

Особенности молодёжной аниме-субкультуры¹

Гребёнкина Александра Анатольевна²

студентка

Уральский государственный университет им. А.М. Горького, Екатеринбург, Россия

E-mail: a_grebyonkina@e1.ru

Введение

В последние годы мы становимся свидетелями формирования и развития новой молодёжной субкультуры - субкультуры любителей аниме, японской мультипликации. Целевая аудитория аниме - в основном подростки и взрослые; также аниме-продукция отличается разнообразием жанров и стилей, благодаря чему и пользуется большой популярностью во всём мире. Однако характеристики функционирования данной субкультуры не ограничиваются исключительно просмотром мультипликационных фильмов, хотя, несомненно, увлечение соответствующей видеопродукцией в абсолютном большинстве случаев служит отправным пунктом для перехода к другим видам деятельности. Важной чертой так называемого «аниме-фандома» является его базирование на японской культуре, элементы которой всё больше проникают в российскую действительность, оставаясь при этом в недостаточной степени изученными. По имеющимся данным, в своём социокультурном аспекте данная тема не ещё поднималась, и научной литературы по ней нет, несмотря на то, что принадлежность к аниме-субкультуре постепенно становится серьёзным основанием для культурной идентификации и самоидентификации молодёжи.

Методы

В феврале 2007го года в рамках учебной социологической практики мной было проведено пилотажное исследование, посвящённое изучению аниме-субкультуры. Методом интервью были опрошены 30 человек в возрасте от 14 до 25 лет, в той или иной мере относящие себя к данной категории. Задачами исследования были поставлены выявление внешних характеристик субкультуры, изучение механизмов её формирования и функционирования, изучение функций и дисфункций данной субкультуры, а также разработка её структурной модели.

Результаты

По результатам исследования можно сделать вывод о складывании полноценной молодёжной субкультуры, находящейся на стадии неформальной институционализации. Складывание данной субкультуры возможно прежде всего в крупных городах, так как велика зависимость от развития рынка соответствующей видео-, аудио- и печатной продукции. Получают распространение специально организованные мероприятия («фесты») с программой, включающей в себя творческие и коммерчески направленные элементы; вместе с тем, ведущей целью таких фестивалей остаётся общение «единомышленников», и, в частности, переход от виртуального их знакомства к реальному. Однако степень виртуальности «аниме-фандома» остаётся очень высокой, что отражается на характере субкультурной символики: она носит преимущественно графический и лингвистический характер, причём основной особенностью сленга является широкое использование японских слов и выражений. Внешние же, визуальные признаки принадлежности к «анимешникам», в одежде и атрибутике, выражены слабо или не выражены вообще.

¹ Тезисы доклады основаны на материалах учебного социологического исследования, проведённого в феврале 2007 года в г. Екатеринбурге автором статьи.

² Автор выражает признательность профессору, д.ф.н. Грунт Е.В. за помощь в подготовке тезисов.

Деятельность любителей аниме носит двойственный характер: с одной стороны, налицо направленность на потребительское поведение, как то: просмотр видеопроодукции, прослушивание музыки (обычно музыкального сопровождения того или иного аниме), чтение манги (японской разновидности комиксов), а также увлечение видеоиграми. Но вместе с тем развиваются как виртуальное творчество (создание видеокompиляций - «фанвидео» и так называемых AMV, «фанфикшн» - произведение с героями и/или элементами действия, взятыми из чужих произведений, «фанарт» - рисунки по мотивам произведений), так и «живое» творчество, наиболее характерной для субкультуры аниме разновидностью которого является так называемый «косплей» - своего рода маскарад с переодеванием и гримировкой под персонажей аниме, манги и видеоигр.

Как уже упоминалось, ярко выражен выход на знакомство и увлечение японской культурой, вплоть до посещения лекций в Центре Японской Культуры и аниме-клубе «Хаккюрю», а также изучения японского языка. Также в качестве сложившихся традиций респондентами зачастую упоминалось посещение ресторанов японской кухни и самостоятельное приготовление национальных блюд.

Контраст между некой дискретностью членов субкультуры, обусловленной высокой степенью её виртуальности, и направленностью на живое общение и взаимодействие, позволяет построить некую концентрическую модель субкультуры, «ядром» которой будут являться организаторы и активные участники соответствующих мероприятий, а также члены действующих аниме-клубов, а к «периферии» могут быть отнесены люди, мало общающиеся или общающиеся в основном с помощью сети Интернет с другими «анимешниками». Средняя часть данной структурной модели представлена лицами, в той или иной мере общающимися между собой с помощью сети Интернет, периодически встречающимися либо для общения, либо, в основном, для обмена материалами (чаще всего, DVD-дисками с видеопродукцией). Как видно, в основе такой типологии лежит критерий способа и тесноты взаимодействия между членами субкультуры.

В качестве же основных тенденций развития аниме-субкультуры можно выделить постепенный переход к живому общению от виртуального, а также постепенное расширение её состава, ввиду распространения видео-, аудио- и печатной продукции в сети Интернет, появления аниме в продаже и трансляции его по телевидению.