



AT HOME AMONG STRANGERS AND A STRANGER AT HOME: YOUTH SUBCULTURES IN THE JAPAN NATIONAL CULTURAL LANDSCAPE¹

Pavlenko Nadezhda Vladimirovna (a) Yakushenkov Serguey Nikolayevich (b)

(a) Independent Researcher, 414000, Russian Federation, Astrakhan, Admiralteyskaya Str., 1, bld. 2.
Email: kitai.kibo[at]gmail.com

(b) Astrakhan State University, Tatischeva St., 20A, Astrakhan, Russian Federation
Email: shuilong[at]mail.ru

Abstract

Japanese youth subcultures have become a special cultural phenomenon that sets the tone for all global trends in mass culture. The essence of this phenomenon is the special role of youth trends in the formation of cultural diversity in the Japanese national culture. In the second half of the 20th century, the ruling elite's attempts to create a homogeneous culture in Japan came up against the desire of young people to express their independence and individuality without worrying about national identity and homogeneity. However, despite the fact that Japanese youth subcultures have been influenced greatly by Western culture, they retain their Japanese cultural identity. Often it is these subcultures that turn out to be the "calling card" of modern Japan, being not only a cultural brand of Japanese cities, but also an important economic item of income. At the same time, despite their long history, many of these phenomena in the youth environment are a tribute to Western fashion, imitation of Western patterns of mass culture. Thus, according to the authors, the modern mass culture of Japan is developing in contradiction between internal and external, as it is the young who set the trends for a new culture. However, we can hardly say with certainty that young people are losing touch with the national culture, because despite these innovations and hobbies of mass culture, they have many opportunities to realize their self within the framework of traditional Japanese symbols.

Keywords

Japan; youth subcultures; mass culture; traditional culture; heterogeneity; cultural landscape; habitus



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

¹ The research is conducted with the financial support of Russian Foundation for Basic Research. Project №17-33-01069 «Facing the Other: the experience of cross-cultural communication in Russia and the Far East»



ЧУЖОЙ СРЕДИ СВОИХ, СВОЙ СРЕДИ ЧУЖИХ: МОЛОДЕЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ В НАЦИОНАЛЬНОМ КУЛЬТУРНОМ ЛАНДШАФТЕ ЯПОНИИ

Павленко Надежда Владимировна (а), Якушенков Сергей Николаевич (б)

(а) Независимый исследователь, 414000, Астрахань, Россия, ул. Адмиралтейская, дом 1, корпус 2.
E-mail: kitai.kibo[at]gmail.com

(б) ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет». Астрахань, 414056,
ул. Татищева 20А. Email: shuilong[at]mail.ru

Аннотация

Уже давно японские молодежные субкультуры превратились в особый культурный феномен, задающий тон всем мировым тенденциям в области массовой культуры. Суть этого феномена, по мнению авторов статьи, заключается в особой роли молодежных трендов в формировании культурного разнообразия в рамках японской национальной культуры. Попытки правящей элиты во второй половине XX в. создать гомогенную культуру в Японии натолкнулись на стремление молодежи выразить свою независимость, индивидуальность, не заботясь о национальной идентичности и гомогенности. Вместе с тем, несмотря на то, что японские молодежные субкультуры испытали огромное влияние Западной культуры, они сохраняют японскую культурную самобытность. Продолжая традиции средневековой японской культуры или культуры периода Мейдзи, эти субкультуры по-новому трансформируют эти традиции, подстраивая их под веяния современности. Нередко именно эти субкультуры оказываются «визитной карточкой» современной Японии, являясь не только культурным брендом японских мегаполисов, но и важной экономической статьей доходов. Все чаще именно молодежные культуры «захватывают» центральные районы Токио, такие как Харадзюку, Акихабара, притягивая туристов не только из других уголков Японии, но и со всего мира. Вместе с тем, несмотря на свою давнюю историю, многие эти явления в молодежной среде оказываются всего лишь, данью западной моде, подражанием западным образцам массовой культуры. Так, по мнению авторов, в противоречии внутреннего и внешнего развивается современная массовая культура Японии, так как именно молодые задают тренд на новую культуру. Однако, вряд ли можно с уверенностью утверждать, что молодые теряют связи с национальной культурой, так как, несмотря на эти нововведения и увлечения массовой культурой, у молодежи имеется множество возможностей для реализации своего я в рамках традиционных японских символов.

Ключевые слова

Япония; молодежные субкультуры; массовая культура; традиционная культура; гетерогенность; культурный ландшафт; габитус



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Статья подготовлена при поддержке РФФИ 17-33-01069-ОГН «Встреча с Чужим: российский и дальневосточный опыт межкультурной коммуникации»

Свободный от связей с собственным народом,
иностранец чувствует себя «совершенно
свободным» (Kristeva, 1991, p. 12).

ВВЕДЕНИЕ

Практически все, кто приезжает в Японию, бывают поражены экстравагантным внешним видом японской молодежи на центральных улицах Токио, да и ряда других городов. Все чаще эта молодежь оказывается своеобразной визитной карточкой ряда центральных районов Токио: Сибуя-Харадзюку, Акихабара, Токийский международный выставочный центр и другие. Культура этой молодежи (ее внешний вид, манера говорить) резко контрастирует с традиционной японской культурой, с которой чаще всего и ассоциирует Японию внешний наблюдатель. Уж очень чужими кажутся эти молодые люди среди аккуратно одетых офисных клерков, продавцов крупных супермаркетов и т.д.

Мы не случайно выбрали в качестве эпиграфа к статье слова французского семиотика Ю. Кристевой по поводу иностранца. Но, как нам кажется, эти слова очень хорошо характеризуют и японскую молодежь, да и выступают в некоторой степени лейтмотивом нашей статьи. Кроме этого, хотя она и говорит о иностранце, эта монография называется «Strangers to Ourselves» – «Чужие для самих себя»¹. И, как нам кажется, в большинстве случаев нет большой разницы между иностранцем и чужаком. Но по каким признакам мы отличаем Чужого? Внешность (одежда, лицо), речь и ряд других признаков, которые можно считать вторичными². Именно эти маркеры так сильно заметны в облике этих молодых людей в Японии: экстравагантные прически или парики и макияж, странная одежда, порой даже нелепая, гротескная, громкая речь – все эти признаки выделяют их из общей толпы японцев и иностранных туристов. Имеется у них и свой эндоним, т.е. специальное название, с помощью которого они идентифицируют себя и отличают от другой молодежной субкультуры.

¹ Фраза «Strangers to Ourselves» имеет более широко смысловое поле, чем просто «чужие для самих себя», это еще и «чужие для своих», «чужие для нас» и т.д..

² Мы также считаем, что образ Чужого конструируется на основании трех основных признаков: вестиментарность, алиментарность, сексуальность (Якушенков & Якушенкова, 2012).



Конечно, называя их Чужими, мы несколько искажаем истинную суть вещей, так как, на самом деле, хотя у них и наблюдается крайняя форма инаковости, существуют они все же в рамках японской национальной культуры. Поэтому правильно было бы определять их через призму не Чужого, а Другого. Используя крайнюю форму инаковости, сближающую их с иностранцем, мы бы хотели с её помощью подчеркнуть, насколько чужеродными кажутся они внешнему наблюдателю. Вместе с тем, как мы постараемся показать в нашей статье, эта инаковость является лишь отражением внутренних процессов (культурных, социальных, экономических), происходящих в японском обществе за последние 30-40 лет. Не следует, однако, и забывать, что нередко эти тенденции были инспирированы и внешними образцами западной культуры, подражать которым стремится современная японская молодежь.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В своем исследовании мы будем опираться на семиотические подходы, изложенные в работе Ю. Кристевой, посвященной семантике «инаковости» (Kristeva, 1991). Почему именно эта работа? В некотором смысле «Strangers to Ourselves» не является научной работой. Это некое эссе, в котором известный теоретик рассуждает о феномене инаковости, рассматривая основные модальности Чужого в исторической перспективе через призму нарративов, начиная с античности и до сегодняшнего дня. Не следует забывать, что в значительной степени рассуждения Кристевой об экзистенции Чужого основываются и на ее личном опыте. Кристева, давая точные определения инаковости, представляет читателю возможность продолжить эти рассуждения на своем материале и со своих теоретических или практических позиций. Поэтому в своем анализе мы будем опираться на подходы Кристевой, анализируя Чужого на нашем материале, разрабатывая свою модель инаковости в современном японском обществе. Особое внимание в нашем исследовании будет уделено концепции *полиморфной немоты* Чужого, что в конечном итоге приводит к определенным практикам.

