

ЯПОНСКАЯ ПОПУЛЯРНАЯ КУЛЬТУРА И ДИДЖИМОДЕРНИЗМ

Статья обращается к социально-философской интерпретации японской популярной культуры. Указывая на уникальное положение последней, автор полагает, что опыт ряда успешных японских проектов, которые стали глобальными феноменами, может быть использован социальными и культурными теоретиками для анализа современности. Статья обращается к генезису японской популярной культуры в середине 90-х гг. XX века, когда наиболее популярная на Западе часть японской поп-культуры — аниме — воплощала в себе постмодернистский канон. Однако при более пристальном рассмотрении обнаруживается, что оптики постмодернизма, который к концу XX века уже перестал быть передовой исследовательской оптикой, может оказаться недостаточно для анализа. Ряд феноменов, среди которых автор выделяет медиа-франшизу *Pokémon*, требуют иной исследовательской установки. В качестве релевантной методологической оптики статья обращается к концепции «диджимодернизма» британского теоретика Алана Кирби. При помощи основных ее положений показано, что японская популярная культура находилась в авангарде культурного процесса, предложив современности несколько интересных находок. Анализ социально-философских причин успеха *Pokémon* позволяет указать на некоторые возможности применения концепции диджимодернизма для анализа современных культурных феноменов, а ряд идей Алана Кирби об аутистичности современной цифровой цивилизации находит свое отражение в культуре.

Ключевые слова: социальная философия, теория культуры, японская популярная культуры, аниме, диджимодернизм, постмодернизм, цифровизация, *Pokémon*.

1. Введение. Вплоть до настоящего времени наиболее распространённой исследовательской оптикой, к которой обращаются исследователи популярной культуры, является постмодернизм. Если говорить о японской поп-культуре, то её рассмотрение как постмодернистского феномена, как правило, не имеет значимых альтернатив. Сама японская массовая культура приобрела глобальное значение именно в 90-е гг. XX века, то есть тогда, когда постмодернизм, как эпоха, казалось бы, уже терял свою жизнеспособность. Но социально-экономический контекст развития японского культурного консюмеризма, а также последующая экспансия японской продукции на внешние рынки — в первую очередь американский — свидетельствуют о том, что постмодернистскую теорию и понимание рано списывать со счетов в качестве способа познания существования японской популярной культуры тех лет. Описывая ситуацию 1995-го года, исследовательница Александра Шумилова приводит мнение японского критика Адзума Хироки, согласно которому «... с этого времени японское общество перешло в новую эпоху "постмодернизма второй стадии"» [1, с. 27–28].

Проблема для философии культуры состоит не в том, что японская анимация или телевизионные шоу 90-х описываются как постмодернистские, а в том, что уже «... начиная с середины 1980-х разные философы, теоретики культуры, художники,

социологи и т.д. предлагают альтернативные языки описания "нашего времени". В конце концов в этих дискуссиях стал конвенциональным термин "постпостмодернизм", который следует понимать в первую очередь как дискурсивный универсум теорий, упраздняющих постмодернизм и предполагающих новые языки описания мира прежде всего через трансформации в культуре» [2, с. 9]. То есть уже к середине 90-х существовали концепции, предполагающие, что на смену постмодернизму пришло нечто новое. Соответственно, следы этого можно обнаружить в культуре. Таким образом, перед исследователем популярной культуры встаёт задача обнаружения того нового, что отличало какие-то культурные продукты от остальных произведений своего времени.

В случае с японской популярной культурой наиболее релевантным для рассмотрения феноменом становится анимация, или аниме. Связано это в первую очередь с тем, что именно японская мультипликация — как полнометражная, так и сериальная — завоевала сердца зрителей по всему миру и даже создала одной из ведущих экономик мира со сложной историей, полной кровопролития и конфликтов, «несерьёзный» образ. Аниме удалось дать интересный ответ с национальной спецификой на глобальный запрос потребителя в 90-е гг. XX века [3, р. 489]. И если мы обратимся к наиболее выдающимся (и популярным!) произведениям тех

лет, то увидим, что постмодернистские интерпретации преобладают и выглядят вполне уместными [4]. Впрочем, остаётся один феномен, для которого постмодернистской оптикой оказывается недостаточно: речь идёт о медиафраншизе *Pokémon*.

Медиафраншиза *Pokémon* была создана японским геймдизайнером Сатоси Тадзири в середине 90-х годов и стала одним из самых успешных финансовых проектов в истории [5], оставив далеко позади многие проекты студий *Disney*, *Marvel* или даже весь мир Гарри Поттера. Само по себе это уже заслуживает внимания, учитывая, что одним из единственных способов дать оценку произведениям современной популярной культуры является их востребованность у аудитории и коммерческий успех. Но в случае с покемонами всё ещё сложнее, потому что в классических понятиях мы даже не можем определить, что именно находит спрос у зрителя: игры для портативных приставок, игры на ПК или консоли, десятки мультсериалов, снятых по мотивам оригинальной игры, или более 20 полнометражных экранизаций? Может быть, свою роль играют и бесчисленные мягкие игрушки или рюкзаки с изображением самого известного покемона Пикачу. Если постмодернистский пастиш характеризовался бесчисленным количеством кросс-культурных отсылок, то во вселенной *Pokémon* их более чем достаточно. Но, помимо прочего, её отличает структурная динамика и развитие. Интерес к феномену не ослабевает, а обновляется на каждом новом технологическом витке. К примеру, одна из игр для мобильных устройств *PokémonGO* от студии *Niantic*, вышедшая в 2016 году, продолжает оставаться одним из самых прибыльных мобильных приложений.

