

Мода «на восток» в современной России

Распутина А. И.,

студентка СКФУ

Научный руководитель – Шульга М. М.,

профессор кафедры социологии СКФУ

В статье сделана попытка описания феномена «моды на Восток», ее форм и видов, причин повышенного интереса к японской культуре в XX веке.

Ключевые слова: Япония, «мода на Восток», экзотика, Страна Восходящего солнца.

Япония – «закрытая страна»; так считалось из-за того, что с середины XVII века действовал закон о самоизоляции страны. Закон, запрещающий японцам покидать страну, нарушившим данный запрет один приговор – смерть. А иностранцам запрещено жить на территории страны. Эта ситуация поменялась только в 19 веке. Изначально интерес Запада к Японии носил сугубо экономический и политический характер, а культура страны расценивалась как примитивная, неравная по отношению к высоким индустриальным и цивилизационным достижениям развитого Запада [1].

После открытия Японии торговцы привозили не только товары, но и информацию о Стране Восходящего солнца и её традициях. Она была субъективна и во многом идеализирована. Эти сведения были экзотичны, что послужило причиной повышения интереса к Японии. В быте европейцев появились такие вещи, как веера, фарфор, кимоно, гравюры укиё-э, ткани и другое. По мнению Н. С. Николаевой, которая изучает диалог Европы и Японии в искусстве, эти вещи первоначально «воспринимались в единстве с китайскими и рассматривались, скорее, как экзотическая диковинка» [2, с. 15].

Все эти факторы привели к росту интереса к Японии. Вследствие этого в 1862 году в Лондоне состоялась первая художественная выставка, которая была посвящена Стране Восходящего солнца. «Образ Японии» как феномен европейского сознания, по мнению известного японоведа В. Э. Молодякова, начал формироваться как раз после дан-

ной выставки, «где Япония впервые показала за границей коллекцию своего традиционного искусства, покоровшего за несколько лет всю Европу. Эта акция имела колоссальное политическое значение и стала для Японии пропуском в «цивилизованный мир», так как промышленному, технологическому и военному превосходству европейских держав она могла в то время противопоставить «на равных» только свои культурные ценности» [3, с. 7-8].

Именно тогда на Западе и сформировался образ сказочной, волшебной, экзотической, «живописной» Японии: «Для миллионов западных буржуа Япония была игрушечным миром с гейшами и с бумажными фонариками, с цаплями и драконами, с ирисами и веерами, с хризантемами и церемониями» [3, с. 7-8]. Сказочный образ взбудоражил многих представителей творческой элиты, мотив Японии стал появляться в разных жанрах искусства. В 60–70 годы XIX столетия «живописная Япония», по мнению А. Е. Куланова, навсегда поселилась «в умах и фантазиях лучших европейских писателей и художников того времени, таких, как, Оскар Уайльд, Клод Моне, Винсент Ван Гог, а вслед за ними покорила и большинство столиц Старого Света» [4, с. 128.].

Повышенный интерес к Японии в начале XX века можно объяснить двумя причинами: привлекательностью мифа об «экзотической», «сказочной» Японии и интересом к противнику. Стоит отметить и такой малоизвестный факт, что после Русско-японской войны в русском обществе,

а особенно среди интеллигенции и деятелей искусства, появилось стремление к изучению «настоящей» Японии. Ряд институтов, например Петербургский, Лазаревский (Москва) и Восточный (Хабаровск), открыли отделения по изучению Японии. Интерес этот был довольно велик, и многие ученые проводили разносторонние исследования Японии, которые, к сожалению, не были донесены до масс [1].

Важно отметить, что интерес к Японии, «спрос» на нее в XX веке был практически постоянным, но проявлялся он в большей или меньшей степени. С приходом к власти большевиков наша страна переживала огромную внутреннюю перестройку, в частности, перестройку морально-психологического плана. В таких условиях, конечно же, было сложно выйти за рамки собственного государства, обращать внимание на соседей. С формированием Советского Союза, чтобы снизить внутренние противоречия, интерес был насильно направлен на союзные республики и их культуры.

В 1956 году Советская Россия восстановила дипломатические отношения с Японией. Расширилось и число источников информации об этой стране. Начался новый этап интереса к Японии. Постепенно

советский человек, пусть и поверхностно, открывал для себя Японию. Начали демонстрировать японские фильмы, издавать в большом объеме японскую литературу, проводить японские художественные выставки, которые пользовались большим успехом.

После Токийской олимпиады 1964 года в СССР можно отметить японский «бум», интерес к японской борьбе и, в частности, к каратэ. Интерес этот еще больше усилился после показа фильма Акиры Куроавы «Гений дзюдо».