Анализируя молодежные субкультуры с позиции их инаковости, мы будем делать это на основе концепции *габитуса* французского социолога П. Бурдьё (Bourdieu, 2013). Это позволяет рассматривать молодежные культуры Японии как неотъемлемую часть японского культурного ландшафта. Кроме этого, она очень хорошо объясняет те различные практики, которые возникают в молодежной среде в Японии последние тридцать лет.



ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Прибытие флота коммодора Мэтью Перри в 1853 году, а затем и кораблей других западных стран ознаменовало открытие Японии для современного мира и начало первой и самой успешной попытки Японии конструктивно реформировать себя. Это событие имело самые широкие последствия для Японии и японцев. Почти трехсотлетняя изоляция страны окончилась для японцев культурным шоком, уязвленным самолюбием и восстанием против политики сёгуна, пошедшего, якобы, на сговор с иностранцами.

В конечном итоге это привело к свержению сёгуната и переходу к эпохе Мейдзи (1868-1912), в ходе которой Япония перешла от феодального общества к современной индустриальной экономике, которая в дальнейшем смогла конкурировать с европейскими державами (Cooney, 2004).

Движущей силой этих изменений было осознание японцами необходимости проведения в своей стране индустриализации, чтобы она не стала колонией более могущественных и развитых западных государств.

Таким образом, основной причиной модернизации страны был страх перед внешней угрозой, порождающей опасение, что в Японии будут править иностранцы. Конечно, были и внутренние элементы, которые подталкивали к реформам, однако, именно страх перед иностранным влиянием был движущей силой перемен (Cooney, p. 10).

Вторая крупная попытка реформирования страны состояла в создании демократической конституции, т.е. приведения основного закона страны в «соответствие» с западными стандартами. Конституция эпохи Мейдзи была принята в 1889 г. в связи с потребностью народа Японии в реформировании системы власти. Однако, факт, что японское правительство в то время управлялось небольшой группой чиновников, желавших сохранить централизованное управление, привел к тому, что за основу была взята немецкая конституция Бисмарка, предусматривавшая сосредоточение власти в их руках и предоставлявшая минимальные права народу. Балансирование между старыми традициями и модернистским развитием страны, поиск самобытности и национальной идентичности (*миндзоку*), привели к усилению национализма, милитаризму и, в конечном итоге, к началу империалистической внешней политики, приведшей к войне с западными странами. Но как бы то ни было, именно встреча «двух» культуры (западной и японской) привело к процессу осознания



японцами своей этничности и развитию национализма (Doak, pp. 216-264).

В конечном итоге политика национализма и милитаризма, подтолкнувшая Японию к развязыванию войны и национальной катастрофе, привела к тому, что Япония была вынуждена капитулировать, подверглась оккупации войсками США, и японцы вновь испытали настоящий культурный шок.

И далее была третья крупная попытка структурной реформы в Японии, которая представляла собой восстановление Японии после разрушения страны во время Второй мировой войны. В заключительные дни Второй мировой войны лидеры союзников встретились в берлинском пригороде Потсдама, где они подписали Потсдамскую Декларацию. Там были изложены основные условия для капитуляции Японии. Главной целью, говорилось, было «устранить авторитет и влияние старого порядка, который ввел японцев в заблуждение, с целью установления нового порядка мира, безопасности и справедливости» (Charles, p. 217).

Союзники были полны решимости уничтожить доминировавший ранее «военный истеблишмент Японии с помощью новой конституции, которая ввела бы новые отношения между людьми и их лидерами» (Charles, p. 217).

Первый проект новой конституции был отвергнут оккупационными властями под руководством генерала Макартура, поскольку в нем содержались лишь косметические изменения старого порядка (Madsen, p. 553). Макартур приказал своим сотрудникам разработать новую конституцию для Японии, после чего в ней впервые появилась статья 9, ограничившая право Японии на создание национальной армии. Наличие в стране оккупационных войск и иностранных властей, вводящих различные запреты, больно отразилось на национальной гордости многих японцев.

Следует отдать должное японцам. Они не только смогли вытащить страну из разрухи, голода и руин, но и создать одну из наиболее развитых экономических моделей в мире. Уже в 60-е гг. XX в. наметился стремительный взлет экономики страны. А в конце 80-х годов Япония оказалась одной из ведущих стран мира, со вторым по величине ВВП в мире, уступая только Соединенным Штатам. Японская йена была сильной и стабильной валютой. Люди во всем мире изучали японский язык вместе с названиями японских брендов: «Сони», «Мицубиши», «Хитачи», «Тойота» и многих других.

Однако экономические достижения и рост благосостояния японцев в конечном итоге привели к ряду негативных последствий в



стране: росту цен на жилье и землю, цены на которую обогнали стоимость земельных участков в США и других развитых странах мира, зависимость рабочих от системы пожизненного найма, а значит крупных транснациональных корпораций, страх перед потерей рабочего места и многое другое. Все это привело к экономическому кризису, а снижение темпов развития японской экономики продолжалось в течение всех 1990-х гг. Таким образом, в то время как Соединенные Штаты и большая часть мира росли в течение десятилетия, Япония погружалась все глубже в рецессию и до начала 2000-х находилась в дефляционной спирали.

Рост недовольства в стране привел к тому, что политическое руководство в Японии вынуждено было начать проведение структурных реформ, необходимых для укрепления ее экономики. Ряд премьер-министров пообещали структурные изменения, но не сумели собрать политический капитал, необходимый для разрушения существующих структур. Одним из подобных структурных ограничений был запрет на использование иностранного труда в японской экономике. И до сих пор японское общество активно обсуждает вопрос об использовании дешевой иностранной рабочей силы для неквалифицированного труда в Японии: уборщиков улицы, сезонных сельскохозяйственных рабочих и т.д.

Но по существу, Япония продолжает быть закрытой страной для иностранцев, для их постоянного проживания и работы внутри страны, так как им не нужны иностранцы-дворники или сантехники. На данный момент в Японии иностранцев привлекают только для какой-то особой работы, для выполнения которой нет специалистов внутри страны.

Но в то же время в Японии происходят существенные культурные изменения, которые в основном затрагивают молодое поколение японцев. Японию, как и другие страны мира, не обошел стороной процесс глобализации, можно даже считать, что она, в силу своего особого экономического развития, была у самых его основ. И в то время, как большинство населения Японии в возрасте от сорока и старше живут в системе ценностей, заставляющей их бороться за устои прошлого, молодежь очень активно взаимодействует с другими культурами, вбирает и адаптирует чужие ценности.

Еще в последней трети XX в. и первые десятилетия XXI в. японцы были самым путешествующим народом в мире. Они давно вышли за пределы своего национального мира, своей культуры, став самой глобализирующей и глобализирующейся нацией. Бурное развитие IT технологий, во главе которых стояла и сама Япония,



серьезным образом изменяли культурный ландшафт страны, порождая системные противоречия внутри японского общества, порождённые разными системами ценностей, различиями в современном образе жизни и традиционным укладом японского общества, с его упором на статусность, гендерным неравноправием и т.д.. Другими словами, с начала 60-80 гг. XX в. в Японии формировался новый *габитус*, ознаменовавший и появление новых культурных процессов в стране и новых культурных практик: «Габитус – прочно укоренившийся генеративный принцип регламентированных импровизаций – порождает практики, которые имеют тенденцию воспроизводить закономерности, присущие объективным условиям производства их генеративного принципа, при адаптации к требованиям, вписанным как объективные возможности в ситуации, определенные когнитивными и мотивационными структурами, из которых состоит этот габитус» (Bourdieu, 2013, p. 78).

В ситуации новой культуры, которая еще недавно казалась максимально гомогенной (Weiner, 2009), значительная часть молодежи, отождествляющая себя с новой «окружающей» средой, остро ощущает свою несхожесть с традиционными культурными ценностями, присущими предыдущим поколениям¹.