На этом факте нам следует прервать наше изложение и попробовать концептуализировать мир *Pokémon* с позиций современной философии культуры. Вероятно, наиболее релевантным источником в списке «постпостмодернизмов» для анализа этой части японской популярной культуры, ставшей мировым феноменом, будет концепция диджимодернизма британского философа и теоретика Алана Кирби: «Диджимодернизм <...> является для нас наиболее интересной (теорией. — Н. А.), поскольку обращается не только к культуре и эстетике (как делают метамодернизм, ремодернизм, перформатизм), но и к технологиям, влияние которых на социальную (и нашу личную жизнь) нельзя недооценивать. Собственно, диджимодерн — то, что пришло на смену постмодерну и отражает технологическую революцию» [6, с. 179]. В ходе нашего рассмотрения мы попытаемся доказать, что медиафраншиза *Pokémon*, пусть и имея постмодернистские корни, выходит за границы постмодерна и может служить иллюстрацией тех идей, которые Алан Кирби объединил под названием «диджимодернизм». Её динамика и развитие может помочь лучше понять современную социальность и её перспективы.

2. Мир *Pokémon*, постмодернизм и эко-поворот. Прежде чем переходить к анализу мира *Pokémon* с позиций диджимодернизма и современной социальной философии, необходимо картографировать само явление в мире японской и мировой популярной культуры, тем более что у Сатоси Тадзири было своё интересное видение постиндустриальной цивилизации, которое заслуживает внимания. На самом деле Сатоси Тадзири думал о карманных монстрах ещё в 80-х.: название *pokémon* является комбинацией двух английских слов *rocket* —

от англ. «карман» и *monster* от англ. «монстр». Начинающий геймдизайнер разрабатывал различные варианты реализации своих идей и предлагал их крупным студиям, таким как *Nintendo* или *Sega*. Несмотря на то, что качество его работы оценивали высоко, продюсеры со скепсисом относились к перспективам успеха игр про коллекционирование милых карманных монстров. Лишь 27 февраля 1996-го года Сатоси Тадзири удалось начать франшизу выходом игры *PocketMonsters: RedandGreen* на приставке *GameBoy* корпорации *Nintendo*.

Важно понять, что происходило в японской поп-культуре на рубеже 80-х и 90-х годов. С одной стороны, глобализация японской промышленности всё ещё не привела к тому, что японская массовая культура стала особенно популярной на Западе, несмотря на значительные успехи в продвижении образа страны. «Послевоенные японские технологические достижения общеизвестны и не могут быть подвергнуты сомнению. Японская техника покорила мир и стала синонимом абсолютного качества. <...> С приходом эпохи визуальной культуры Япония завоевала мировые экраны своими мультфильмами. Однако вопрос о «японскости» той книжной и визуальной продукции, которую современная Япония предлагает миру, остаётся открытым» [7, с. 13].

Манга и японские диски уже повсюду продавались в США, основном рынке сбыта для японской поп-культуры. Новаторские и сложные сериалы и фильмы 80-х годов всё более вытеснялись красочными, адаптированными под глобализованные вкусы продуктами. Тем не менее свою специфику аниме и японская визуальность сохраняли. Для взгляда социального теоретика важно лишь то, что это, в первых, были либо изначально ориентированные на прибыль предприятия и проекты, либо они уже были глобализованы. В сущности, сама японская анимация является продуктом глобализации, порой преподнося интересные сюрпризы. К примеру, японский аниматор Хаяо Миядзаки, которого можно по праву называть *автором*, и признать, что это самый популярный и известный аниме-режиссёр всех времён, вдохновлялся образами европейских городов и даже советским мультфильмом «Снежная королева» (1957) [8].

Одним из социально-философских оснований такой глобализации является параллельный ход последствий экономического развития в развитых странах. То есть последствия урбанизации, (пост-)индустриализации и роста капитала, пусть и с национальной спецификой, но уравнивает жителей крупных городов, занятых в передовых секторах экономики. В случае с аниме и японской популярной культурой это нашло отражение в двух областях. Одна из них очень хорошо известна, потому что явилась первопроходцем жанра. Речь идёт об аниме жанра «меха», или мультипликации, посвящённой гигантским человекоподобным роботам. В этих аниме было представлено видение на возможное будущее человечества, которое пойдёт по пути роботизации и экспансии в космическое пространство [9]. К слову, нечто подобное мы могли наблюдать и на Западе, наиболее ярким примером чего могла бы выступить франшиза Джорджа Лукаса «Звёздные войны».

