “кухня”» на ноябрь 2020 г.

1 Мы оставили неизменной формулировку пользователей сети.



Запрос	Количество запросов в месяц (статистика за ноябрь 2019 г.)
почему японцы носят	207
японцы носят маски	170
почему японцы носят маски	116
+ что носят японцы	62
почему японцы носят маски + на лице	61
зачем японцы носят маски	43
зачем японцы носят медицинские маски	19
какую одежду носят японцы	14
какие часы носят японцы	12
зачем японцы носят маски + на лице	11
почему японцы носят маски + на улице	7
японцы создали программируемые носимые роборуки	6
почему японцы + не носит трусов	5
почему японцы носят медицинские маски	5
Сумма запросов	738

Таблица 4. Статистика по запросу «японцы» + «носят»

Похожая ситуация обстоит с формулировкой «китайцы...» – здесь также интерес к маскам, т.е. к вестиментарным паттернам Чужого, отличающим его от «нас»¹. Запросы «китайцы» + «носят» можно свести до таких ведущих признаков: маски, повязки, очки, обручальные кольца. Аналогично «корейцы» + «носят» включает: маски (черные, на пол-лица) и обручальные кольца.

Общую ситуацию со статистикой «этнос + «одежда» / «этнос + «национальная одежда»» мы отразили на графике ниже. Больше всего интерес вызывает вестиментарное поведение корейцев. Запрос «корейцы» стоит отдельно от запросов, связанных с китайцами и японцами, у которых количество обращений почти одина-

1 Это было справедливо до пандемии, хотя и сейчас основные запросы по всем трем этносам относятся к маскам.



ковое. На наш взгляд, это отличие связано с влиянием К-рор на восприятие корейской культуры. Наибольший же интерес пользователи проявили к национальной одежде японцев. Отдельно стоит отметить достаточно низкий процент внимания к национальной одежде корейцев (на ноябрь 2020 г.). Если в связи с китайцами и японцами национальная одежда – второй по популярности запрос, то наиболее частые запросы в связи с корейцами на данный период: «одежда корейцев-парней» (403), «корейцы без одежды» (255), что, на наш взгляд, тоже связано с влиянием массовой культуры.

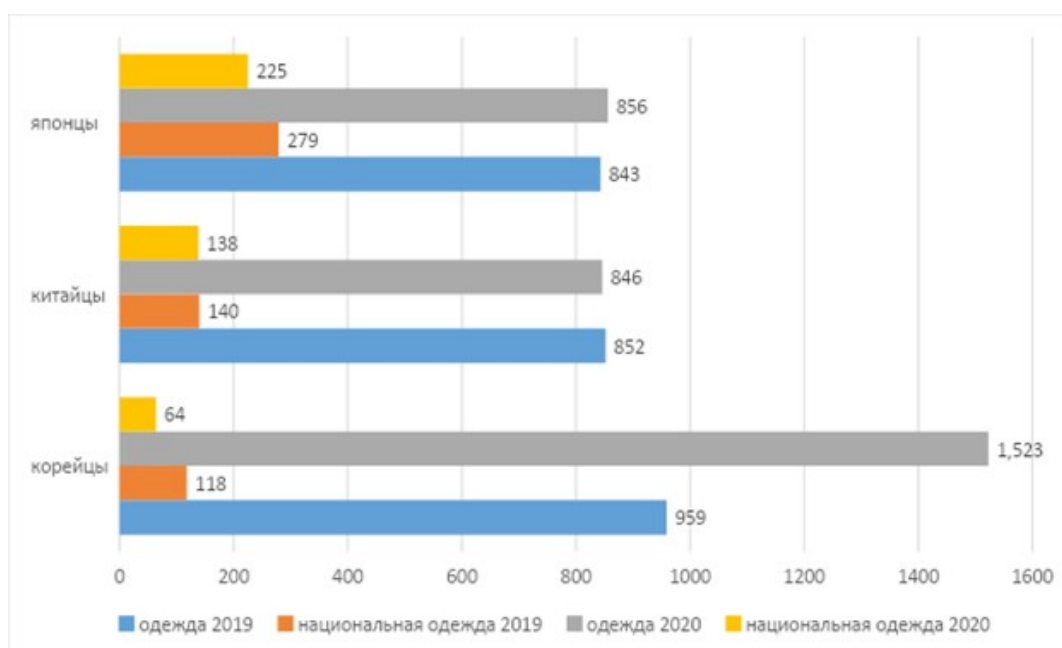


График 3. Количество запросов «этнос + “одежда”» в месяц

Иную картину наблюдаем при изменении запроса и использовании формулы «этнос (прилагательное) + “одежда”». На наш взгляд, подобные формулировки, в отличие от использованной выше, отражают не столько внимание к вестиментарному поведению Чужого, сколько интерес к приобретению указанной одежды: зачастую пользователи ищут способы покупки, конкретные бренды, размерную линейку и магазины, т.е. в данном случае Чужой выступает как потенциальный источник полезного ресурса.

Как видно ниже (график 4), такие запросы гораздо чаще вводятся пользователями. Но, как и в случае с исследованием сексуальности, наиболее интересным объектом в собственных глазах оказываемся мы сами. Количество обращений с запросом «русская оде-



жда» значительно превышает обращения по исследуемым группам¹. В случае с запросами о корейской, японской одежде наблюдаем почти одинаковые числа, хотя корейская одежда вызывает больший интерес в 2020 г..

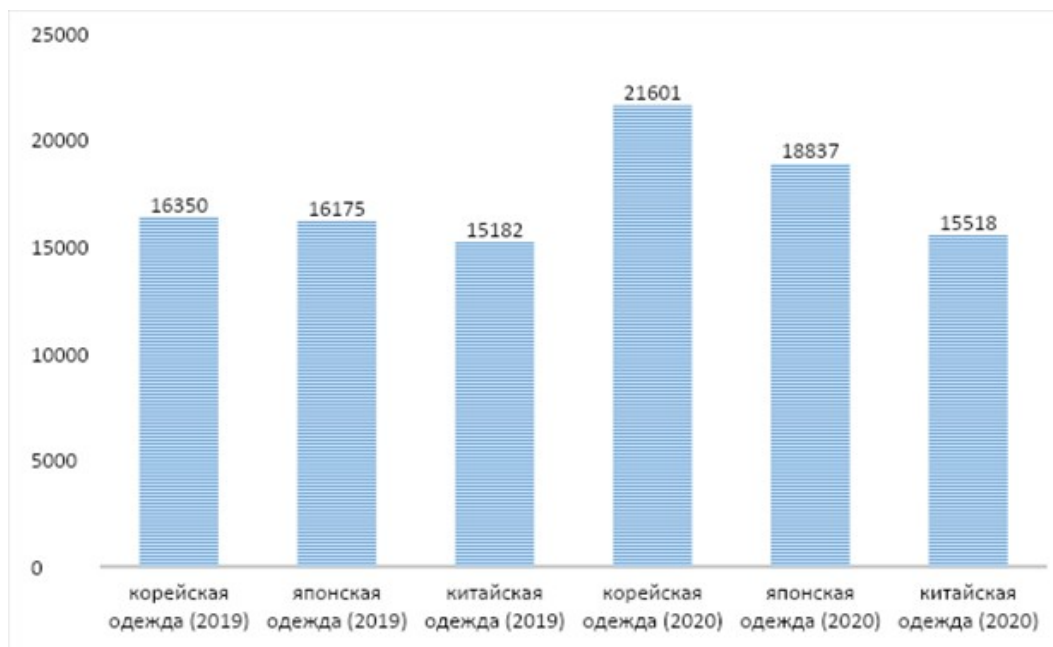


График 4. Количество запросов «этнос (прил.) + «одежда»» в месяц на ноябрь 2019 / ноябрь 2020 г.

Следующая достойная внимания формулировка – «голые». Как видим из графика по данным ноября 2019 г., лидируют по количеству обращений запросы о китайцах (1 932). Если говорить о процентном соотношении, то на первый план выходят запросы о корейцах (1 675, приблизительно 0,8 %), а формулировки о китайцах и японцах (1 318) составляют 0,51 % на каждую группу. С помощью подобных запросов пользователи ищут как порнографические материалы, так и способы удовлетворить любопытство к телу обнаженного Чужого². Изменяя слово на прилагательное в женском роде, получаем несколько иную картину: чаще всего употребляют словосочетание «голые японки» (61 621), за ними следуют «голые

1 Однако стоит отметить, что абсолютным лидером по количеству обращений и в 2019 г., и в 2020 г. оказалась белорусская одежда.