Трансформация общественных условий привела к возникновению новых молодежных субкультур, число последователей которых неуклонно растет. Каждая из которых, так или иначе, связана с их особым отношением к иностранцам, и желанием быть похожими на них. Однако, как нам кажется, это кажущееся стремление к подражанию иностранному, лишь внешняя сторона этого сложного явления, к которому не стоит относиться столь однозначно. Оно пока порождает больше вопросов. Например, почему процесс активного формирования молодежных субкультур приходится именно на 90-е гг. XX в.? И почему он столь остро затронул именно Японию, хотя подобные процессы происходили и происходят во многих других развитых странах?

В подражании Западу нет ничего удивительного. Японцы начали подражать западной моде еще с середины XIX столетия. Открытие страны, появление в Японии товаров, ранее еще неизвестных, бурное влияние западной науки, искусства – все это оказывало самое сильное

¹ Данное высказывание может быть применено не только по отношению к Японии, но и ко многим другим развитым странам, вошедшим в стадию развития информационного общества. Поведенческие стереотипы одной группы населения в подобных странах могут отличаться от культурных практик остальных групп гораздо сильнее, чем от некоторых групп в других странах. В этой связи этнический, т.е. культурный компонент, идентичности, может быть полностью вытеснен технологическим, который, кстати, также оказывается культурным.



влияние на самые широкие слои населения Японии. Традиционные категории *сильный/слабый, развитый/неразвитый*, с помощью которых оценивались своя и чужие культуры не всегда позволяли оценить традиционную культуру Японии в положительных качествах. Нередко Япония воспринималась японцами, как уступающая в развитии Западу, неспособной противостоять натиску извне. Неудивительно, что подчас выбор делался в сторону элементов чужой культуры, которая позволяла отождествлять себя с такими, казалось, необходимыми качествами: прогрессом, развитием, образованием и т.д.. Японцы самых разных возрастов с благоговением взирали на мощь современных западных кораблей и паровозов, с надеждой смотрели на достижение западной науки, и особенно медицины¹, с интересом рассматривали лучшие образцы западного искусства. В этом увлечении не было гендерных или сословных факторов. Западная цивилизация могла осознаваться «сильной» самыми различными представителями японского общества, поэтому у западного человека не стыдно было учиться и ему подражать. Все это обозначалось термином *джицугаку* – «практическое обучение» (Wakabayashi, pp. 2-5). Мы бы даже назвали это «прагматичным обучением», т.е. такой моделью поведения, которая основана на чисто утилитарных характеристиках. В этой модели не было преклонения перед западной культурой, скорее, наоборот – уважение граничило с отторжением, так как западный человек оказывался для многих японцев всего лишь «белым дьяволом». Его можно было и почитать, и одновременно презирать, как это делал, например, Фукудзава Юкити – видный общественный деятель, первый президент Токийской академии наук, основатель одного из первых японских университетов (Wakabayashi, pp. 4-5).

Но именно такое отношение к Западу привело к тому, что, как только Япония смогла провести модернизацию и сравняться в развитии техники с западными странами, в стране началась активная пропаганда национализма, который привел страну в конечном итоге к краху.

Следующий веток активного заимствования японцами различных западных ценностей совпал с послевоенным периодом и началом оккупации Японии американцами. Страна находилась в руинах, магазины не работали, не было продуктов, одежды. В этой обстановке в крупных городах сразу же появились черные рынки, на которых продавалось все, вплоть до одежды, снятой с трупов. В этой ситуации

¹ Примечательно, что даже внешний вид западного человека, носившего бороду, стал в дальнейшем нарицательным для обозначения врачей – «красная борода» (рыжая борода).



в скором времени на рынках оказалась и американская военная форма, армейское продовольствие и т.д. Спекуляция американскими товарами начала принимать все большие масштабы. Правительство вынуждено было смотреть на это сквозь пальцы, так как альтернативы не существовало. Естественно, что к этим стихийным формам рынка быстро пристроились различные криминальные круги, как наиболее организованные, сплоченные и следующие жесткой дисциплине.

Именно в этих условиях стали появляться и молодежные банды, которые перенимали американскую военную форму, особенно форму военных летчиков и т.д. С одной стороны, следование американской моде было насущной необходимостью, так как существовал дефицит японской текстильной продукции, но с другой стороны, западная одежда еще раньше воспринималась японцами как символ силы и прогресса, что имело место и в предыдущий период, когда западная одежда послужила образцом для формы представителей многих новых профессий, распространявшихся в городах: кондукторов и водителей автобусов, медсестер, телеграфисток, машинисток и т.д. (Kawamura, p. 22).

Конечно, молодежь 50-х гг. тоже воспринимала эту одежду как символ преобразований, но надевая военную форму, они как бы ощущали себя причастными к большой и мощной военной машине, вышедшей победительницей в жесточайшей борьбе. Американские кожаные куртки летчиков, американские военные мотоциклы – вот символы успеха для японской молодежи в этот период.

Но все эти заимствования, подражания были в той или иной степени продолжением предыдущей модели – прагматического или вынужденного заимствования. Но, если в первом случае это заимствование было результатом кризиса изоляционизма Японии, то во втором – результатом поражения в войне и отсутствием элементарных предметов и продуктов. И конечно, несмотря на то, что все это сопровождалось культурным шоком, подражание западной культуре не являлось критичным и ни в коей мере не свидетельствовало о кризисе японской культуры. Японская молодежь, хоть и носила куртки американских пилотов и ездила на американских мотоциклах, не переставала от этого быть японской во всех отношениях. Мафиозные банды, возникшие после войны, продолжали все традиции японского общества, будучи максимально иерархичными по своей структуре, с чрезвычайно повышенной ролью ритуалов, клановой и т.д., т.е. всеми теми признаками традиционного японского общества.



Другими словами, в характере этих группировок и их *modus operandi* не произошло серьезных изменений. Да, они часто становились Другими в рамках японского общества, но не доходили до статуса Чужих, так как их инаковость была лишь внешней, временной, продиктованной потребностями короткого периода времени.

В этом плане показательна субкультура босодзоку – байкеров и стритрейсеров. Она является одной из старейших субкультур в Японии. Их часто также называют *камикадзе байкеры*. Изначально босодзоку возникли в 50-х годах XX в. из полукриминальных группировок мотоциклистов. Первоначально они называли себя *каминари-дзоку* – «клан грома» (Sato I. , 1998, p. 190).

Как уже говорилось, во многом их появление было спровоцировано самой экономической и социальной обстановкой в Японии в это время. Возникнув как реакция на сложившуюся в 40-50-гг. особую экономическую и политическую ситуации, они позднее оформились как особая субкультура со своей модой, ориентированной на западные образцы, и особыми практиками. Изначально их кумирами стали неформальные объединения американских байкеров, такие как *Ангелы Ада* и другие. Правда, подражая американцам, «босодзоку стремились к созданию собственной стилистической культуры» (Sato I. , 1998, pp. 37-69). Но в 50-х гг. это не было массовым явлением. Мотоциклы были недоступной роскошью для японской молодежи. Такое увлечение могли себе позволить либо дети богатых родителей, либо дети владельцев автомастерских. Каминари-дзоку не были и кланом в полном смысле этого слова. Это были всего лишь случайные объединения нередко людей плохо знавших друг друга. Дзоку, т.е. «кланом» они казались лишь внешнему наблюдателю. По-настоящему в сплочённые группировки они начинают превращаться лишь в 70-е гг. Именно тогда сложились основные параметры этого явления.

К 2009 г. их уже насчитывалось более 42 тысяч человек. Страсть к театральным эффектам, хулиганским поступкам, осуждение со стороны СМИ и общества создали босодзоку устойчивую негативно-скандальную репутацию.

Следует, однако, оговориться, что между босодзоку 50-х и 90-х гг. существуют огромные различия. В действительности, это два различных молодежных движения. Если в 50-х гг. японские байкеры находились под сильным влиянием американской моды и американского стиля жизни, то в 90-х и начале 2000-х гг. они все чаще используют атрибуты японской военной формы времен Второй



мировой войны. Многие носят брюки и плащи с патриотическими лозунгами, ботинки летчиков, а также надписи на спине с названием и описанием банды: у некоторых это имперские знаки, а у кого-то – нацистские свастики. Стоит отметить, что сами себя *босодзоку* часто отождествляют с камикадзе, выражая тем самым приверженность национальным идеям.