К моменту распада СССР интерес к Японии почти достиг апогея. Послабление было сделано еще во времена перестройки, уменьшалась цензура – это провоцировало рост интереса. И именно с начала 90-х годов XX века Россия переживает моду «на Японию».

Весьма показателен тот факт, что «из Японии перестают везти телевизоры и начинают везти фарфор, укиё-э, курительные палочки... через сто лет мы приходим к тому, что образ Японии на бытовом уровне (в обеспеченных слоях населения, естественно) снова определяют кимоно, веера, гравюры – повторяется «Петербург». И добавляются новые весомые составляющие – суси и сасими!» [1]. Появляется достоверная и качественная информация о культуре Японии, ее религии, обрядах, традициях. Более того, за последние двадцать лет на русский язык были переведены практически все произведения, составляющие золотой фонд японской литературы.

Среди элементов японской культуры, которые сейчас популярны или были популярны несколько лет назад и оставили след в современной русской бытовой культуре, были отмечены и подробно описаны боевые искусства, литература, кинематограф, комикс-культура, анимэ, кухня, оригами, икэбана, бонсай, нэцкэ, одежда и аксессуары, интерьер и дизайн, музыка и караоке.

Самым основным и, пожалуй, самым «живучим», стал образ сказочной Японии, страны гейш и самураев, чайных домиков и цветущей сакуры. Вторым устойчивым стереотипом японской культуры является уверенность в том, что она гармонично сочетает в себе традиции предков и модернизацию, т. е. является традиционной и современной культурой одновременно.

Одним из факторов моды «на Восток» является литература. Её переводили много, но если в советские времена переводились представители практически всех стран Дальнего Востока, то в современности в большинстве своем переводится японская литература. Настоящий «бум» начался с выхода коваленинского перевода «Охоты на овец» Харуки Мураками. Именно тогда началась так называемая «Мураками-мания».

Именно после популярности Харуки Мураками российские издатели стали переводить и издавать на книжном рынке всех сколько-нибудь популярных японских писателей последних десятилетий. При всем изобилии переводимых японских авторов судьба их далеко не так благополучна.

Наиболее яркий из «новейших японцев», переведенных вслед за Мураками Харуки, безусловно, его однофамилец Мураками Рю. В Японии он имеет репутацию маргинала и «жесткого» писателя, однако его творчество весьма разнообразно.

Теперь вслед за Мураками переводятся авторы совершенно разных направлений: вполне классический Маруяма Кэндзи («Сердцебиение»), мейнстримовые, «массовые» авторы Симада Масахико («Царь Армадилл») и Ямада Таити (его «Лето с чужим» только готовится к печати), а также такие достаточно специфические, «жанровые», как Судзуки Кодзи (его роман ужасов «Звонок» был экранизирован дважды – в Японии и в Америке). Абэ Кадзусигэ (его готовящийся к выходу роман «Individual Projection» напоминает «Бойцовский клуб» Чака Паланика,) и Фудзисава Сю («Satori») [5].

В современном мире набирает влияние не столько мода на Японию, сколько на Восток в целом. Появляется повышенный интерес к таким странам как Китай, Южная Корея, в меньшей степени Тайвань, Вьетнам, Гонконг.

В современном обществе, особенно в среде молодежи, можно увидеть не только субкультуры-приверженцы Японии, но и, например, К-поп – корейской поп музыки. Корейские и китайские дорамы (сериалы) и фильмы прочно заняли свое место в увлечениях людей по всему миру.

Японская и корейская косметика заняла свою нишу на российском рынке, также, как суши-бары и караокэ-бары.

В нашу перенасыщенную американской культурой жизнь стала вливаться массовая культура Востока, с её культурой, традицией, менталитетом и в некоторых моментах специфичным юмором. Хотя уже сейчас виден широкий пласт молодежи, которая интересуется не только массовой привнесенной культурой, но и культурой и традициями разных стран, им интересны они «настоящие».

Примечание

1. Ипатова А. А. Мода на Японию как социокультурный феномен современного российского общества / [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/moda-na-yaponiyu-kak-sotsiokulturnyy-fenomen-sovremennogo-rossiyskogo-obschestva>

2. Николаева Н. С. Япония-Европа. Диалог в искусстве. Середина XVI – начало XX века. М.: Изобраз. искусство, 1996.

3. Молодяков В. Э. «Образ Японии» в Европе и России второй половины XIX – начала XX века. М.: Ин-т востоковедения РАН, 1996.

4. Куланов Л. Е. Роль боевых искусств в формировании имиджа Японии в России // Япония 2006. Ежегодник. М.: АИРО-XXI, 2006.

5. Коломина Е. В. Издание японской художественной литературы в современной России (1993–2000-е гг.) / [Электронный ресурс]. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22839422_65398232.pdf