Второй важный аспект влияния экономического роста часто ускользает из поля зрения теоретиков, занимающихся японской популярной культурой. Речь идёт об экологическом повороте или, что будет более уместно, говоря о рефлексии японской

поп-культуры, об экологической катастрофе. Именно в 80-е и 90-е годы XX века зритель получил множество продуктов, связанных с размышлениями об исчезновении природного мира. Западная анимационная продукция традиционно была адресована детям и подросткам. И перед взрослыми впервые во всей серьёзности возникла проблема того, что тот мир природы, в котором выросли они, уже не столь доступен и понятен их детям, которые выросли в урбанизированных ландшафтах. Во многом именно благодаря вниманию к экологическим темам аниме вышеупомянутого Хаяо Миядзаки стали популярны на Западе. «Принцесса Мононоке» 1997 года, которая принесла Миядзаки настоящую славу не только в Японии, но и на Западе «... затрагивает вопросы, которые Миядзаки уже неявно задавал в манге о Навсикае: если учесть, что человечество сотворило с планетой, имеем ли мы право продолжать войну с нечеловеческим, потусторонним? Есть ли способ сделать так, чтобы обе эти стороны жили в мире?» [8, с. 276].

На самом деле мир *Pokémon* — это тоже рефлексия на тему конца природного мира, что часто ускользает от внимания. Если говорить о творческом пути самого Сатоси Тадзири, который всегда был достаточно аутистичным юношей, занимавшимся коллекционированием насекомых, то создатель покемонов вырос недалеко от Токио. В подростковом возрасте вместе с семьёй он был вынужден переехать в столицу. В одном из самых больших городов мира у него уже не было возможности продолжать пополнять свою коллекцию, да и просто наслаждаться пасторальными пейзажами. В конечном итоге он увлёкся видеоиграми. Интеллектуальная биография подчас бывает слишком запутанной, чтобы давать однозначные интерпретации и сводить результаты работы какого-либо выдающегося человека к биографическим событиям. Но в случае с медиа-франшизой *Pokémon* удержаться от соблазна слишком сложно: Сатоси Тадзири заместил тот мир, которого лишился, в графической оболочке *GameBoy*. К тому аспекту, что молодой японец увлекся коллекционированием, мы ещё вернёмся.

То есть покемоны — это не те животные, которых мы стремимся заполучить в свою коллекцию или просто познакомиться с ними, но те животные, которых мы лишились в физической реальности. Интересно, что во всех версиях игр наиболее распространёнными покемонами были разнообразные насекомые и животные, характерные скорее для фауны городов и парков: голуби (*Pidgey*), крысы (*Rattata*) или коты (*Meowth*). Безусловно, в более поздних версиях игр они были красиво нарисованы так, что оригинал изначально утрачивался и многими не опознавался. Сатоси Тадзири отдавал себе отчёт в том, что деревенский пейзаж был замещён городским, а разнообразие фауны значительно сократилось, поэтому дал возможности любому играющему наслаждаться радостью открытия незнакомого мира. Точнее, для того, кто знает о природе, это будет ностальгическое удовольствие, а для тех, кто лишь иногда видел изображения животных на страницах книжек или на экранах, это станет новым опытом.

Одной из сложностей работы с франшизой *Pokémon* является её необъятный характер: игры, книги, манга, аниме, полнометражные фильмы. В сущности, создавая замкнутый медиа-универсум, мир покемонов является образцом трансмедийного

повествования и бесконечного нарратива. Это то, что сближает франшизу с миром постмодерна. Попробуем прояснить эту мысль. Покемоны изначально существовали в играх, то есть сами игроки участвовали в построении своих собственных историй и нарративов в игровой реальности. Появление первого мультсериала в 1997 году, ставшего культовым, уже пришлось на эпоху Интернета, после которой и произошёл взрывной рост популярности франшизы. То есть сами пользователи продвигали мир *Pokémon*, становясь частью «культуры соучастия», концептуализацию которой в отношении новых технологий развивал американский культурный теоретик Генри Дженкинс, определивший её как особую форму культуры: «... в рамках которой фанаты и другие пользователи приглашаются к активному соучастию в создании и распространении нового контента» [10, с. 29]. Но помимо участия фанатов трансмедийность характеризуется и представленностью продукта на всех возможных медиа-платформах, что для вдохновлённого Сатоси Тадзири мира более чем выполняется. «Конвергентная культура — это, главным образом, переосмысление способов культурного производства, предполагающее свободное распространение контента в разных медиа. Важно, что это именно перманентный процесс отношений между медиа, но завязанный на активности потребителей, становящихся, как мы помним, и производителями» [11, с. 11].

Полностью описать вся франшизу со всеми её частностями и стилистическими отличиями было бы невозможно, поэтому в качестве нашего предмета исследования социально-философского значения мира *Pokémon* мы ориентируемся в первую очередь на оригинальные игры, и классический аниме-мультсериал 1997-го года, а также обратимся к наиболее важному из последних дополнений к вселенной: игре *PokémonGO* от студии Niantic. Выбор именно этих источников выглядит осмысленным, поскольку это либо наиболее популярные произведения, что важно в контексте коммерциализованной культуры, либо же они представляют собой развитее изначально заложенных в медиа-франшизу тенденций. Без преувеличения можно сказать, что, несмотря на бесконечный характер трансмедийного нарратива, его бесконечность определяется возможностью повторения уже сказанного, иронии и отсылок к прошлому. То есть для того, чтобы ознакомиться с современными медиа-франшизами, размах которых непостижим для реального человека, не обязательно знать всё.