Вообще пример с *босодзоку* показывает, насколько сложно это явление и что нельзя к нему относиться однозначно. И хотя внешне они могут напоминать группы байкеров или стритрейсеров в США или в Европе, это особое неповторимое японское явление. Многие японские журналисты и исследователи даже связывают феномен *босодзоку* с климатическими особенностями японских островов, обращая внимание на то, что нередко деятельность этой группы совпадает по времени с началом сезона дождей (Sato I. , 1998, pp. 15-16).

Не рассматривая серьезно связь движения японских байкеров с климатическими событиями, обратим внимание на ряд других особенностей этого культурного тренда. Самый большой специалист по *босодзоку* И. Сато полагает, что в нем отразились некоторые «национальные» категории характера японцев, среди которых он выделяет любовь к скорости и стремление к эмоциональному возбуждению (Sato I. , 1994, pp. 94-98). Вряд ли можно считать эти категории исключительно японскими, но вот ряд правил, согласно которым японские байкеры совершают свои заезды по улицам городов, следует рассмотреть более тщательно. Среди одной из психологических причин, которые так привлекают молодежь в подобные группы, по мнению того же И. Сато, является возможность находиться в потоке. Полностью согласны с этим предположением, так как заезды стритрейсеров в Японии – это не хаотичная быстрая езда по улицам, но хорошо организованное шоу, в котором каждый участник подчиняется особым правилам. Место сбора подобных заездов тщательно выбирается и оговаривается заранее. Боковые улицы перекрываются специальными людьми. Колонну транспортных средств (автомобилей и мотоциклов) возглавляет специальный лидер, машина которого отмечена флажком. Он – *хатамоти* (*хатамочи*) – флагоносец. Лидер в любой момент может изменить маршрут, и все обязаны следовать за ним по новому маршруту. Специальные люди прикрывают колонну сзади, не давая полиции выдвинуться вперед. Никто из участников заезда не имеет права обгонять *хатамоти*, который ведет группу к назначенному месту. Флаг *хатамоти* представляет собой сочетание традиционных для Японии символов с



новыми веяниями. На флаге, как правило, изображаются национальные эмблемы – восходящее солнце или хризантема. Имеется также эмблема банды и ее название. Интересно, что название группы написано с помощью китайских иероглифов и латиницей, что само по себе интересно, учитывая однозначно националистический характер этих группировок. Само название может также быть как максимально японским, так и английским. Эта гибридность, семантическая полифония, сочетание высокого и низкого подчеркивает особый дух подобных банд.

Образ *хатамоти* также достаточно интересен и позволяет сделать определенные предположения относительно самого феномена босодзоку. Дело в том, *хатамоти*, как особое историческое явление, были зафиксированы в крупных городах Японии в конце XIX в.. Они являлись частью особых групп чиндонья – уличных музыкантов или зазывал, занимавшихся различной рекламой. Эту группу, как правило из 7 человек, возглавлял *хатамоти* – «флагоносец», за которым шел музыкант с огромным барабаном. В группу входили и другие музыканты – саксофонисты или флейтисты. Группа вела себя эксцентрично, достаточно громко, стараясь привлечь внимание прохожих. Расцвет чиндонья приходится на 40-50-е гг. XX в.. В значительной степени участники чиндонья принадлежали самым низшим слоям населения, актерам, выходцам из сельской местности и т.д. (Kiritani, pp. 14-17). Именно этот аспект, как нам кажется, не стоит сбрасывать со счетов при анализе феномена босодзоку. Их стремление к иерархичной структуре со сложной системой внутренних статусов, упор на клановость, повышенная роль в ритуализации своих практик – все это указывает на архаичность данной субкультуры, их связь с традиционной культурой Японии.

Подтверждение тому, что в основу социальной структуры босодзоку легла, вероятно, сельская община, мы находим в традициях рыбацких деревень на Хоккайдо. Если промысел рыбы в подобных деревнях мало регламентируется общиной, то ежегодный сбор морских водорослей, запасы которых не безграничны, подлежит строгому упорядочиванию. За этим следит *хатамоти*, который с помощью специальных флагов (красный, голубой, белый) дает команду всем рыбакам к сбору урожая. При этом он следит, чтобы все рыбаки имели равные условия для сбора ламинарии. При этом на *хатамоти* лежит большая ответственность за выбор правильного дня для сбора водорослей, так как на сам процесс сбора и последующей сушки растений могут влиять самые различные факторы: высота волны, дождь и т.д. (Таку, 1996, 1998). Можно предположить, что



схожие функции и подобные же статусы существовали и в других сельских общинах.

Не исключено, что именно связь с традиционными сельскими кланами и привела к определенной экзистенциальной модели молодежи, вынужденной выживать в новых для нее условиях городской жизни. Это предположение может объяснить и тот факт, что, как уже указывалось выше, деятельность босодзоку активизировалась накануне периода дождей. Прекращение сельхозработ и возникновение свободного времени, как правило, восполняется в сельской местности активизацией иных ритуалов, не связанных с культами плодородия, но направленных на социализацию членов клана.

Японский антрополог Д. Аюкава, изучавший ночную активность молодежи в ряде городов Японии, указывает, что «Не только в крупных, но и в средних и малых городах молодежь собирается в популярных местах. В Такасаки, городе среднего размера с населением 245 000 человек, молодые люди в возрасте от 16 до 18 лет собираются на железнодорожном вокзале Такасаки. Они прибывают не только из Такасаки, но и из соседних городов. Они собираются по субботам вечером примерно с 19:00 вечера, сидят на земле и беседуют. Они делятся на группы по двадцать человек. В городе Маэбаси, расположенном в 115 километрах от Токио, молодежь собирается около железнодорожной станции Маэбаси. Их называют *ёсаоби-дзоку*, что означает «ночной клан». Эти молодые люди прибывают туда на машине и, согласно статье в национальной газете «Асахи Синбун» от 16 октября 1997 года, основной причиной их приезда туда является желание подцепить какую-то девушку. Некоторые из этих молодых людей – стритрейсеры» (Аюкава, р. 151). Пример с городами Маэбаси и Такасаки весьма показателен. Оба города начали активно развиваться в 60-70-х гг. XX в. за счет бурного спроса в мире на японскую электронику и автомобильную продукцию. Прирост городского населения этих городов осуществлялся за счет присоединения к ним соседних поселков. Кроме этого и Маэбаси, и Такасаки – крупные железнодорожные узлы, связывающие эти города с соседними городами и поселками, а также с Токио. Не удивительно, что транспортные узлы становились такими местами притяжения для молодежи – это своеобразные точки сбора, куда стекаются различные потоки¹.

¹ И здесь снова мы сталкиваемся с идеей *потока*, столь притяжательной для японских босодзоку. Здесь мы видим модель полностью противоположную той, что описал американский писатель Дж. Керуак в своих знаменитых романах «В дороге» (Kerouac, *On the Road*, 1957) и «Бродяги Дхармы»



Таким образом, привязанность босодзоку к западным символам модернизации была лишь внешним признаком, внутри этой системы мы обнаруживаем все те же архаичные черты японской клановой системы. Культ же насилия, царящий в подобных бандах, лишь подтверждает этот тезис. На это указывает и концепция «потока», на которой настаивал Сато, заявляя, что, как рассказывали его интервьюеры, их завораживало само движение со всеми, сопровождавшееся потерей своего эго. Движущаяся колонна автомашин и мотоциклов, ревущие моторы производили захватывающее впечатление как на участников, так и на зрителей. Это ощущение себя частью огромного мощного потока оказывало гипнотическое воздействие на членов банды (Sato I. , 1994, pp. 102-104). Китайские иероглифы, обозначающие поток, также часто используются в названиях этих банд. Многие из этих названий имеют дополнительную семантику, указывающую на трикстера или двойственного персонажа, что также подчеркивает гибридную семантику основных характеристик подобных групп (Sato I. , 1998, pp. 57-58).