2 Из-за специфики формулировки пользователями данный запрос применяется к поиску фотографий голых и мужчин, и женщин. Относительно корейцев, японцев этот запрос чаще уточняется словами, указывающими на то, что пользователей интересуют именно мужчины, а касательно китайцев интерес распределяется примерно поровну.



китайки» (21 393) и «голые корейки» (12 044)¹. Эти показатели подтверждают наши наблюдения о повышенном интересе к японкам².

Иными словами, людей интересует не только и не столько одежда во внешности Чужого. Значительный процент запросов связан с особенностями строения тела / внешности. Здесь, в первую очередь, стоит отметить оценочные суждения – запрос «этнос + “красивые”» («этнос + “милые”»). Для сравнения показателей мы приводим количество запросов по другим этносам (график 5).

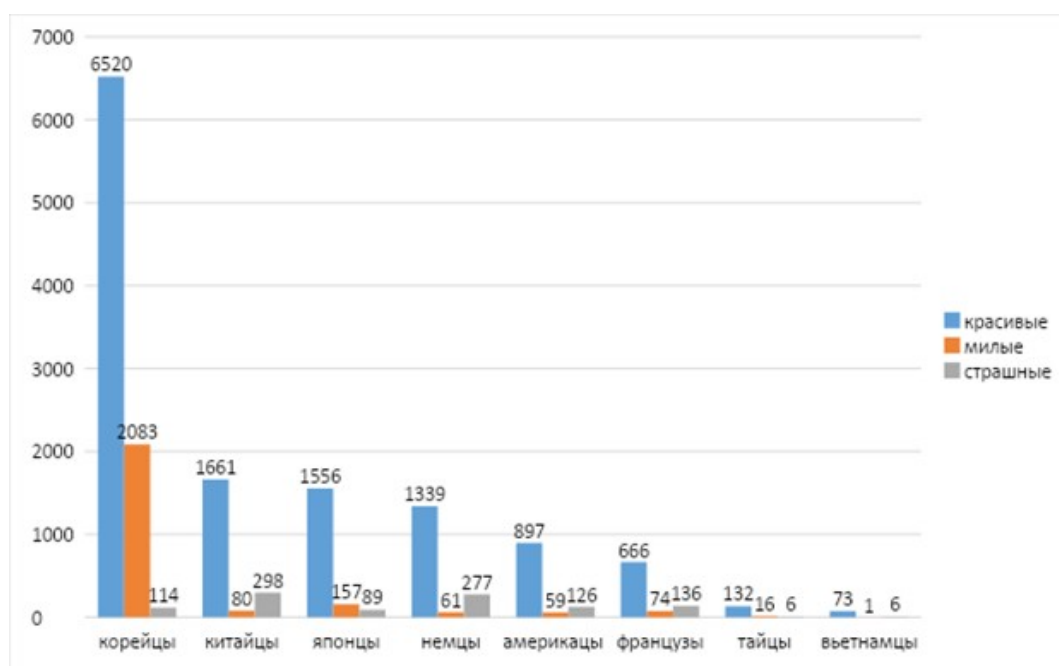


График 5. Количество запросов «этнос + “красивые” / “милые” / “страшные”» на конец ноября 2019 г.

Как видно из графика, наиболее красивыми считаются корейцы (3,04 % запросов на ноябрь, 3,26 % – на 1 декабря 2019 г.). Следом почти с одинаковым количеством формулировок следуют китайцы и японцы, однако, в отличие от корейцев, эти этносы реже считаются милыми, здесь мы наблюдаем значительный отрыв. Запрос «страшные» составляет 0,05 % от общего числа запросов, связанных с ними. К тому же наблюдается определенная тенденция к увеличению интереса: если на 1 ноября 2017 г. обращений было всего 1 829, то на 1 декабря 2019 г. – уже 7 024 (более тысячи приходится на

1 Данные на ноябрь 2020 г.

2 Играет важную роль гендер автора запроса. Голыми корейцами интересуются девушки, они одни из главных потребителей К-рора; для юношей это еще новая адресная группа.



запрос «красивые корейцы парни»), т.е. здесь также очевидно влияние массовой культуры. В случае с запросами о китайцах на ноябрь 2017 г. приходилось 825, на декабрь 2019 г. – 1 661, что составляет 0,44 % от общего количества обращений, а запрос «страшные» – 0,08 %. Статистика на ноябрь 2020 г. показывает увеличение обращений по запросам: «корейцы красивые» (8 582), «красивые китайцы» (2 548), «красивые корейцы парни» (1 748), «красивые японцы» (2 168), «красивые американцы» (1 413), «красивые французы» (938), «красивые тайцы» (182); и снижение: «красивые немцы» (1 028), «красивые вьетнамцы» (51). Как и с предыдущими формулировками, подобный запрос выражает в большей степени интерес к внешности Чужого-мужчины (в том числе сексуальный), но также может выражать интерес к чужой женщине (присутствуют уточнения: «красивые японцы девушки» и т.д.).

Интерес к Чужой женщине вообще гораздо заметнее выражен: значительно больше пользователей ищут материалы с «красивыми японками» и т.д. (см. график 6). В поиске с тегами «японки» и «китайянки» лидирует запрос-уточнение «порно»¹, а в поиске «корейянки» уточнение «красивые девушки корейянки». Запрос «страшные» почти не встречается, меньше всего он представлен в комбинации с тегом «корейянки».

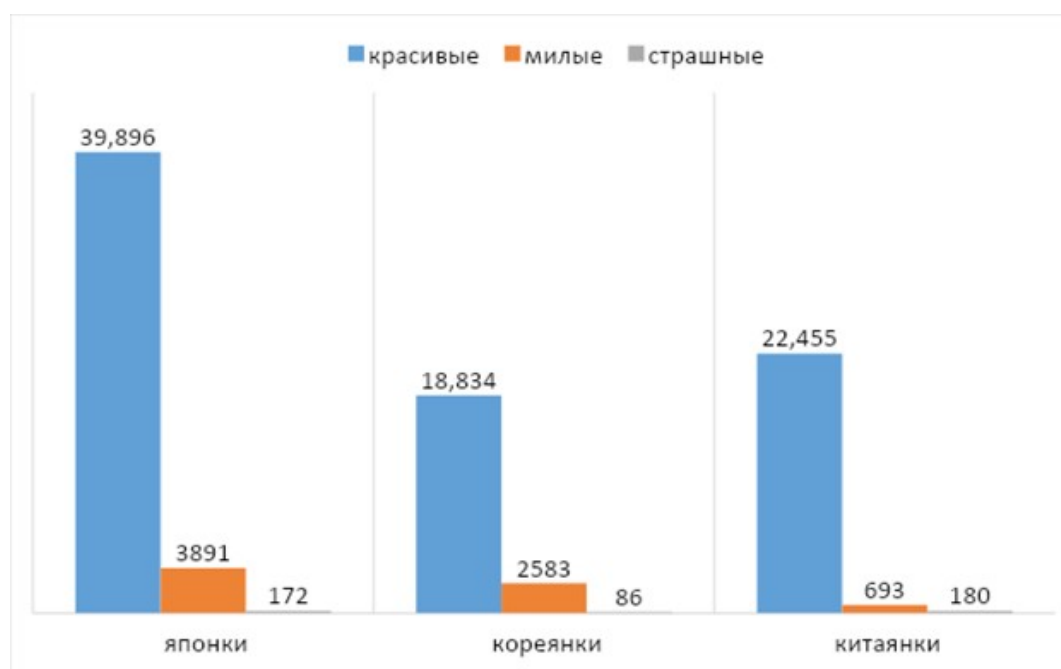


График 6. Статистика запросов «красивые / милые / страшные»

¹ Запросы: ««порно» + «с красивыми японками»» (5 631) и ««порно» + «с красивыми китайянками»» (3 094).



Отдельно, на наш взгляд, необходимо отметить вариант «как отличить китайцев, корейцев и японцев», напрямую отражающий интерес к внешности представителей дальневосточных культур. Подобные запросы сравнительно часто встречаются в различных вариантах, с упоминанием двух или трех этносов и иногда содержат уточнения (примеры представлены в таблице 5).