Одной из ключевых идей во всех представленных произведениях является особенная визуальная семиотика, которая сама заслуживает отдельной философской интерпретации. В случае с покемонами она должна опираться, с одной стороны, на визуальный характер изображения животных, которые уже не-животные, а с другой — на то, имеют ли они оригинал. Оба эти аспекта были замечательно проанализированы теоретиками постмодерна Фредриком Джеймисоном и Жаном Бодрийером. Для первого универсальная визуальность [12, с. 366] замещает и редактирует саму реальность, сближая её с гипер-реальностью популярной культуры. Для второго стоит вопрос о том, что симулякрами становится копия, не имеющая оригинала [13, с. 20–23]. В случае с покемонами это именно так, если мы попытаемся абстрагироваться от сходства, то увидим, что в играх и сериалах агентность животных подменена ожиданиями от них человека. То есть даже

своенравные покемоны подчиняются воле своего тренера и в конечном счёте испытывают к нему симпатию. Мы знаем, что в реальности не все животные приручаемы, и уж тем более не все животные столь телесно-эфмерны, что подросток мог бы справиться с уходом за, скажем, крупной лошадей или драконом. Покемоны превосходят оригинал и в размерах, и в своих свойствах: в реальном мире прилагательное «огнедышащий», используемое для описания ящерицы, остаётся лишь яркой метафорой, в то время как в мире *Pokémon* драконы, эволюционировавшие из ящериц, возможны. Несмотря на прорывной характер в некоторых аспектах, о которых речь пойдёт далее, законы создания мира *Pokémon* были постмодернистскими.

3. Диджимодернизм и *PokémonGO*. В первой части нашего рассмотрения мы дали набросок некоторых важных вех в истории медиа-франшизы *Pokémon*, а также указали на важные социально-философские и культурные интерпретации этого феномена популярной культуры. Само по себе это может представлять интерес, но в задачи социальной философии и культурной теории входит обращение к культуре с особых позиций. Культура используется как способ понять социальную динамику [13, с. 128]. В случае с миром *Pokémon* обращение к постмодернистской оптике выглядит как исторически-ориентированный анализ. Но само существование и развитие франшизы сегодня в условиях, когда постмодернистская оптика перестала находиться на острие аналитической теории, ставит перед исследователями новые вопросы. Мы показали, что постмодернистские элементы присущи франшизе, более того, она выстраивается на многих из них, что выглядит логичным, учитывая культурный и социально-экономический контекст конца XX века. Но, с нашей точки зрения, успешное существование этого культурного продукта в XXI веке имеет под собой и более глубокие основания, которые можно лучше понять, обратившись к теории диджимодернизма Алана Кирби.

Английский культурный теоретик Алан Кирби начинал как критик постмодернизма, точнее, как критик использования оптики постмодернизма для описания актуальной культурной и социальной ситуации. Исследователь полагал, что современные трансформации общества, вызванные всё большей экспансией цифровых технологий в повседневность, требуют другой оптики. Главным результатом работы учёного стала книга 2009 года «Диджимодернизм. Как новые технологии упраздняют постмодерн и переопределяют нашу культуру» [14]. В ней автор представляет не только критический взгляд на господствующие современные подходы в теории культуры и социальной философии, но и попытка дать содержательный очерк современности и её перспектив. В целом, подход Кирби заслуживает внимания, поскольку для многих социальных теоретиков современности стало очевидным, что именно цифровые технологии, диджитализация и сетевизация станут основными трендами, определяющими мир, в котором будет жить человек в XXI веке. Остановимся на основных положениях теории Кирби, которые помогут нам понять новаторство медиа-франшизы *Pokémon*.

Концепция «диджимодернизма» выстроена по классической для попыток заменить постмодернизм модели словообразования: «модернизм» сохранён, но вместо «пост» выбирается некое понятие, которое отсылает к основной характеристике

новой эпохи. В качестве примеров можно было бы привести «космодернизм» культурного теоретика Кристина Морару [15] или «автомодернизм» Робэрта Сэмюэlsa [16]. Таких концепций достаточно много [2, с. 15]. Алан Кирби использует приставку «диджи» не только отсылая к тому, что цифровая реальность становится всё более значимой для современного общества, но и обращаясь к буквальному латинскому значению слова *digitus* — палец. Современность не просто в цифровом мире, но в цифрах, буквально доступных нам на кончиках пальцев. На наш взгляд, это очень удачная метафора, поскольку у цифровых технологий есть вектор всё теснее интегрироваться с телесностью человека и повседневностью. Как пишет американский исследователь современности и социальный философ Адам Гринфилд в книге «Радикальные технологии: устройство повседневной жизни»: смартфон «... стал последним предметом, на который мы смотрим каждую ночь перед тем как заснуть, и первым, за которым мы обращаемся спросонья. Мы используем его, чтобы знакомиться с людьми, общаться, развлекаться и находить дорогу. С его помощью мы покупаем и продаём вещи. Мы полагаемся на то, что он зафиксировал места, в которых мы бываем, вещи, которые мы делаем, и людей, с которыми общаемся: мы рассчитываем на то, что он поможет нам убить время, заполнить установки и паузы, которые некогда занимали такую большую часть нашей жизни» [17, с. 21]. Всё то, о чём пишет Гринфилд, мы делаем, используя лишь кончики наших пальцев. В том числе и ловим покемонов.