Это несоответствие формы и содержания очень хорошо поясняют слова П. Бурдьё: «в результате эффекта гистерезиса, неизбежного в логике конституирования габитуса, практика всегда может подвергаться негативным санкциям, когда среда, в которой она фактически находится, слишком далека от той, к которой она объективно приспособлена. Поэтому конфликты поколений противостоят не возрастным классам, разделенным природными свойствами, а привычкам, выработанным разными режимами поколений, то есть условиями существования, которые, навязывая различные определения невозможного, могут и вероятно заставляют одну группу переживать как естественные или разумные практики или устремления, которые другая группа считает невыносимыми или скандальными, и наоборот» (Bourdieu, 2013, p. 78).

Этот эффект запоздалого габитуса, порожденного новыми экономическими и социальными условиями существования и ностальгией по привычному, очень хорошо заметен не только в этой, но и во многих других молодежных субкультурах.

(Kerouac, 1958). Для американских битников железная дорога была способом убежать из города, а железнодорожная станция – место, где можно пересечь на боковые дороги, уносящие его все дальше от городов, в сторону первозданной природы. Особенно примечательно то, что американские битники черпают свое вдохновение в японском дзен-буддизме. Японская же молодежь группируется вокруг железнодорожной станции – месте встречи. Здесь мы можем наблюдать как бы две модели потока, двигающегося в разные стороны.



Экономический подъем, начавшийся во второй половине 60-х гг. ознаменовал и новое отношение к Чужому. Теперь японское общество оказывалось в состоянии равенства с западным обществом, а значит оно было готово к потреблению тех же «благ» и «ценностей» западного мира, которые предлагались в других странах, где население не только хотело потреблять западную продукцию, но и могло это делать в силу финансового благополучия. И в этой ситуации, американская массовая культура казалась японской молодежи эталонной. Как уже говорилось, она давала возможность вырваться из традиционных оков максимально жесткого общества, где у молодежи было мало возможностей получить независимость, так как их будущее было предопределено множеством традиционных факторов, берущих начало еще в средневековой Японии. Надевая американскую одежду, японская молодежь становилась (хоть на какое-то время) свободной от давления со стороны традиции. Однако, полномасштабное развитие молодежных субкультур проявилось лишь в 80-х гг. XX в.. Ну а в 90-х гг. сформировалось такое явление, как японская уличная мода. Термин японская уличная мода или её английский эквивалент – Japanese Street Fashion в последнее время часто употребляется в виде аббревиатуры JSF. Глянцевые журналы пестрят фотографиями модников с улиц Токио, образы становятся все более экстремальными – молодое поколение, почувствовав дуновение свободы, стремится к индивидуализму и новым формам самовыражения как протесту против традиционных ценностей, социального устройства и гнета ответственности перед обществом. И субкультуры им в этом помогают, они становятся и способом выразить себя, и возможностью пойти против правил.

Как и на Западе в значительной степени влияние на молодежные субкультуры оказывали различные иконы стиля. Как правило, это были западные музыкальные исполнители, так как именно они задавали тон в мировой музыкальной моде, которая в свою очередь влияла и на другие аспекты поведения молодежи.

В последнее десятилетие XX в. в японской культуре произошли серьезные сдвиги, приведшие практически к революционным преобразованиям и пересмотру японской общественностью происходящего в стране. Как уже говорилось, этому способствовали экономические проблемы, которые переживала Япония из-за раздутых цен на недвижимость, неправильной банковской политики и т.д.. Вместе с тем в 90-е годы начинали реализоваться те культурные тенденции, которые наметились еще раньше. То есть и здесь мы наблюдаем эффект гистерезиса, т.е. некоего отставания различных



социальных или культурных процессов. Именно в этот период начинается расцвет таких жанровых явлений японской культуры как манга, аниме и т.д.. В 1991-92 гг. начинает выходить манга и аниме «Сейлор Мун», совершившая самый настоящий переворот в комиксной и киноиндустрии. Правда, это была не первая манга, где главным героем была девочка-подросток, обладающая суперспособностями. Еще в 1969 г. начинает свою деятельность группа женщин-художниц, специализирующихся в жанре манга, – «Союз 24 года». Специфика их творчества заключалась в том, что они ориентировались в своем творчестве на девушек и молодых женщин – сёдзё¹. Кроме этого, основными героинями их работы были также девушки и женщины. Но не только женщины создавали свои произведения с главным героем девушкой. Маленькая девочка или юная девушка становились главными персонажами такого известного японского художника и мастера кинематографа как Хаяо Миядзаки².

Таким образом, с 70-х гг. в Японии наметился серьезный гендерный сдвиг, нашедший свое отражение в художественной культуре. Поэтому неудивительно, что одной из первых молодежных субкультур в новой Японии стала *гяру* или *гал* (от англ. «girl» – *девушка*). Она появилась в 1970-х гг. и возникла под влиянием различных внутренних и внешних причин. Прежде всего это было связано с влиянием молодежной поп-культуры США не только на Японию, но и на молодежь Европы и Азии. Коснулось это влияние и молодежной культуры в СССР.

Бунтарские настроения в молодежной среде в 60-х повлияло на молодежную моду, музыку, гендерные отношения и т.д.. Японская молодежь начала подражать американской, что проявилось как во внешнем облике *гяру*, так и поведении представительниц этого направления, проповедовавших свободу нравов, открытую сексуальность и т.д.: ультракороткие юбки и шорты, броскую одежду, обувь на высоких каблуках, активное использование искусственного загара и косметики.

К внутренним причинам активности субкультуры *гяру* следует отнести бурное развитие японской промышленности в 60-70-е гг.. Повышенный спрос в мире на японскую электронную продукцию

¹ Сёдзё – яп. «девушка». Этим термином определяется различная продукция, которая адресована девушкам или молодым женщинам – сёдзё манга, сёдзё аниме и т.д.. Следует, однако, отметить, что сёдзё журналы появились еще в начале XX в., хотя они и не получили достаточной популярности.

² К подобным его работам можно отнести мангу «Навиская из Долины ветров» (1982-1994), аниме «Мой сосед Тоторо» (1988), аниме «Служба доставки Кики» (1989), аниме ««Принцесса Мононокэ»» (1997) и многие другие.



породил потребность в использовании женского труда. Это было вызвано двумя причинами: дешевизной женских рук на японском рынке и специфики производства электронной продукции на полупроводниках в этот период. От рабочего требовалась повышенная усидчивость и владение мелкой моторикой рук, необходимой для пайки мелких деталей. Именно этими качествами и обладали молодые девушки.

В значительной степени все это началось еще до Второй мировой войны в среде *могу – модан гару* (анг. «Modern Girl»). *Могу* были молодые девушки из рабочих слоев, которые начали одеваться вызывающе, порой крикливо, и вели себя очень раскованно. Окружающие, и даже те, кто выступал за равноправие полов, характеризовали такое поведение как «декадентское, гедонистическое и легкомысленное» (Sato B. , 2003, p. 65). Но ситуация в межвоенные годы была далека от уровня вовлеченности молодых девушек в производство в 60-70-е гг. Число работающих женщин значительно выросло, а их доход увеличился.

Теперь они могли полностью обеспечить себя, быть независимыми от семьи и сами управлять своей судьбой. Не следует сбрасывать со счетов и образование, которое также давали японским девушкам возможность выбирать свою судьбу, не заикливаясь только на замужестве. Эти изменения в системе семейных ценностей отразились и на тенденциях в различных молодежных течениях. Рост населения в больших городах также повлиял на молодежную и подростковую женскую моду¹. Оторванность от семьи, жизнь в общежитии среди малознакомых сверстников серьезным образом повлияло на изменения в моде. Как показала британский теоретик моды Е. Тсеелон, человек позиционирует себя по-разному в разных системах: среди родных, знакомых и малознакомых людей (Tseelon, 1992). С помощью одежды и макияжа женщина транслирует незнакомым или малознакомым людям особый образ, создавая некий дуализм видимого и невидимого (Tseelon, 1995, pp. 54-55).

Золотое время *гяру* пришлось на 90-е, а в 2000-х популярность субкультуры пошла на спад. В целом общество негативно относится к *гяру* за отказ от японских ценностей, подражание Западу, материализм и *эндзё-косай* – практику «оплачиваемых свиданий», когда девушка или молодой человек (*гяруо*) за времяпрепровождение, не обязательно сопряженное с сексом, получает деньги или подарки.