Запрос	Количество обращений (декабрь 2019 г.)
японец китаец кореец	2 675
корейцы японцы китайцы + как отличить	438
отличие китайцев + от японцев	382
+ как отличить японца + от китайца + и корейца	329
японцы китайцы + и корейцы отличия	292
японцы китайцы + и корейцы отличия	310
+ чем отличаются японцы + от корейцев	309
китайцы японцы корейцы различия	132
+ как различить корейцев японцев + и китайцев	78
китаец японец кореец вьетнамец	73
японец китаец кореец разница	59
тест кореец китаец + или японец	40
внешность китайцев корейцев + и японцев	40

Таблица 5. Статистика по запросу «как отличить» этнос»

Подобные запросы отражают интерес к представителям исследуемого нами региона. Подобное можно отметить и в отношении немцев, американцев, например, но в значительно меньшей степени (здесь чаще хотят узнать, как отличить Чужого от «нас»). Эти выводы коррелируют с результатами, которые полученными при анализе алиментарных запросов, когда три культуры – японская,



китайская и корейская – «размывались» в глазах российских пользователей, формируя образ некого универсального азиатского «Чужого».

Нередки запросы с упоминаниями частей тела. Отличительные особенности глаз часто ищут у всех азиатов, редко – у других (глаза китайцев – 1 678, японцев – 980, корейцев – 1 284, немцев – 34, американцев – 22). Характеристику других частей тела стараются найти, как правило, в связи с корейцами¹. К примеру: руки корейцев – 562, ноги – 319 (этот запрос част и в связке с японцами), прессы корейцев – 629 запросов (для сравнения, запросы «китайцы пресс» – 81, «японцы пресс» – 49). Налицо своеобразная «дефрагментация» тела Чужого. Знаменателен запрос «кореец без лица», встречающийся во множестве вариантов (таблица 6).

Запрос	Количество обращений (2019 г.)	Количество обращений (2020 г.)
кореец без лица	1 250	2 167
парни корейцы без лица	436	788
фото корейцев без лица	342	589
фото корейцев парней без лица	136	
пресс корейцев без лица	125	

Таблица 6. Статистика по запросу «без лица»

С помощью этой формулировки пользователи ищут фотографии для оформления аватарок / постов в социальных сетях, что, на наш взгляд, отражает стремление к идентификации себя с Чужим, причина которого видится во влиянии корейской массовой культуры на формирование образа *корейца* в сознании молодежи.

ВЫВОДЫ

Если суммировать полученные данные, следует отметить, что вестиментарность хоть и вызывает любопытство пользователей сети, гораздо больше их внимание привлекают телесные категории Чужого. Достаточно часто интерес носит сексуальный характер.

Все вышесказанное позволяет прийти к выводу, что медиаландшафт трех искомых стран вышел далеко за пределы национальных границ и увлекателен для многих пользователей сети Интернет. Популярность К-рор в последние годы породила в нашей

¹ Без учета гениталий: такие запросы встречаются в связи со всеми этносами.



стране интерес к этническим характеристикам ее носителей. Особую роль в этом процессе играют национальные образы, способные помочь познать носителей другой культуры. Их элементы перестают восприниматься в рамках региональной или этнической специфики, занимая свое место в международном культурном ландшафте.

Список литературы

- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7 (2–3), 295–310.
- Chen, S.-W. (2011). Exploring Mandopop through and beyond the Western Lens. *China Review International*, (18), pp. 18–22. Doi: 10.1353/cri.2011.0024.
- Chen, S.-W. (2019). Producing Mandopop in 1960s Taiwan. In E. Tsai, T.-H. Ho, & M. Jian (Eds.), *Made in Taiwan* (pp. 43–54). Routledge. Doi: 10.4324/9781351119146-4.
- Clarke, C. (2019, December 9). *Twitter's 2019 trends: what was most popular on twitter this year*. Retrieved October 25, 2020, from CBSnews: <https://www.cbsnews.com/news/twitters-2019-trends-what-was-most-popular-on-twitter-this-year/>
- Get day trends. (2020, November 15). Retrieved from Get day trends: <https://get-daytrends.com/russia/trend/%23tgcf/>
- Hutchinson, A. (2019, December 10). *Twitter Shares the Top Tweet Trends of 2019*. Retrieved October 25, 2020, from Social Media Today: <https://www.socialmediatoday.com/news/twitter-shares-the-top-tweet-trends-of-2019/568757/>
- Jian, M.-J. (2019). How Taiwanese Indie Music Embraces the World Global Mandopop, East Asian DIY Networks, and the Translocal Entrepreneurial Promoters. In E. Tsai, T.-H. Ho, & M. Jian (Eds.). Routledge.
- Kim, Y. (2020, January 17). *#KpopTwitter rises to the top with 6.1 billion global Tweets in 2019*. Retrieved November 01, 2020, from Twitter: https://blog.twitter.com/en_us/topics/events/2020/KpopTwitter-rises-to-the-top-with-6-1-billion-global-tweets-in-2019.html
- Lee, A. (2020, June 08). *K-pop fans are taking over 'White Lives Matter' and other anti-Black hashtags with memes and fancams of their favorite stars*. Retrieved October 29, 2020, from CNN: <https://edition.cnn.com/2020/06/04/us/kpop-bts-black-pink-fans-black-lives-matter-trnd/index.html>
- Lee, G. (2019). Faraway, So Close: Produce 48 and the Cultural-Industrial Collaboration between K-Pop and J-Pop. *The Korean Association for the Study of Popular Music*, 24, pp. 251–288. Doi:10.36775/kjpm.2019.24.251.
- Morin, N. (2020, September 16). *How Wonho & His Fans Saved Each Other*. Retrieved October 29, 2020, from Refinery29: <https://www.refinery29.com/en-us/2020/09/10014909/wonho-love-synonym-album-wenee-fans-interview>



- Morse, A., & Wong, Q. (2020, June 4). *K-pop stans take over racist hashtags on Twitter*. Retrieved October 29, 2020, from CNET: <https://www.cnet.com/news/k-pop-stans-take-over-racist-hashtags-on-twitter-bts/>
- Moskowitz, M. (2009). Mandopop under siege: Culturally bound criticisms of Taiwan's pop music. *Popular Music* (28), pp. 69–83. Doi: 10.1017/S026114300800161X.
- Parc, J., & Kawashima, N. (2018). Wrestling with or Embracing Digitization in the Music Industry: The Contrasting Business Strategies of J-pop and K-pop. *Kritika Kultura*. doi:10.13185/KK2018.03003.
- Thelwall, M. (2009). *Introduction to Webometrics. Quantitative Web Research for the Social Sciences*. Morgan and Claypool Publishers.
- Vargas Meza, X., & Park, H. W. (2015). La globalización de productos culturales: Un Análisis Webométrico de Kpop en países de habla hispana. *REDES – Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 1 (26). Doi: 10.5565/rev/redes.525.
- Yeo, K. (2018). A Comparative View of Cantopop, Japanese Pop and Mandopop: 20 Years of Political, Economic and Social Developments. In T. W. Lim, & T. Y. Kong (Eds.), *Studying Hong Kong* (pp. 255–263). World Scientific. Doi: 10.1142/9789813223554_0015.
- Алиев, Р. Т. (2018). Вестиментарные модели Воображаемого Чужого. *Журнал Фронтирных Исследований*, (4), 76–97. Doi: 10.24411/2500-0225-2018-10024.
- Алиев, Р. Т., & Якушенкова, О. С. (2018). Алиментарные модели воображаемого Чужого. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, (4), 160–166. Doi: 10.21672/1818-510X-2018-57-4-160-166.
- Летина, Н. Н., & Логинова, И. В. (2017). Idol как феномен современной корейской культуры. *Верхневолжский филологический вестник*, (3), 85–89.
- Магера, Ю. А. (2018). История появления первых японских комиксов на русском языке. *Японские исследования* (4), 6–23. Doi:10.24411/2500-2872-2018-10025.
- Пользователи Tik-Tok и фаны К-рор утверждают, что сорвали аншлаг на митинге Трампа. Как это возможно?* (2020, июня 22). Retrieved from BBC News Русская Служба: <https://www.bbc.com/russian/news-53132354>
- Рябинина, А. М. (2018). «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999–2017 года). *Артикульт*, 1 (29), 109–127.
- Тарасова, А. В. (2018). Понять, прочувствовать и присвоить: южнокорейский сериал «лунные влюбленные – Алые сердца: Корё» в обсуждениях русскоязычных зрителей. *Наука телевидения*, (14.4), 124–145.
- Тарасова, Д. А. (2019). Экспорт массовой культуры как слабое звено мягкой силы Китая. *Via in tempore. История. Политология*, 46 (1), 162–170.
- Титкова, Н. Е. (2020). К-рор как феномен современной массовой культуры. *Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования*, (5), 56–61.