Социальный философ Эдуард Сафронов пишет, что Алан Кирби, «... признавая, что постмодернизм по-прежнему влиятелен, <...> утверждает, что этот тренд в культуре перестал быть парадигмальным» [6, с. 180]. В подтверждение своей мысли Алана Кирби обращается — это особенно важно в контексте нашего рассмотрения — к мультипликации. В 90-е годы стали массово распространяться первые анимационные фильмы, выполненные полностью при помощи компьютерной графики. Для самого Кирби компьютеры и компьютерные игры также являются важнейшей приметой эпохи диджимодерна. Он нигде предметно не разбирает опыт игр или аниме *Pokémon*, но японская медиа-франшиза замечательно вписывается в его концептуальную рамку, поскольку изначально является развитием серии игр для портативных устройств. Апогеем этой диджитальной логики стал выход игры *PokémonGO* от студии *Niantic*.

К сожалению, Алан Кирби перестал разрабатывать свою теорию [18], и поэтому узнать его мнение об игре с дополненной реальностью *PokémonGO* не представляется возможным. Но она уже заслужила к себе весьма пристальное внимание со стороны сообщества учёных [19]. В контексте нашей темы мы полагаем, что *PokémonGO* на данный момент является высшей точкой развития франшизы в целом и, вероятно, одним из самых интересных проектов игр на мобильных устройствах. Собственно, в настоящее время это единственный проект из данной области игр, который можно было бы назвать безоговорочно успешным, а не нишевым. Исследователи даже задаются вопросом о том, почему именно *PokémonGO* удалось реализовать себя в рамках новой технологии [20, р. 3] и завоевать сердца, время и деньги пользователей смартфонов. Это очень важный аспект проблемы новых технологий: не каждая из них оказывается востребованной.

Когда Генри Дженкинс писал о трансмедийности и конвергентной культуре, он полагал, что очень большое значение имеют платформы и их возможности. Вероятно, это так, но это совершенно не значит, что содержание культурного продукта, который упаковывается в различные формы на разных платформах, становится от этого менее значимым [11, с. 15–17]. *PokémonGO*, совмещая в себе элементы, которые в своё время вдохновляли Сатоси Тадзири, сумел найти им подходящую техническую реализацию. Собственно, из описанного нами контекста гиперурбанизированной индустриальной цивилизации конца XX века всё перечисленное остаётся актуальным: возможно даже, что доступ к природе и природе сократился ещё больше. Алан Кирби как раз и полагал, что диджимодернизм должен стать надстройкой над постмодернизмом, отменяющим некоторые его положения, но сохраняющим весьма многое из наработок его теоретиков. Та ностальгия по утраченной реальности — в нашем случае по природе — безусловно сохраняется в диджимодернизме, но репрезентирует себя при помощи новых технологий.

Геймдизайн *PokémonGO* был новаторским: совмещение аниме-эстетики, знакомой франшизы и использования служб геолокации. Буквально при помощи простого касания привычный и бессмысленный мир получал новое наполнение. Сами пользователи, следуя канонам конвергентной культуры, создавали свой особый мир, куда могли получить доступ через экраны своих смартфонов: покестопы, точки, откуда получают предметы, необходимые для игры, не могли бы быть созданы ни одной компанией в мире без добровольного участия миллионов человек. Покемоны в игре были ровно такими же, как они полюбили поклонникам, создатели вложили в проект множество отсылок к оригинальному сериалу, что также пришлось по душе поклонникам. Иными словами, *PokémonGO* можно и нужно рассматривать как успешное обновление и дополнение принципов постмодернизма в популярной культуре. Важно также и то, что мир покемонов фактически избавлен от иронии и пастиша, которые рассматривались как неотъемлемые части современной культуры [12, с. 386]. Мир покемонов, действия героев во франшизе инфантильны и лишены той серьёзности, которой можно ожидать от произведений про гибель окружающей среды [6, с. 186].

«Последней и, возможно, самой важной характеристикой эстетики диджимодерна является «бесконечный нарратив». Кирби не подразумевает под этим формальной бесконечности того или иного продукта культуры, а обозначает данным термином бесконечный потенциал для продолжений, свойственный современным произведениям» [6, с. 187]. В случае с франшизой *Pokémon* игра *PokémonGO*, не говоря уже о сотнях других проектов в этой же вселенной, является реализацией бесконечного нарратива на всех уровнях. Во многом сама геймификация массовых ролевых онлайн игр исполнена с расчётом на то, что в них не может быть конца. В случае с покемонами для того, чтобы собрать полную коллекцию самых сильных покемонов без использования запрещённых приёмов нужно, по меньшей мере, посетить все континенты планеты Земля и пройти десятки тысяч километров, что не так уж просто.