¹ Американский социолог К. Фишер высказал идею, что процессы урбанизации приводят к возникновению субкультур (Fischer, 1975)



В Японии субкультура гяру породила еще две основных ветви: когяру и гангуро. Когяру произошло от слияния слов *кокосэй* – «старшеклассница» (Miller, 2004, p. 228) и английского «girl», что в японском произношении звучит как гяру. Когяру создают образ нимфеток – укороченные школьные юбки, белые гольфы, легкий загар, естественная косметика и трогательные аксессуары. Эти девушки никогда не расстаются со своими телефонами. Превыше всего они ставят беззаботный образ жизни и модные вещи. У них есть свой собственный сленг, в котором используется большое количество английских слов, чаще искаженных на японский манер.

Еще одной достаточно интересной молодежной группой являются – *гангуро* (яп. «чёрное лицо») – более радикальное ответвление гяру, взявшее за основу африканские направления массовой культуры: хип-хоп, реггей, растафари и т.д. (Sterling, 2010).

Последователи подражают чернокожим исполнителям, поэтому основными их чертами является глубокий загар, которого они достигают не только посещением солярия, но и наносят на кожу тональный крем темного цвета. Так же они осветляют волосы (от просто светлых до серебристых), любят использовать голубые линзы и предпочитают яркую одежду. Как и у большинства японских субкультур, у гангуро популярна обувь на большой подошве, что визуально удлиняет силуэт и позволяет им казаться выше.

По мнению исследователей японской поп-культуры, гангуро является протестом против традиционных японских представлений о женской красоте. Считается, что эти субкультуры появились как ответная реакция на длительную социальную изоляцию Японии и консервативные правила в японских школах. Но в то же время, многие молодые японки активно подражают американкам, которых они видят в американских фильмах или музыкальных клипах. По этим причинам СМИ негативно воспринимает *гангуро*, как и всю *гяру-моду* в целом. Их часто считают сумасшедшими, или даже сравнивают с «горными ведьмами из японского фольклора» (Miller, 2006, p. 30).

С *горными ведьмами* связывают и такое экстремальное ответвление *гангуро* *ямамба*, или *мамба*. Узнать их можно по характерному макияжу: белая помада, белые круги вокруг глаз на очень загорелом или загримированном лице. Волосы они красят в любые цвета радуги, зачастую в ярко-розовый. Кроме того, девушки носят обувь на очень высокой платформе, предпочитают эксцентричные аксессуары.

Исследователи до сих пор спорят о причинах появления подобной субкультуры и механизмах формирования столь



гротескного стиля. Как нам кажется, причину этого следует искать в самой гибридности этого явления, да и других – подобных ему. Они все формируются на стыке культур – не важно каких – этнических, национальных, социальных, гендерных и т.д.. Не будучи равны оригиналу (африканцам или афроамериканцам) и транслируя в японский культурный ландшафт элементы чужой культуры, они создают новую реальность, которая перестает быть равной как первой культуре (оригиналу), так и культуре реципиента (японской). Как заметил видный теоретик постколониализма Х. Бхабха, «трансляция является способом имитации, но в некорректном, искажающем смысл – копирование оригинала таким образом, чтобы приоритет оригинала не усиливался, а сам факт лишь подтверждал, что он может имитироваться, копироваться, передаваться, трансформироваться, превращаться в симулятор и так далее: сам «оригинал» не является завершенным или законченным. «Оригинальное» всегда открыто для толкования, поэтому никогда нельзя сказать, что оно имеет обобщенный предшествующий момент бытия или смысла – его сущность. На самом деле это означает, что культуры формируются только по отношению к той отличной от их собственной символаобразующей деятельности, которая делает их деконцентрированными структурами в результате этого перемещения или лиминальности. Это открывает возможность формулирования различных, даже сопоставимых культурных практик и приоритетов» (Bhabha, pp. 209-210).

Эта лиминальность, гротескность внешности гангуро лишь подчеркивает их стремление как можно дальше уйти от своей культуры, разорвать с ней возможные связи, заявив о своей непохожести на остальных и на право быть непохожими.

Все это хорошо заметно и в других стилях японских молодежных субкультур: вижурал кей, Lolita и Gothic&Lolita и многие др.. Особое влияние на японскую молодежную моду оказала субкультура *вижурал кей*, появившаяся в 1980-х гг. на базе одноименного музыкального жанра. *Вижурал кей* возник из смеси металла, глэм-рока и панк-рока, а также аниме, манги и компьютерных игр (McLeod, p. 309). Молодежь начала копировать образы музыкантов, позаимствовавших многое из глэм- и готик-рока: X Japan, Luna sea, Malice Mizer, Dir en Grey и других. Суть стиля *вижурал кей* – подчеркнута андрогинный образ, вызывающе сексуальная одежда, обилие макияжа и сложные прически. В 80-е гг., когда формировался стиль, это был очередной способ молодежи преодолеть социальные и гендерные границы. Вижурал сформировался под влиянием таких западных исполнителей,



как Kiss, Дэвид Боуи и Japan, при этом «с использованием элементов театра кабуки» (Johnson & Kawamoto, p. 204). И, конечно же, внутри этой субкультуры со временем выделилось еще множество подстилей, например, *осярэ кей* (позитивный подстиль), *коте кей* (мрачный и немного готический).

Вижуал кей оказал огромное влияние на современную японскую культуру в целом. Несколько экстравагантные и гендерно-размытые образы артистов, выступающих в этом стиле, мотивировали к изменению облика не только женскую аудиторию, но и мужскую, что способствовало распространению мужских косметических салонов (McLeod, p. 311).

К сожалению, в рамках одной статьи мы не можем остановиться подробно на различных стилях молодежной моды в Японии. Однако, еще раз заметим, что все их объединяет желание быть похожими на Чужого, будь то с помощью хирургической операции по изменению формы глаз (*санганпури*), скул и носа, или с помощью макияжа, и даже весьма экзотических косметических способов и манипуляций с использованием специального клея, линз, зажимов и прищепок и т.д..

Но все это является лишь внешней формой, демонстрирующей лишь одну сторону данного явления. Эта внешняя форма лишь отражение внутреннего протеста против традиционных устоев японского общества, в котором молодому поколению отводится ограниченное место. Стремясь к самовыражению, молодежь таким образом пытается доказать свою независимость и право выражать себя.

Общество, заикленное на клановой или корпоративной системе, жесткой иерархии, гендерном неравенстве и коллективизме, больше не удовлетворяет молодежь. Оторвавшись от опеки семьи, не вступив еще во взрослую жизнь с ее предписаниями и ограничениями, молодежь начинает конструировать иную реальность, в которой традиционная национальная модель выступает негативным примером. В качестве подражания берется за основу иная модель, с которой «ознакомились» на страницах модных журналов, в кинотеатрах, компьютерных играх и т.д.. При этом ими, как правило, не осознается, что это «слепок», который они взяли за основу, не равен оригиналу. Он является лишь неким идеалом, к которому стремится общество, своеобразной иллюзией, навязанной обществу.

Однако не стоит полагать, что молодое поколение, строящее свою культуру, оказывается один на один с реальностью. Современное японское общество таково, что эта японская молодежь находит свою нишу для реализации себя. Она не одинока в своих



исканиях, и это находит отклик в обществе, что приводит к созданию нового габитуса, т.е. того, что Бурдьё назвал «оркестровкой габитуса»: «Одним из фундаментальных эффектов оркестровки габитуса является создание здравого смысла, наделенного объективностью, обеспечиваемой консенсусом в отношении смысла (ощущения) практики и мира, другими словами, гармонизация опыта агентов и постоянное усиление, которое каждый из них получает от выражения, индивидуального или коллективного (на фестивалях, например), импровизированного или запланированного (публичные пространства, высказывания), сходного или одинакового опыта. Однородность привычки – это то, что в рамках группы агентов, обладающих схемами (производства и интерпретации), подразумеваемыми в их производстве, заставляет практики и работы быть немедленно понятными и предсказуемыми и, следовательно, воспринимаемыми как должное» (Bourdieu, p. 80).