- Ткачук, Д. В. (2019). Сексуальность в контексте современной популярной музыки. *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки*, 19 (1), 94–100.
- Якушенков, С. Н., Романова, А. П., & Якушенкова, О. С. (2011). «Гляжусь в тебя как в зеркало до головокружения», или протообразы тела Чужого в российском дискурсе. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, 1 (26), 189–195.
- Якушенкова, О. С. (2014). Образы сексуальности Чужого как фактор, маркирующий фронтальную гетеротопию. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, (3), 350–356.

References

- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. *Theory, Culture & Society*, 7 (2–3), 295–310.
- Chen, S.-W. (2011). Exploring Mandopop through and beyond the Western Lens. *China Review International*, (18), pp. 18–22. Doi: 10.1353/cri.2011.0024.
- Chen, S.-W. (2019). Producing Mandopop in 1960s Taiwan. In E. Tsai, T.-H. Ho, & M. Jian (Eds.), *Made in Taiwan* (pp. 43–54). Routledge. Doi: 10.4324/9781351119146-4.
- Clarke, C. (2019, December 9). *Twitter's 2019 trends: what was most popular on twitter this year*. Retrieved October 25, 2020, from CBSnews: <https://www.cbsnews.com/news/twitters-2019-trends-what-was-most-popular-on-twitter-this-year/>
- Get day trends. (2020, November 15). Retrieved from Get day trends: <https://get-daytrends.com/russia/trend/%23tgcf/>
- Hutchinson, A. (2019, December 10). *Twitter Shares the Top Tweet Trends of 2019*. Retrieved October 25, 2020, from Social Media Today: <https://www.socialmediatoday.com/news/twitter-shares-the-top-tweet-trends-of-2019/568757/>
- Jian, M.-J. (2019). How Taiwanese Indie Music Embraces the World Global Mandopop, East Asian DIY Networks, and the Translocal Entrepreneurial Promoters. In E. Tsai, T.-H. Ho, & M. Jian (Eds.). Routledge.
- Kim, Y. (2020, January 17). *#KpopTwitter rises to the top with 6.1 billion global Tweets in 2019*. Retrieved November 01, 2020, from Twitter: https://blog.twitter.com/en_us/topics/events/2020/KpopTwitter-rises-to-the-top-with-6-1-billion-global-tweets-in-2019.html
- Lee, A. (2020, June 08). *K-pop fans are taking over 'White Lives Matter' and other anti-Black hashtags with memes and fancams of their favorite stars*. Retrieved October 29, 2020, from CNN: <https://edition.cnn.com/2020/06/04/us/kpop-bts-black-pink-fans-black-lives-matter-trnd/index.html>



- Lee, G. (2019). Faraway, So Close: Produce 48 and the Cultural-Industrial Collaboration between K-Pop and J-Pop. *The Korean Association for the Study of Popular Music*, 24, pp. 251–288. Doi:10.36775/kjpm.2019.24.251.
- Morin, N. (2020, September 16). *How Wonho & His Fans Saved Each Other*. Retrieved October 29, 2020, from Refinery29: <https://www.refinery29.com/en-us/2020/09/10014909/wonho-love-synonym-album-wenee-fans-interview>
- Morse, A., & Wong, Q. (2020, June 4). *K-pop stans take over racist hashtags on Twitter*. Retrieved October 29, 2020, from CNET: <https://www.cnet.com/news/k-pop-stans-take-over-racist-hashtags-on-twitter-bts/>
- Moskowitz, M. (2009). Mandopop under siege: Culturally bound criticisms of Taiwan's pop music. *Popular Music* (28), pp. 69–83. Doi: 10.1017/S026114300800161X.
- Parc, J., & Kawashima, N. (2018). Wrestling with or Embracing Digitization in the Music Industry: The Contrasting Business Strategies of J-pop and K-pop. *Kritika Kultura*. doi:10.13185/KK2018.03003.
- Thelwall, M. (2009). *Introduction to Webometrics. Quantitative Web Research for the Social Sciences*. Morgan and Claypool Publishers.
- Vargas Meza, X., & Park, H. W. (2015). La globalización de productos culturales: Un Análisis Webométrico de Kpop en países de habla hispana. *REDES – Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 1 (26). Doi: 10.5565/rev/redes.525.
- Yeo, K. (2018). A Comparative View of Cantopop, Japanese Pop and Mandopop: 20 Years of Political, Economic and Social Developments. In T. W. Lim, & T. Y. Kong (Eds.), *Studying Hong Kong* (pp. 255–263). World Scientific. Doi: 10.1142/9789813223554_0015.
- Aliev, R. T. (2018). Vestimentary models of the Imaginative Other. *Journal of Frontier Studies*, (4), 76–97. Doi: 10.24411/2500-0225-2018-10024. (In Russian).
- Aliev, R. T., & Yakushenkova, O. S. (2018). Alimentary Models of the Imaginative Other Caspian Region: Politics, Economics, Culture, (4), 160–166. Doi: 10.21672/1818-510X-2018-57-4-160-166. (In Russian).
- Letina, N. N., & Loginova, I. V. (2017). Idol as a Phenomenon of Modern Korean Culture. *Verkhnevolzhsky Philological Bulletin*, (3), 85–89. (In Russian).
- Magera, Yu. A. (2018). The history of the first Russian language publications of Japanese comics. *Japanese Studies*, (4), 6–23. Doi:10.24411/2500-2872-2018-10025. (In Russian).
- Tik-Tok users and K-pop fans claim they blew off a full house at Trump's rally. How is that possible?* (2020, июня 22). Retrieved from BBC News Russian Service: <https://www.bbc.com/russian/news-53132354> (In Russian).
- Ryabinina, A. M. (2018). "Otaku attack": the Russian cosplay community in the media (based on articles from 1999-2017). *Articult*, 1 (29), 109–127. (In Russian).
- Tarasova, A. V. (2018). Understand, Feel, and Assign: South Korean series "Moon Lovers - Scarlet Hearts: Goryeo" in discussions among Russian-speaking viewers. *The Science of Television*, (14.4) 124–145. (In Russian).



- Tarasova, D. A. (2019). Mass Culture Exports as a Weak Link in China's Soft Power. *Via in tempore. History. Political Science*, 46 (1), 162–170. (In Russian).
- Titkova, N. E. (2020). K-pop as a modern mass culture phenomenon. *Medicine. Sociology. Philosophy. Applied research*, (5), 56–61. (In Russian).
- Tkachuk, D. V. (2019). Sexuality in the Context of Contemporary Popular Music. *Bulletin of South Ural State University. Series: Social and Humanitarian Sciences*, 19 (1), 94–100. (In Russian).
- Yakushenkov, S. N., Romanova, A. P., & Yakushenkova, O. S. (2011). "I look at you like in a mirror until I feel dizzy," or prototypes of the Alien body in Russian discourse. *Caspian Region: Politics, Economics, Culture*, 1 (26), 189–195. (In Russian).
- Yakushenkova, O. S. (2014). Images of Alien sexuality as a factor marking frontal heterotopia. *Caspian Region: Politics, Economics, Culture*, (3), 350–356. (In Russian).



GODS AND DEMONS, BEAUTIES AND ZOMBIES: THROUGH THE PAGES OF CHINESE EDUCATIONAL MAGAZINE “CULTURAL HERITAGE OF CHINA”

Elina A. Sarakaeva (a)

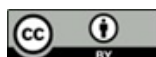
(a) Hainan College of Economics and Business. Haikou, China. Email: 2 689 655 292[at]qq.com

Abstract

This work reviews the Chinese cultural and mass-educational magazine “Cultural Heritage of China” going through several issues of the magazine - those of 2016, 2017 and 2020 years. The brief history of how the magazine was established and structured is given in the first paragraphs. Following are the reviews of the magazine’s issues about the vestimental culture of China, the sensitive question of borrowing elements of Chinese culture into the Japanese oral tradition, the history of state examinations. In the last part of the review I analyze the contents of the special issue on Chinese spirits and demons.