Важнейшим для социальной философии аспектом, который остаётся рассмотреть при анализе

PokémonGO как воплощения японской популярной культуры, становится проблема отчуждённости, одиночества и, в конечном счёте, аутичности современности. Мы упоминали, что создатель франшизы Сатоси Тадзири был достаточно аутистичным подростком, увлекавшимся коллекционированием. Коллекционирование в культурном смысле часто сопутствует лёгким формам аутизма или синдрома Аспергера, поскольку позволяет систематизировать жизнь в потоке агрессивных социальных взаимодействий, с которыми сложно справиться психике [21, р. 134]. Синдром Аспергера рассматривался Аланом Кирби в качестве наиболее характерной болезни современной цивилизации [15, р. 67]. Социальный философ Александр Павлов подводит итоги тому, что пишет Алан Кирби об аутизме в контексте современной цифровой цивилизации: «Диджимодерн посредством новых изобретений (айпод, персональный компьютер, смартфон, интернет и т.д.) позволяет человеку создать «личную вселенную», в которую при желании можно никого не допускать и вообще прекратить всякую коммуникацию. С помощью всех упоминаемых средств человек создаёт те самые «тексты». Они, в свою очередь, нормализуют и делают гламурным состояние не-социализации и не-коммуникации, которое можно рассматривать в некотором роде как «псевдоаутистическое» (курсив мой. — Н. А.)» [19, с. 209]. Мы можем констатировать, что *PokémonGO* и вообще вся медиа-франшиза *Pokémon* оказались новаторскими для своего времени и всего состояния японской популярной культуры. С нашей точки зрения, анализ этого феномена следует проводить с использованием оптики социальной и культурной теории, которые известны под зонтичным термином «постпостмодернизм» [2, с. 6]. Диджимодернизм Алана Кирби выглядит удачной исследовательской оптикой, которая позволяет описать культурное новаторство франшизы и описать те важные черты, которые она схватывает в современности.

4. Заключение. В ходе нашего рассмотрения мы с социально-философских позиций обратились к японской популярной культуре. К специфическим чертам, характерным именно для японской поп-культуры, следует отнести её глобальный характер [22], благодаря которому она становится универсальным феноменом, релевантным для анализа современности. Именно японской анимации удалось завоевать популярность во всём мире. Помимо аниме есть ещё ряд интересных феноменов и культурных продуктов, которые заслуживают особого внимания. Одним из них является крупнейшая мировая медиа-франшиза *Pokémon*, созданная в 90-х гг. XX века японским геймдизайнером Сатоси Тадзири. В качестве культурного продукта очень сложно атрибутировать принадлежность покемонов, поскольку ответить на вопрос, что сыграло большую роль в успехе карманных монстров — игры, аниме, сувенирная продукция — невозможно. Впрочем, несмотря на то что аниме, фильмы и книги по мотивам вселенной продолжают выходить, для социального теоретика наибольший интерес представляют именно причины успеха франшизы и её наиболее смелые варианты развития и реализации.

Анализируя то, что предопределило успех *Pokémon* в мировом масштабе, мы указали, что культурный контекст появления этих произведений пришёлся на самый расцвет постмодернистских настроений в популярной культуре. Мир покемонов

явился попыткой заместить гиперреальными образами, или, если обращаться к терминологии Жана Бодрийяра, симулякрами уничтожаемую урбанизацией природу. Но не только наступление городов и промышленности повлияли на отношения детей и взрослых с природой. Медиапотребление и его интенсификация просто-напросто оставили недостаточно времени для традиционных способов взаимодействия с окружающей средой. Если обращаться к личному опыту Сатоси Тадзири, то можно сформулировать это так: у современного человека нет поблизости ни поля, где он бы мог найти насекомых для своей коллекции, ни времени на то, чтобы он попытался это сделать. Ему гораздо проще, дешевле и комфортнее заняться коллекционированием чего-либо в геймифицированной цифровой реальности.

Для понимания новаторства игры *PokémonGO*, которая наиболее полно воплотила в себе замысел оригинальной франшизы, мы прибегли к аналитической оптике диджимодернизма, разработанной британским теоретиком и социальным мыслителем Аланом Кирби. Кирби, предвосхищая культурные трансформации в цифровую эпоху, указывал на то, что нарративная структура современной культуры изменится, уступив место «бесконечному нарративу» и конвергенции в культуре. Мир *Pokémon* в полной мере соответствует этим определениям, поскольку в самой своей основе коллекционирование и взаимодействие с окружающим миром подразумевают включение и социальное взаимодействие. Именно в таком качестве продвигали игру менеджеры из студии *Niantic* [23, р. 78], указывая на то, что современные дети слишком много времени проводят сидя дома за компьютером.

Для Алана Кирби диджимодернизм и опасности современной цифровой культуры заключались, в том числе, и в том, что атомизированное а-социальное общество, возможно, достигнет такой стадии, когда не сможет воспроизводиться и подерживаться [15, р. 127].

Но как социальный философ британец полагал, что цифровое может иметь и спасительное значение. На примере *PokémonGO*, как диджимодернистского по форме и постмодернистского по сути феномена, мы можем судить о том, насколько сбылись страхи и оправдались надежды Кирби. В сущности, успех игры с дополненной реальностью следует признать единичным явлением, что помещает диджимодернизм в маргинальное положение [19, с. 208] и является ещё одним свидетельством в пользу того, что эта исследовательская оптика ограничена в своём применении.