Но вернемся к концепции Чужого (иностранца) в понимании Ю. Кристевой. Говоря о «свободе» Чужого, она поясняет, что эту свободу он получает, теряя возможность говорить. Вообще немота Чужого, т.е. невозможность выразить себя – один из главных признаков Чужого. Это очень хорошо было показано в фильме 2003 г. Софии Копполы «Трудности перевода» (англ. «Lost in Translation»), в котором главный герой Боб Харрис (Билл Мюррей), оказавшись в Токио и не зная японского, чувствует отстраненность. Он не может в полной мере выразить себя, он Чужой в этом городе¹. Немой Чужой пытается найти себя в Чужом пространстве: «Застрявший в этой полиморфной немоте иностранец может вместо того, чтобы говорить, попробовать заняться уборкой дома, играть в теннис, футбол, плавать, шить, кататься верхом, бегать трусцой, забеременеть, что происходит и с вами» (Kristeva, 1991, p. 16). Эта фраза как нельзя лучше описывает происходящее с Бобом Харрисом в Токио².

Но можно ли говорить о «немоте» японской молодежи? Ведь, казалось бы, она то говорит, и говорит часто довольно-таки громко³. Вряд ли «полиморфную немоту» следует понимать, как только неспособность говорить. Эта немота может принимать разные формы.

¹ Но название фильма «Lost in Translation» можно выбрать и в качестве своеобразной метафоры того, о чем мы говорили, так как его можно также перевести как «потерянное в процессе перевода». Переводя чужую культуру на свой язык, молодежь Японии создает что-то иное. Часть чужой культуры теряется при переводе.

² Ну может быть за исключением беременности.

³ Отличительная черта некоторых субкультур – их громкая речь.



Немота заключается не в том, что субъект не может говорить, а в том, что другие не слышат его, точнее не могут понять¹.

В метафорическом плане представители японских субкультур также обладают этой полиморфной немотой. Их модели коммуникации все больше отдаляют их от японцев старшего поколения. Они создают свой язык (и устный, и письменный). И это не только молодежный сленг, который можно обнаружить в самых различных социальных группах по всему миру. К этому новому языку следует отнести и новую систему коммуникации – эмодзи, превратившуюся в особый язык, на который теперь можно перевести практически любую (не относящуюся к профессиональной речи) повседневную фразу современного языка. Эмодзи уже является официально признанным языком, и имеются переводчики, которые позволяют переводить фразы на этот язык или с этого языка. Такую функцию предлагает, например, Яндекс Переводчик: <https://translate.yandex.ru/?lang=ru-emj>. Но традиционный эмодзи японской молодежи гораздо сложнее, многообразнее, чем шуточные попытки российских программистов предложить такую забавную услугу.

Эмодзи японской молодежи (*гяру модзи*) использует самые различные символы, а не только официальные смайлики: знаки традиционной японской азбуки (хирагану и катакану), математические символы, латиницу, кириллицу и т.д. (Miller, 2004, pp. 229-231).

Но и расширяя понятие «речи» до невербальных способов коммуникации, мы можем понять смысл некоторых практик молодежных субкультур. Не всегда для выражения своих чувств, эмоций и устремлений субъекту нужна речь. Нередко он может сделать это другими способами. Одним из способов такой невербальной коммуникации молодежи оказываются косплей – костюмированные представления по мотивам фильмов, аниме или манга. Облачаясь в костюм своего любимого героя, косплейщик как бы дает понять окружающим, кто он и что он хочет этим сказать. Регулярные встречи любителей подобных практик – комиконы и комикеты – собирают многотысячную аудиторию со всего мира. На ежегодный комикет в Токийский международный выставочный центр собираются огромные массы народа – на августовскую встречу 2019 г. собралось более 700 тыс. человек. Не делая акцент на то, что теперь

¹ Сравните русск. «немеч», т.е. «немой», но немой он не потому, что не может говорить, а потому, что не может быть услышанным. Отсюда и толмач оказывается не только «переводчиком», но и приобретает значение «глупого человека», ведь и сам переводчик говорит на непонятном языке.



это превращается в высоко рентабельное коммерческое предприятие, обратим внимание на другой аспект подобных встреч – позирование участников. Костюмированные участники принимают определенные позы, в то время, как зрители фотографируют участников. И дело здесь не в демонстрации своих костюмов и не в необходимости замереть во время фотографии, так как современные сотовые телефоны позволяют снимать и фото, и видео. Нарочитое позирование, как нам кажется, и есть немота – речь совершается невербально, так как герой лишен голоса. Его речь – это сама его поза. Субъект молчит, он недвижим, но говорит его костюм, его поза, его готовность к действию. Это полиморфная немота и полиморфная речь.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вся культура японских молодежных групп – это уже достаточно мощная вселенная, в которой субъект может совершать самые различные действия, не боясь не быть услышанным. Конечно, как в любой вселенной в ней есть все: и добро, и зло, и творчество, и примитив. Но эта вселенная очень хорошо реагирует на все, что происходит в нашей вселенной, изменяясь под ее влиянием, но и изменяет ее (Алиев, 2015).

Но следует сказать, что японское общество в целом с пониманием относится к происходящему в молодежных культурах. Более того, оно осознало, что эти субкультуры не только не являются Чужими, по отношению к ним, но и могут выступать своеобразной визитной карточкой. Несколько лет назад Министерство иностранных дел Японии начало публиковать для иностранных туристов буклеты с описанием тех мест в Токио, где туристы могут познакомиться с субкультурами. Выпускаются и научные монографии, где изложение материала также подчинено этой логике культурного локуса: *гяру* Сибуйя, *лолиты* Харадзюку, *отаку* Акихабары и т.д. (Kawamura, 2012).

Но как бы то ни было, молодежные субкультуры образуют особый культурный ландшафт в культуре Японии. Мы уже говорили, что образ Чужого, как правило, строится на основе трех ключевых моментов: вестиментарность, алиментарность и сексуальность (Якушенков & Якушенкова). Относительно вестиментарной культуры, т.е. культуры одежды, внешнего вида, эти субкультуры попадают в полной мере под описание их инаковости. Их особое сексуальное поведение также была довольно подробно исследована с самых разнообразных сторон (Saito) (Galbraith) (Prough) (Levi, McHarry, &



Pagliassotti), поэтому мы не будем здесь касаться этого вопроса. Как мы указывали, и их языковая культуры также подчеркивает их инаковость. Единственное, что не указывает на то, что они оказываются Чужими, остается их алиментарная или пищевая культура. Но может быть, здесь просто отсутствуют исследования, на основе которых можно было бы сделать конкретные выводы. Некоторые факты (как, например, наличие «мейд кафе») все же позволяют сделать некоторые предположения, что и этот аспект культуры также выделяет эти субгруппы из общего культурного ландшафта Японии. В любом случае этот феномен еще предстоит подробно изучать, чтобы прийти к окончательному выводу.

Список литературы

- Ayukawa, J. (2004). Night-time and deviant behaviour. The changing night scene of Japanese youth. In *Night-time and sleep in Asia and the West: exploring the dark side of life* (pp. 149-170). London, New York: Routledge.
- Bhabha, H. (1990). The Third Space. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference* (pp. 207-221). London: Lawrence & Wishart Limited.
- Bourdieu, P. (2013). *Outline of a theory of practice*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Charles, L. K. (2 November 1989 г.). The American Role in Revising Japan's Imperial Constitution. *Political Science Quarterly*(104).
- Cooney, K. J. (2004). Nissan syndrome and structural reform in Japan: will it take a "gaijin"?". 2(28), 5-34.
- Doak, K. M. (2007). *A History of Nationalism in Modern Japan: Placing the People*. Leiden: Brill.
- Fischer, C. S. (1975). Toward a Subcultural Theory of Urbanism. *American Journal of Sociology*, 80(6), 1319-1341.
- Galbraith, P. W. (2013, 279-297). Osamu Moet Moso: Imagining Lines of Eroticism in Akihabara. *Mechademia: Second Arc*, 8.
- Johnson, H., & Kawamoto, A. (2016). Visual Kei: Glamour In Japanese Pop Music. In I. Chapman, & H. Johnson (Eds.), *Global Glam and Popular Music: Style and Spectacle from the 1970s to the 2000s*. New York: Routledge.
- Kawamura, Y. (2012). *Fashioning Japanese Subcultures*. New York: Berg.
- Kerouac, J. (1957). *On the Road*. New York: Viking Press.
- Kerouac, J. (1958). *The Dharma Bums*. New York: Viking Press.