Keywords

magazine; China; Chinese; culture; “Cultural Heritage of China”; magazine issue



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



БОГИ И ДЕМОНЫ, ДЕВЫ И ЗОМБИ: ПО СТРАНИЦАМ КИТАЙСКОГО ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО ЖУРНАЛА «КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КИТАЯ»

Саракаева Элина Алиевна (а)

(а) Хайнаньский институт экономики и бизнеса. Хайкоу, Китай. Email: 2 689 655 292[at]qq.com

Аннотация

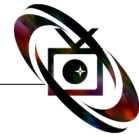
В статье приводится обзор китайского культурного и массово-просветительского журнала «Культурное наследие Китая», рассмотрены несколько выпусков журнала - за 2016, 2017 и 2020 годы. В первых абзацах представлена краткая история создания журнала и описана его структура. Далее приводится ревью номеров журнала посвященных вопросам китайской вестиментарной культуры, вопросам заимствования элементов китайской культуры в японскую устную традицию, истории государственных экзаменов, анализируются религиозные статьи о духах и демонах Китая.

Ключевые слова

журнал; Китай; китайский; культура; «Культурное наследие Китая»; выпуск журнала



Это произведение доступно по [лицензии Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



The Chinese cultural and mass-educational magazine “Cultural Heritage of China” was first published in December 2004, sponsored by the China Bookstore, co-organized by the State Administration of Cultural Heritage of China, the Ministry of Construction of the People's Republic of China and the Chinese National Commission for UNESCO. It publishes monthly issues on Chinese traditional culture. History, literature, fine arts, architecture, folklore are within the sphere of its publications. The magazine claims to concern itself “with the oral and intangible heritage of humanity”, but since it was first published in 2004 up to 2020 it has found no space for any other humanity other than the Chinese nation, so it would be more correct to disregard the world-wide claims and accept the magazine as introducing to the general Chinese-language reader some facts about Chinese culture.



Picture 1. “Cultural Heritage of China”. Issues of 2020. Cover images



Among its competitors “Cultural Heritage of China” is without any exaggeration the best of its kind. It is the first comprehensive systematic magazine in China, published by China National Geographic and Chinese Cultural Heritage Foundation and supported by World Natural and Cultural Heritage Foundation, China Folklore Photography Association and the Beijing Representative Office of UNESCO. Recently the magazine has been transformed from a collection of fragmented articles to a many-paged journal with beautiful coloured illustrations, perfect polygraph work and interesting contents.

The renewed magazine has organized influential contests such as “The Most Chinese Characters” and “The 100 Most Significant Archaeological Discoveries of Chinese Civilization”.

In February 2008, the magazine formally cooperated with National Geographic China and launched its first renewed issue (Issue 28-29, Feb-03, 2008) in the same month. The new slogan of the magazine is “Let the past illuminate the future, let history influence the present - we are here to share history and taste it together”.

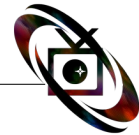
The magazine aims at:

- giving a historical perspective on China and the world;
- sharing with their readers the beauty of the humanities and exploring Chinese cultural treasures;
- providing an interesting reading for those who love history.

They introduce themselves as “an authoritative magazine that will never go out of date” and claim that “anything of value that happened yesterday is our content, any history that interests you is the subject of our attention”. They promise to enlighten and to uncover secrets. The high mission of “Cultural Heritage” is “to analyze the legacy of civilization and highlight the humanistic concern”. Again, the civilization mentioned here is no other than the Chinese civilization, which in itself is quite enough for any periodical.

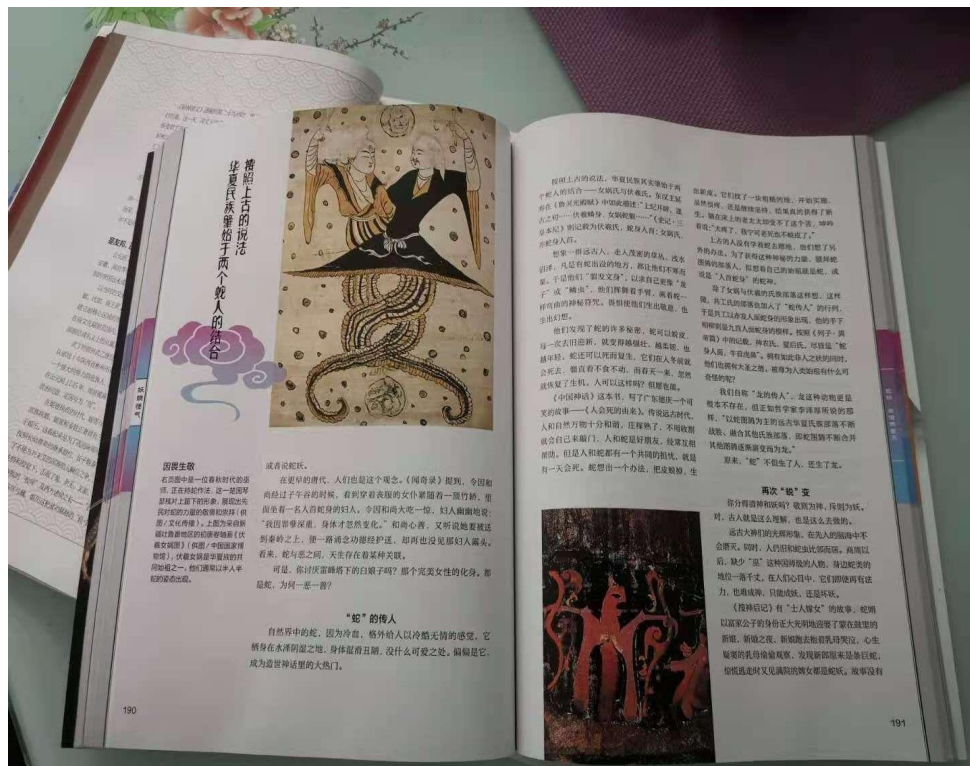
“Cultural Heritage” also serves as an important channel of communication between China's heritage sites, prospective World Heritage sites and UNESCO.

The magazines earned all sorts of praises and general acclaim all over China, it enjoys only positive reviews from critics and readers. The critic, who writes for “Planet Geographic Quest” under the pseudonym *The King of National Geography* appraised the magazine with the following remark: “The value of the magazine’s content lies firstly in the fact that their exclusive and deep content can be commercialized, they can cooperate with



other periodicals.....It is priceless, because it reveals the spiritual force that contributed to our success over the past 5,000 years, and is the reason why we are Chinese” (King of National Geography, 2019).

The magazine is by no means an academic periodical, the articles published there are no scholastic papers and don't claim to say a new word in history or culture studies. The magazine rather explains to the reader facts and realities of Chinese tangible and intangible objects of culture, provides interpretation and detail descriptions to the things the readers already know, at least at the surface level. Yet for the representation sake some articles, especially at the beginning of the magazine's post-reform life, were written by political figures, renowned scholars and experts. Thus, Zhang Xinsheng, Chairman of the 28th session of the UNESCO World Heritage Committee, wrote the launch address; Mr. Banderin, Director of the UNESCO World Heritage Centre, wrote a congratulatory message for the first issue; Qiu Baoxing, Vice-Minister of Construction, Mr. Guo, Inspector and Director of the World Heritage Department of the State Administration of Cultural Heritage, Feng Jicai, Vice-Chairman of the China Federation of Literary and Art Circles, and Yu Qiuyu, a famous scholar, all published relevant articles to ensure the authority of the magazine's content.



Picture 2. “Cultural Heritage of China”. Special issue of 2020. An article about origin of snake deities

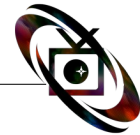


To give the reader general impression of the style the magazine employs and its typical content I give hereby a brief review of several issues published in the period 2015-2020 years.

Issue No 6 of 2017 is entitled "Imperial Examinations" and all the articles there deal with this or that aspect of the famous exams, the never-ending source of Chinese bureaucracy. The leading article of the issue, "Examinations in the city of Chang'an" describes the preparation schools that helped the seekers to prepare for the exams.