Более того, большинство игроков, даже будучи вынужденными для достижения успеха в игре взаимодействовать с другими людьми, в том числе и в физической реальности, предпочитают всячески этого избегать, пользуясь цифровыми средствами коммуникации.

Таким образом, наш основной вывод таков, что мир покемонов, будучи частью японской популярной культуры, следует анализировать с позиции социальной оптики диджимодернизма, но единичность самого этого феномена говорит о том, что более полной и всеохватной концепции современной социально-культурной реальности мы всё ещё не имеем. Впрочем, при обращении к этому материалу положения об аутистичности современной цифровой цивилизации выглядят более чем убедительными.

1. Шумилова А. Ю. Эпоха моз и постмодернизма в японской поп-культуре // Манга в Японии и России. Вып. 2 / ред.-сост. Ю. А. Магера. М., Екатеринбург: Фабрика комиксов, 2018. 440 с. С. 26 – 35. ISBN 978-5-7584-0192-7.
2. Павлов А. В. Постпостмодернизм: как социальная и культурная теории объясняют наше время. М.: Изд. дом Дело РАНХиГС, 2019. 560 с. ISBN 978-5-85006-166-1.
3. Silvio C. Anime, Both Global and Local // *Science Fiction Studies*. 2002. Vol. 29, no. 3. P. 489 – 491.
4. Афанасов Н. Б. Мессия в депрессии: религия, фантастика и постмодерн в *NeonGenesisEvangelion* // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2019. № 3. С. 124 – 148. DOI: 10.22394/2073-7203-2019-37-3-124-148.
5. Peters M. 'Pokemon' is The Highest-Grossing Franchise of All-Time // *comicbook*. URL: <https://comicbook.com/anime/news/pokemon-franchise-revenue-anime-media/> (дата обращения: 09.06.2020).
6. Сафронов Э. Е. Что будет вместо постмодерна? Диджимодернизм как культурная доминанта // *Галактика медиа: журнал медиаисследований*. 2019. № 1. С. 178 – 195. DOI: 10.24411/2658-7734-2019-0010.
7. Беляев А. Предисловие переводчика // Ёмота И. Теория каваи. М.: Новое литературное обозрение, 2018. С. 5 – 26. ISBN 978-5-4448-0727-9.
8. Нейпир С. Волшебные миры Хаяо Миядзаки. М.: Эксмо, 2019. 400 с. ISBN 978-5-04-101730-9.
9. Bare J. The Future: «Wrapped in That Mysterious Japanese Way» // *Science Fiction Studies*. 2000. Vol. 27, no. 1. P. 22 – 48.
10. Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М.: Группа Компаний РИПОЛ классик, 2019. 384 с. ISBN 978-5-386-13461-7.
11. Павлов А. В. Генри Дженкинс, акафан-утопист // Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа. М.: Группа Компаний РИПОЛ классик, 2019. С. 5 – 21. ISBN 978-5-386-13461-7.
12. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма. М.: Изд-во института Гайдара, 2019. 808 с. ISBN 978-5-93255-542-2.
13. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Издат. дом ПОСТУМ, 2015. 240 с. ISBN 978-5-91478-023-1.
14. Федотова В. Г. Два принципа построения социальной философии // *Философские науки*. 2018. № 6. С. 127 – 131. DOI: 10.30727/0235-1188-2018-6-127-131.
15. Kirby A. *Digimodernism. How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. NY, London: Continuum, 2009. 288 p. ISBN 978-1441175281.
16. Moraru Ch. *Reading for the Planet: Toward a Geomethodology*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2015. 256 p. ISBN 978-0472052790.
17. Samuels R. *New Media, Cultural Studies, and Critical Theory after Postmodernism: Automodernity from Žižek to Laclau*. London: Palgrave Macmillan, 2009. 256 p. ISBN 978-0230619814.
18. Гринфилд А. *Радикальные технологии: устройство повседневной жизни*. М.: Изд. дом Дело РАНХиГС, 2018. 424 с. ISBN 978-5-7749-1361-9.
19. Павлов А. В. Образы современности в XXI веке: диджимодернизм: рецензия на книгу Алана Кирби // *Философия. Журнал Высшей школы экономики*. 2018. Т. 2, № 2. С. 197 – 212. DOI: 10.17323/2587-8719-2018-II-2-197-212.
20. Rhodes G. A. *Waiting for the Augmented Reality 'Killer App': Pokémon Go 2016 // Augmented Reality Games I. Understanding the Pokémon Go Phenomenon / Ed. VI. Geroimenko*. Berlin: Springer, 2019. P. 3 – 14. ISBN 978-3-030-15615-2.
21. Howlin P. *Autism and Asperger Syndrome: Preparing for Adulthood*. London: Routledge, 2004. 400 p. ISBN 978-0415309684.
22. Seo Y., Takekawa S. *Waves of Globalization in East Asia: A Historical Perspective // Fairness, Globalization, and Public*

Institutions: East Asia and Beyond / Eds.: J. Dator, D. Pratt, Y. Seo. Honolulu: University of Hawaii Press, 2006. 409 p. P. 219–248. ISBN 978-0824830557.

23. Zsila Á., Gábor O. Motives for Playing Pokémon GO and Their Associations with Problematic and Health Behaviours // Augmented Reality Games I. Understanding the Pokémon Go Phenomenon / Ed. Geroimenko V.I. Berlin: Springer, 2019. 254 p. P. 71–93. ISBN 978-3-030-15615-2.