- Kiritani, E. (2012). *Vanishing Japan: Traditions, Crafts & Culture*. Tokyo: Tuttle Publishing.
- Kristeva, J. (1991). *Strangers to Ourselves*. New York: Columbia University Press.
- Levi, A., McHarry, H., & Pagliassotti, D. (Eds.). (2008). *Boys' Love Manga: essay on the sexual ambiguity and cross-cultural fandom of the genre*. Jefferson: McFarland & Company.
- Madsen, S. (1993). The Japanese Constitution and Self-Defense Forces: Prospects for a New Japanese Military Role. *Transnational Law & Contemporary Problems*, 3, 549-579.
- McLeod, K. (2013). Visual Kei: Hybridity and Gender in Japanese Popular Culture. *Young*, 21(4), 309-325.
- Miller, L. (2004, Number 2). Those Naughty Teenage Girls: Japanese Kogals, Slang, and Media Assessments. *Journal of Linguistic Anthropology*, 14(2), 225-247.
- Miller, L. (2006). *Beauty Up: Exploring Contemporary Japanese Body Aesthetics*. Berkeley, London: University of California Press.
- Prough, J. S. (2011). *Straight from the Heart: Gender, Intimacy, and the Cultural Production of Shōjo Mang*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Saito, K. (2014). Magic, Shōjo, and Metamorphosis: Magical Girl Anime and the Challenges of Changing Gender Identities in Japanese Society. *The Journal of Asian Studie*, 73(1), 143-164.
- Sato, B. (2003). *The New Japanese Woman: Modernity, Media, and Women in Interwar Japan*. Durham, London: Duke University Press.
- Sato, I. (1994). Boso-zoku: flow in Japanese motorcycle gangs. In M. Csikszentmihalyi, & I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness* (pp. 92-117). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Sato, I. (1998). *Kamikaze Biker: Parody and Anomy in Affluent Japan*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sterling, M. (2010). *Babylon East: Performing Dancehall, Roots Reggae, and Rastafari in Japan*. New York: Duke University Press.
- Taku, I. (1996). Decision-Making on Harvesting of Kombu Kelp (*Laminaria angustata*) in Hidaka District, Hokkaido, Japan. *Anthropological Science*, 104(1), 65-82.
- Taku, I. (1998). Competition and Communal Regulations in the Kombu Kelp (*Laminaria angustata*) Harvest. *Human Ecology*, 26(3), 405-423.
- Tseelon, E. (1992). Self Presentation through Appearance: A Manipulative vs. a Dramaturgical Approach. *Symbolic Interaction*, 15(4), 501-513.



- Tseelon, E. (1995). *The Masque of Femininity: The Presentation of Woman in Everyday Life*. London: SAGE.
- Wakabayashi, B. T. (1998). *Modern Japanese Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weiner, M. (2009). Editor's introduction. In M. Weiner (Ed.), *Japan's minorities: the illusion of homogeneity* (pp. XIV-XXII). New York: Routledge.
- Алиев, Р. Т. (2015). Комикс как отражение социокультурной динамики в американской массовой культуре. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*(1 (42)), 320-326.
- Якушенков, С. Н., & Якушенкова, О. С. (2012). Тело варвара: конструирование образа чужого на китайском фронтире. *Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2012. № 4* (33).(4 (33)), 233-240.

References

- Алиев, Р. Т. (2015). Comics as a Reflection of the Socio-Cultural Dynamics in American Popular Culture. *Caspain Region: Politics, Economics, Culture* (1 (42)), 320-326. (In Russian)
- Ayukawa, J. (2004). Night-time and Deviant Behaviour. The Changing Night Scene of Japanese Youth. In *Night-time and Sleep in Asia and the West: Exploring the Dark Side of Life* (pp. 149-170). London, New York: Routledge.
- Bhabha, H. (1990). The Third Space. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference* (pp. 207-221). London: Lawrence & Wishart Limited.
- Bourdieu, P. (2013). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Charles, L. K. (1989, November 2). The American Role in Revising Japan's Imperial Constitution. *Political Science Quarterly*(104).
- Cooney, K. J. (2004). Nissan Syndrome and Structural Reform in Japan: Will It Take a "Gaijin"? *2*(28), 5-34.
- Doak, K. M. (2007). *A History of Nationalism in Modern Japan: Placing the People*. Leiden: Brill.
- Fischer, C. S. (1975). Toward a Subcultural Theory of Urbanism. *American Journal of Sociology*, 80(6), 1319-1341.
- Galbraith, P. W. (2013, 279-297). Osamu Moet Moso: Imagining Lines of Eroticism in Akihabara. *Mechademia: Second Arc*, 8.



- Johnson, H., & Kawamoto, A. (2016). Visual Kei: Glamour In Japanese Pop Music. In I. Chapman, & H. Johnson (Eds.), *Global Glam and Popular Music: Style and Spectacle from the 1970s to the 2000s*. New York: Routledge.
- Kawamura, Y. (2012). *Fashioning Japanese Subcultures*. New York: Berg.
- Kerouac, J. (1957). *On the Road*. New York: Viking Press.
- Kerouac, J. (1958). *The Dharma Bums*. New York: Viking Press.
- Kiritani, E. (2012). *Vanishing Japan: Traditions, Crafts & Culture*. Tokyo: Tuttle Publishing.
- Kristeva, J. (1991). *Strangers to Ourselves*. New York: Columbia University Press.
- Levi, A., McHarry, H., & Pagliassotti, D. (Eds.). (2008). *Boys' Love Manga: Essay on the Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of the Genre*. Jefferson: McFarland & Company.
- Madsen, S. (1993). The Japanese Constitution and Self-Defense Forces: Prospects for a New Japanese Military Role. *Transnational Law & Contemporary Problems*, 3, 549-579.
- McLeod, K. (2013). Visual Kei: Hybridity and Gender in Japanese Popular Culture. *Young*, 21(4), 309-325.
- Miller, L. (2004, Number 2). Those Naughty Teenage Girls: Japanese Kogals, Slang, and Media Assessments. *Journal of Linguistic Anthropology*, 14(2), 225-247.
- Miller, L. (2006). *Beauty Up: Exploring Contemporary Japanese Body Aesthetics*. Berkeley, London: University of California Press.
- Prough, J. S. (2011). *Straight from the Heart: Gender, Intimacy, and the Cultural Production of Shōjo Mang*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Saito, K. (2014). Magic, Shōjo, and Metamorphosis: Magical Girl Anime and the Challenges of Changing Gender Identities in Japanese Society. *The Journal of Asian Studie*, 73(1), 143-164.
- Sato, B. (2003). *The New Japanese Woman: Modernity, Media, and Women in Interwar Japan*. Durham, London: Duke University Press.
- Sato, I. (1994). Bosozoku: Flow in Japanese Motorcycle Gangs. In M. Csikszentmihalyi, & I. S. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness* (pp. 92-117). Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Sato, I. (1998). *Kamikaze Biker: Parody and Anomy in Affluent Japan*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sterling, M. (2010). *Babylon East: Performing Dancehall, Roots Reggae, and Rastafari in Japan*. New York: Duke University Press.



- Taku, I. (1996). Decision-Making on Harvesting of Kombu Kelp (*Laminaria angustata*) in Hidaka District, Hokkaido, Japan. *Anthropological Science*, 104(1), 65-82.
- Taku, I. (1998). Competition and Communal Regulations in the Kombu Kelp (*Laminaria angustata*) Harvest. *Human Ecology*, 26(3), 405-423.
- Tseelon, E. (1992). Self Presentation through Appearance: A Manipulative vs. a Dramaturgical Approach. *Symbolic Interaction*, 15(4), 501-513.
- Tseelon, E. (1995). *The Masque of Femininity: The Presentation of Woman in Everyday Life*. London: SAGE.
- Wakabayashi, B. T. (1998). *Modern Japanese Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weiner, M. (2009). Editor's Introduction. In M. Weiner (Ed.), *Japan's Minorities: the Illusion of Homogeneity* (pp. XIV-XXII). New York: Routledge.
- Yakushenkov, S. N., & Yakushenkova, O. S. (2012). Barbarian Body: Construction of the Alien's Body on the Chinese Frontier. *Caspian Region: Politics, Economics, Culture* (4 (33)), 233-240. (In Russian)