The article tells that there were two main sources of candidates for the imperial examination in the Tang dynasty. One such source was the "apprentices" from government-run schools, and the other was the "country tributes" recommended by local governments. The State Academy that was responsible for this preparation was divided into six brunches: Imperial College, Court School, School of Six brunches, School of Law, School of Calligraphy and School of Arithmetic. Of these the last three were specialized, but were considered to be relatively low-level and not politically influential. The difference between the more prestigious schools was not in the subjects they taught but in the parents of the students. The parents of students in the Imperial College were the most powerful officials, often of no less than the third rank in the civil and military hierarchy. The majority of students at the Imperial College were relatives of the court eunuchs (about 62%) (Liu Bo, 2017, p. 12). Thus, though the imperial examination system officially was open to all the strata of the society, only the children of the powerful and rich can benefit from it, which turned it to no more than just a selection test within the original elite class, while the general public had almost no access to the examinations and the official positions that they served a bridge to.

The imperial examination system, according to one more article, had two main functions: to select officials for the ruling class and to provide an occupation for the members of elite. The author believes that from the point of view of selecting administrative talents it has never been a very good system. In the Han dynasty, at the dawn of Chinese Empire, local officials recommended talents to the central government on the following grounds: the candidates should be versed in the law, be of morally impeccable behaviour and be good at dealing with difficult problems. So a person selected according to these criteria would have at least some experience of dealing with practical problems and would be far more experienced than a poet or a composer. Later these criteria were dropped or turned into mere formality, the candidates were selected based on the results of multilevel scholastic examination that proved their mastering of Confucian books and good memory. The public availability of the official



posts through exams also degraded to a formality. An official of the Tang period Li Deyu stated openly that: "For a prominent official in the imperial court, it is necessary to be parented by a public official. Since the children of ministers are exposed to the rules and routines of the governmental machinery from childhood, they are naturally more familiar with them. But even the most talented scholar from a poor background has to face a difficult period of transition after joining the court" (Cultural Heritage of China 2017, 67). In some cases, the examiners did not even look at the examination papers while selecting the winners.

It's curious that in attempt to defend the examination system many contemporary writers would say that the "poor and lonely" sometimes had an advantage over the "children from the rich families". However, modern scholars after a quantitative analysis found out that the term "poor and lonely" refers to "all those who entered the imperial service other than the children of officials", which in fact means the children of lower-middle-class bureaucratic families and the old scholarly families.

The author concludes that the Tang dynasty nevertheless was *not* a society in which the ordinary people had no hope of upward mobility (after having carefully proven to us otherwise). As an argument he says that the largest proportion of Tang officials were so-called "in-ranking officials", i.e. those who were originally junior civil servants but because of their good work performance gained a rank and became lower-level officials. However, there was basically no hope of further promotion for them. So much for the upward mobility of the Tang.

There are also some legends and fiction stories in the issue related to examinations. One story in particular, written by medieval writer Xue Yongqiang and retold in the journal is worth mentioning, for though it is supposed to be a praise of a talented scholar, it in fact unintentionally demonstrates the level of objectivity of imperial exams. There was during the reign of Tang dynasty a young man called Wang Wei whose talents won the favors of the Emperor's brother. The prince wanted to promote his favourite to some high official position, but for that Wang Wei had to pass the examinations together with other candidates. In order to be admitted to the exams this scholar Wang needed a letter of recommendation from the local authorities. He couldn't obtain it, because another member of the royalty, the ninth daughter of the Emperor, had her own favourite, also a renowned scholar, and made it known to the officials that she expected the recommendation letter for her own protege. The prince then invited the princess to a banquet where she saw Wang Wei and was so impressed by his beauty, his music and his poetry that she changed her mind in favour of Wang and demanded the recommendation letter for



him instead of her former favourite. Thus the members of the emperor's family, who were not supposed to have any say in the results of the examination, in fact decided among themselves who will win and who will lose.

Yet another article compares the present day Chinese *gaokao* system - the exams taken by high school students seeking admission to universities - with imperial system of Confucian scholastic exams taken by candidates for official posts. The history of the *gaokao* can be indeed traced back to the imperial examination, with its practice of sealing examination questions and solemnly breaking the seals in the examination rooms, strict secrecy of the contents and general exclusive atmosphere. The difference between two examination systems the author of the article sees in the fact that the imperial court produced but a few successful candidates (*jinshi*) who were admitted to the ranks of bureaucracy. The average number of candidates admitted each year in the Tang dynasty was no more than twenty, whereas nowadays those who are able to pass such exams are many. The article clarifies that "In today's college entrance examinations, the top provincial candidates would be called 'scholar candidates', and with the division into arts and science subjects, this means that more than 60 scholar candidates would be produced each year, more than three times the number of *jinshi* in the Tang dynasty. Such a limited number of candidates was simply not enough" (Liu Bo, 2017, p. 11).

The articles of the issue are illustrated with colourful reprints from medieval books. There are also photographs of historical relics - the examination hall, the interior design of royal academy etc. Some modern artists contributed their paintings too.

To give the reader an idea of the style of writing the magazine often employs I provide a word-per-word translation of two extracts from two 2017 issues, that speak about dresses and vestments throughout the Chinese history:

"The body of a petite Chu woman was delicately and gracefully shaped by the 'deep garment', while the plump body of a Tang dynasty lady was even more feminine when wrapped in the loose dress. The thousand-fold pleated 'horse-faced skirt' was made to follow the steps of females of the Ming and Qing dynasties, revealing the glory of the delicate embroidery between the pleats. The 'qipao dress'.... proclaimed the self-reliance and independence of women in the new era.....These are images that are unique to China and we should not forget them" (Who is there half-covering...2017, 41);



"Nowadays, beauty is in the face, but in the olden days, when beautiful women approached, even the tinkling sound of their footsteps could signal of infinite musical beauty. This, of course, is because they had an indispensable decorative magical thing - the ring pendant. In fact, the ring pendant was a product of the hierarchical society of the Western Zhou Dynasty, with different jade pendants symbolizing different classes and strictly maintaining social order. Therefore, wearing jade pendants was not simply for the purpose of listening to their sounds, but more for the purpose of ritual, that is, "to listen to oneself and the chime, so that the sound of jade is in tune with one's walk" (Jingling rings on the skirt, 2017, p. 20).



Picture 3. "Cultural Heritage of China". The issue of 2017 No 11. The index page

One more interesting issue of the magazine attracts interest due to the fact that its whole contents express the popular idea, that everything worth noticing in Eastern Asian countries was borrowed from China. This outspoken blatant China-centrism can be found in many books, public lectures read by Chinese professors, academic articles, TV-documentaries and textbooks. From the screens of television and in school and University classrooms the Chinese persuade each other not only that their culture is the best in the world but also that any other masterpiece of culture was invented by the Chinese and borrowed by foreigners, especially by



their neighbouring countries who at this or that period of history experienced Chinese influence. The Japanese *kimono* was not created by the Japanese - it was borrowed from China. The Korean female vestment (as in fact the Korean *everything*) was borrowed from China. Even Russian dumplings were borrowed from China. Why? Well, because Russians eat dumplings, the Chinese eat dumplings too, which in itself is a proof. The idea that something in any other country can vaguely resemble something Chinese without being actually borrowed never occurs and is never discussed. It is enough to find something with resembling features in both cultures to make the Chinese claim it is invented by them and borrowed by others.

The No 8 issue of 2016 follows this line. It is entitled “Cultural Heritage of China. Ghosts of the Night: Monsters exported from China” and describes various ghosts and demons of Japan - only to claim that their images were borrowed from the Chinese culture. The article starts by describing The Night Parade of Demons as a cultural phenomenon. The Night Parade of Hundred Demons is a Japanese folklore legend that refers to a parade of monsters and goblins that takes place on a summer night. The legend developed from the oral tradition, and was first described in the records of the Heian Period (794-1192 AD): the sources depict ancient Kyoto as a world infested by spirits and ghosts. The demons and monsters did not just linger in the deep woods or in the underworld - they sometimes lived under the same roof and in the same city as humans. In summer, as soon as darkness fell, the demons would parade in groups along Kyoto's avenues. If any human happened to catch a glimpse of this parade, they would be cursed and die a sorrowful death.

The legend was illustrated by many Japanese artists, including the famous Toriyama Shogun, who all his life painted mostly goblins and monsters, the imperial painter Mitsuonobu Tosa from the Muromachi period, Yoshiyuki Tsukioka, an *ukiyo-e* painter from the Edo period etc. The works of Japanese authors are renowned for intricate details and preciseness: each monster has its own peculiar features but through their frightful deformity one can recognize the original things from which they transformed - a hair comb, a lute, an umbrella. That's because many of such demons were not some evil spirits from outside the human world - they were usual household utensils, old artifacts forgotten and neglected by the owners turned into monsters out of spite or just old age.

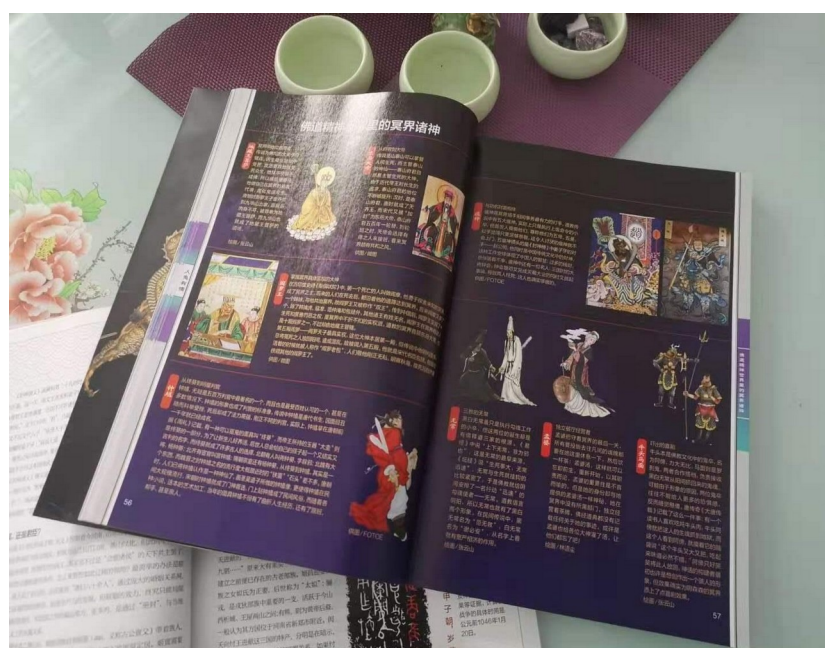
The modern entertainment world also pays tribute to this legend. The Night Parade of Demons has been adapted into numerous anime and film productions that have swept the world. One can find it in modern horror novels, manga, animated series and films.



Then the author claims that those colorful images of ghosts and demons are in fact Chinese by origin: “However, not many of the hundreds of ghosts parading around are native to Japan, and most of them came from China” (Xiao Xi 2016,6). The author would repeat this idea again and again, without proof or reason other than in the literary works of some Chinese authors - like early Jin dynasty author Gan Bao and late medieval Pu Songlin - one can find descriptions of similar demons.

The other argument to the claim that Japanese demons were borrowed from China is given in the summary: “Chinese monsters were “exported” to Japan in large numbers during the Tang Dynasty in China, the Japanese Nara and Heian periods. At that time, a large number of Japanese envoys came across the sea with an open mind to study Chinese culture. Japan imitated the laws, political system and capital construction of the Tang dynasty, and even demons and monsters were copied from China. Chinese demons and monsters have gradually penetrated deeply into the Japanese folklore with the arrival of classical literature. It can be said that China played a vital role in the real formation of Japanese demon culture” (Xiao Xi 2016,11). That’s it. No details, no quotations of any research, no citations or proofs.

I am not trying to dispute here the idea that Japanese demon mythology borrowed a lot from China - it might very well have done so or it might not. It is the level of argumentation that “Cultural Heritage of China” generally provides for their claims that I point out here.



Picture 4. “Cultural Heritage of China”. The special issue of 2020. The article about Buddhist and Taoist deities



The issue of the magazine that I really enjoyed reading was the latest special issue about the Chinese demons called “The Book of Ghosts and Demons”. Published in 2020, it has no number, for it is a special additional issue, a big 295-paged book (twice as big as a usual issue), magnificently illustrated and with excellent polygraph work. The issue is a sort of all-round encyclopedia of Chinese demons and evil spirits: their sorts and classes, their origins and cults, their history and related modern practices and traditions, ghost-worshiping carnivals and specifics of Chinese zombies. The illustrations are both modern photographs of masks, demon-related paraphernalia, exorcisms etc. as well as reproductions of medieval engravings and other works of art depicting demons.

It would take too much space and time to review here all the rich and interesting contents of the issue, so I chose a few.

One of the most curious elements of the issue are graphic schemes of evil spirits explaining various elements of their images and their symbolism. The reader can learn what exactly is symbolized by each head of a three headed-deity, by each arm of a six-armed demon. This kind of information is quite unique and hard to find for either a Chinese or a foreign reader. Thus, we can learn that there are 8 types of Chinese zombies, including the hairy zombie whose body is covered with fur, the white zombie whose body is covered with white fur, the purple zombie with purple fur, the green zombie with white hair and green fur, the flying zombie who can fly, the swimming zombie who can swim, the immobile zombie - an indestructible corpse that cannot move, and the part-zombie whose certain body parts are indestructible while the others can decay. To fight against these creatures one uses dog's blood, chicken's blood, Taoist sword made of peach tree, papers with magic spells written in red ink etc. Evil Taoists use zombies to wrack chaos, controlling them with magic books and magic bells the sound of which makes the living corpses move in a certain direction. A terrifying zombie bride is a heroine of many modern Chinese horror movies - this image is inherited from a long tradition of real ghost weddings. According to archaic beliefs, unmarried females couldn't enter their ancestors' post-mortem realms, so the parents of a deceased girl organized a ghost wedding to marry her spirit to some male, dead or alive. This was more often done with a picture or a photo of the deceased, though actual dead bodies still sometimes participated in the ceremony (and still do) (Sheng Wenchang 2020, 95-96). An unmarried young man could enter the otherworldly realm, but he would still be unmarried there and also needed a bride to be wed to. These traditions are believed to be one of real-life sources of the zombie legend.



One of the best, to my mind, articles of this issue explores the self-identification of believers with demonic beings during the rituals of exorcism. The cults of evil gods in South China was described in the work of a few researchers (me including) -it is an interesting phenomenon worth of attention of anthropologists and culture researchers. Behind the respectable facade of many Chinese deities lies their obviously demonic origin. For example, the *wangye* (princely) spirits, who cure diseases, in fact send out these diseases themselves. Their modern cult in Taiwan reflects their dual nature; believers worship and expel them at the same time. Even when people make sacrifices, they put the images of these deities in a boat that goes out to sea or is burned (Katz 1987, pp. 197-215). Similarly, in South China the Gods of the Five Ways to Wealth are worshiped (*ulu tsaishen*) - their cult first appeared in Jiangnan in the 17th century. These five deities descended from mountain spirits called *Shanxiao*, one-legged villains known for throwing stones at lonely travelers and throwing them off the path. Just like the *wangye* spirits, these devilish deities are simultaneously worshiped - sometimes through female shamans who claim to have sexual intercourse with them - and exorcised (Glahn 2004).

A very worthy contribute to the exploration of such cults is offered by the journalists of the special issue of 2020. The authors Zhuang Wen, Guo Jing and Zhang Jing describe self-identification of believers with their revered deities in the worship rites of the *Nuo* exorcisms in the southern provinces of China. The rites include offering sacrifices, burning incense and sacrificial candles, but the most important part of them is the dance of masks.

Brightly coloured ritual masks are made of fabrics and different types of wood, most commonly bamboo. The masks are rich in symbolism. Every colour, every feature of a mask, every constituent element of a mask has a meaning, pointing to the character of a deity, demon or ancestor. Outside of the rite though a mask is not treated with a special respect - it is stuffed in a box, hung on a wall or put in a pantry. But when worn during a religious ceremony the mask turns into the face of a deity, and the person wearing the mask, at least on a sacred level, is perceived as a deity itself. "The person wearing the mask becomes sacred," explained participants in religious ceremonies with masks in Guizhou province (Zhuan, Guo, Zhang 2020, 49).



Picture 5. "Cultural Heritage of China". The special issue of 2020. The article about ritual masks

In Linshan county, Guangxi province, masks are worn during sacrifices to ancestral spirits traditionally made by women. In doing so, a witch dance is performed. The ritual is sometimes called "the game of ghosts". The essence of the ritual is that the masked dancer embodies the worshiped spirit, which gives her the strength and power to carry out the actions desired by the community - for example, to leave the village, taking away the disease with her. The dancers themselves explain that they "absorb the power of deity" during the masked sacrifice ceremony.

In the neighbouring province of Guizhou, in the city of Anshun, mask dancing is a male activity. Here, participants dress up in dressing gowns and take weapons in their hands. Their painted masks represent the warrior ancestors, and the whole dance depicts a battle with demons that the dancers are driving out of the borders of the human world.

In Yunnan province, on the border with Myanmar, sacrifice to the spirits with masks is practiced by the Wa people, Chinese 'bounty hunters' (until recently, a human skull or severed head was an essential



attribute of the Wa rituals). Before wearing the mask, participants are advised to think about the deity they will have to personify, then supernatural powers will come down on the wearer of the mask.

Interviewed by Chinese ethnographers, believers describe their experiences during ceremonies in a fairly straightforward way: "When I put on a heavy mask, I do not know who I am anymore" (ibid., p. 46), "At that moment I became a spirit", "The human and divine are merging and transforming" (ibid., p. 54) One of the interviewees even expressed his reflections in this figurative form: "Gods and spirits are in darkness, you cannot see them, you cannot touch them, but they are kept in the hearts of our ancestors and exist in colourful masks. To understand God, you have to wear a mask" (ibid., page 35).



Picture 6. "Cultural Heritage of China". Issue No4 of 2020. An article about Chinese minor deities

Thus the data offered by the journalists of this issue do have scientific value, for they show that in the southern regions of modern industrial China still exist religious practices of evocation and impersonation of spirits and demons, allowing the believers to merge on an emotional and ecstatic level with the objects of their veneration and to protect themselves from the disasters often caused by the same spirits and demons.



Picture 7. “Cultural Heritage of China”. The special issue of 2020. The leading article “The World of the Demons”

To sum it up, the “Cultural Heritage” magazine demonstrates a set of features very typical for Chinese humanitarian studies in general. It is less interested in research than in educating the public and transmitting the cultural tradition, it disregards the necessity to prove, and prefers statements bordering on indoctrination. It pays special attention to the aesthetic side of the subject matters, which can be seen both in the beauty of the illustrations and in the picturesque, fiction-like wording of the articles. The patriotic pride characteristic for this periodical leads it to diminish other national traditions and to overlook their innovative potential, ascribing all the inventions to the Chinese. Yet this very infatuation with all things Chinese becomes the magazine’s strong point when it comes to exploring local cultures of China.



Picture 8. "Cultural Heritage of China". The issue of 2017 No 12.
 The index page

References

- 国家地理大王一名 (2019,11月24日)。星球地理探索。如何评价《中华遗产》智慧。检索在 <https://www.zhihu.com/question/309381007/answer/583006182> (The King of National Geography (2019, November 29). The exploration of "Planet Geography". How to appreciate "Cultural Heritage of China"? *Wisdom*. Retrieved from <https://www.zhihu.com/question/309381007/answer/583006182>)
- 刘勃 (2017) 一代考红：长安城的考试季。中华遗产。(6), 15-30. (Liu, B. (2017). The examination fever of the times: the season of state examinations in Changan city. *Cultural Heritage of China*. (6), 8-13.)
- 小溪 (2016) 百鬼夜行与中国的裙带关系。中华遗产。百鬼夜行：从中国出口的妖怪们 (8), 5-11. (Xiao, X. (2016). The interrelation between The Night Parade of Demons and China. *Cultural Heritage of China*. *Ghosts of the Night: Monsters exported from China*, (8), 5-11.)
- 是谁半遮桃花面 (2017) 中华遗产。中国衣冠 (11), 41-42. (Who is there half-covering her peach-blossom face (2017). *Cultural Heritage of China*. *Chinese Robs and Headdresses*, (11), 41-42.)
- 裙间环佩响叮当 (2017) 中华遗产。最中国的服饰：中国衣冠 (12), 15-30. (Jingling rings on the skirt (2017). *Cultural Heritage of China*. *Most Chinese of all Clothing: Chinese Robs and Headdresses*. (12), 15-30.)



撰, 郭 & 张 (2020) 撰文, 郭净, 张晶。面具。改头换面的灵魂。中华遗产。妖鬼记, 34-55. (Zhuang, W., Guo, J., & Zhang, J. (2020). Masks. The soul of a makeover. *Cultural Heritage of China. The Book of Ghosts and Demons*, 34-55.)

盛文强 (2020) 盛文强。怪客僵尸不了情。中华遗产。妖鬼记, 87-97. (Sheng, W. (2020). Zombie, the merciless visitor. *Cultural Heritage of China. The Book of Ghosts and Demons*, 87-97)

Glahn, R. von (2004). *The Sinister Way: The Divine and the Demonic in Chinese Religious Culture*. USA: University of California Press.

Katz, P. (1987). Demon or Deities? The Wangye of Taiwan. *Asian Folklore Studies*, (46), 197-215.

Список литературы

国家地理大王一名 (2019, 11月24日)。星球地理探索。如何评价《中华遗产》智慧。检索在 <https://www.zhihu.com/question/309381007/answer/583006182> (The King of National Geography (2019, November 29). The exploration of "Planet Geography". How to appreciate "Cultural Heritage of China"? *Wisdom*. Retrieved from <https://www.zhihu.com/question/309381007/answer/583006182>)

刘勃 (2017) 一代考红：长安城的考试季。中华遗产。(6), 15-30. (Liu, B. (2017). The examination fever of the times: the season of state examinations in Changan city. *Cultural Heritage of China*. (6), 8-13.)

小溪 (2016) 百鬼夜行与中国的裙带关系。中华遗产。百鬼夜行：从中国出口的妖怪们 (8), 5-11. (Xiao, X. (2016). The interrelation between The Night Parade of Demons and China. *Cultural Heritage of China. Ghosts of the Night: Monsters exported from China*, (8), 5-11.)

是谁半遮桃花面 (2017) 中华遗产。中国衣冠 (11), 41-42. (Who is there half-covering her peach-blossom face (2017). *Cultural Heritage of China. Chinese Robs and Headdresses*, (11), 41-42.)

裙间环佩响叮当 (2017) 中华遗产。最中国的服饰：中国衣冠 (12), 15-30. (Jingling rings on the skirt (2017). *Cultural Heritage of China. Most Chinese of all Clothing: Chinese Robs and Headdresses*. (12), 15-30.)

撰, 郭 & 张 (2020) 撰文, 郭净, 张晶。面具。改头换面的灵魂。中华遗产。妖鬼记, 34-55. (Zhuang, W., Guo, J., & Zhang, J. (2020). Masks. The soul of a makeover. *Cultural Heritage of China. The Book of Ghosts and Demons*, 34-55.)

盛文强 (2020) 盛文强。怪客僵尸不了情。中华遗产。妖鬼记, 87-97. (Sheng, W. (2020). Zombie, the merciless visitor. *Cultural Heritage of China. The Book of Ghosts and Demons*, 87-97)

Glahn, R. von (2004). *The Sinister Way: The Divine and the Demonic in Chinese Religious Culture*. USA: University of California Press.

Katz, P. (1987). Demon or Deities? The Wangye of Taiwan. *Asian Folklore Studies*, (46), 197-215.



<https://galacticamedia.com>

По всем вопросам сотрудничества и публикации материалов
обращаться по e-mail:

admin[at]galacticamedia.com или galacticamedia[at]gmail.com

Телефон: +7 (988) 068-63-72



Это сетевое издание доступно по лицензии Creative Commons
«Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная.

Вёрстка: Алиев Растям Туктарович (17,35 п.л.)

© 2020 Galactica Media: Journal of Media Studies

In case you have any questions about co-operation please write an e-mail
the following address:

admin[at]galacticamedia.com or galacticamedia[at]gmail.com

Phone: +7 (988) 068-63-72



This journal is licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0
International License

Typesetter: Rastyam T. Aliev.

© 2020 Galactica Media: Journal of Media Studies