АФАНАСОВ Николай Борисович, младший научный сотрудник сектора социальной философии.
SPIN-код: 4411-2080

AuthorID (РИНЦ): 857720

Адрес для переписки: n.afanasov@gmail.com

Для цитирования

Афанасов Н. Б. Японская популярная культура и диджитализм // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. 2020. Т. 5, № 4. С. 48–56. DOI: 10.25206/2542-0488-2020-5-4-48-56.

Статья поступила в редакцию 28.08.2020 г.

© Н. Б. Афанасов

JAPANESE POPULAR CULTURE AND DIGIMODERNISM

The article addresses the socio-philosophical interpretations of Japanese popular culture. Pointing out the unique position of the latter, the author believes that the experience of a number of successful Japanese projects that have become global phenomena can be used by social and cultural theorists to analyze modernity. The article refers to the genesis of Japanese popular culture in the mid-90s of the XX century, when the most popular part of Japanese pop culture in the West — anime — embodied the postmodern canon. However, a closer look reveals that the optics of postmodernism, which by the end of the XX century had already ceased to be advanced research optics, may not be enough for analysis. A number of phenomena, among which the author highlights the Pokémon media franchise, require a different research approach. As a relevant methodological optics, the article refers to the concept of «digimodernism» by the British theorist Alan Kirby. With the help of its main provisions, it is shown that Japanese popular culture was at the forefront of the cultural process, offering several interesting finds to modernity. After analyzing the socio-philosophical reasons for the success of Pokémon, the author points out that the concept of digimodernism has some applicability for the analysis of modern cultural phenomena, and a number of ideas of Alan Kirby about the autistic nature of modern digital civilization could be found as reflected in the culture.

Keywords: socialphilosophy, theory of culture, Japanese popular culture, anime, digimodernism, postmodernism, digitalization, Pokémon.

References

1. Shumilova A. Yu. Epokha moe i postmodernizma v yaponskoy pop-kul'ture [Moe and Postmodern Era in Japanese Pop Culture] // *Manga v Yaponii I Rossii. Vyp. 2 [Manga in Japan and Russia. Vol. 2]* / Ed. by Yu. A. Magera. Moscow, Ekaterinburg, 2018. 440 p. P. 26–35. ISBN 978-5-7584-0192-7. (In Russ.).
2. Pavlov A. V. Postpostmodernizm: kak sotsial'naya i kul'turnaya teorii ob'yasnyayut nashe vremya [Post-postmodernism: How Do Social and Cultural Theory Explain Our Time]. Moscow, 2019. 560 p. ISBN 978-5-85006-166-1. (In Russ.).
3. Silvio C. Anime, Both Global and Local // *Science Fiction Studies*. 2002. Vol. 29, no. 3. P. 489–491. (In Engl.).
4. Afanasov N. B. Messiah v depressii: religiya, fantastikai postmodern v *Neon Genesis Evangelion* [Messiah in Depression: Religion, Science Fiction and Postmodernism in *Neon Genesis Evangelion*] // *Gosudarstvo, religiya, tserkov' v Rossii i za rubezhom. State, Religion and Church in Russia and Worldwide*. 2019. No. 3. P. 124–148. DOI: 10.22394/2073-7203-2019-37-3-124-148. (In Russ.).
5. Peters M. 'Pokemon' is the Highest-Grossing Franchise of All-Time // comicbook. URL: <https://comicbook.com/anime/news/pokemon-franchise-revenue-anime-media/> (accessed: 09.06.2020). (In Engl.).
6. Safronov E. E. Chto budet vmesto postmoderna? Didzhimodernizm kak kul'turnaya dominanta [What Will Happen Instead of Postmodern? Digimodernism as a Cultural Dominant] // *Galaktika media: zhurnal media issledovaniy. Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2019. No. 1. P. 178–195. DOI: 10.24411/2658-7734-2019-0010. (In Russ.).
7. Belyaev A. Predislovie perevodchika [Translator's Foreword] // Yomota I. *Teoriya kawaii [Theory of Kawaii]*. Moscow, 2018. P. 5–26. ISBN 978-5-4448-0727-9. (In Russ.).
8. Napier S. *Volshebnye miry Hayao Miyazaki [Miyazakiworld: A Life in Art]*. Moscow, 2019. 400 p. ISBN 978-5-04-101730-9. (In Russ.).
9. Bare J. The Future: «Wrapped in That Mysterious Japanese Way» // *Science Fiction Studies*. 2000. Vol. 27, no. 1. P. 22–48. (In Engl.).
10. Jenkins H. *Konvergentnaya kul'tura. Stolknoveniye starykh i novykh media [Convergence Culture: Where Old and New Media Collide]*. Moscow, 2019. 384 p. ISBN 978-5-386-13461-7. (In Russ.).
11. Pavlov A. V. Henry Jenkins, akafan-utopist [Henry Jenkins, akafan-utopian] // *Jenkins H. Konvergentnaya kul'tura. Stolknoveniye starykh i novykh media. [Convergence Culture: Where Old and New Media Collide]*. Moscow, 2019. 384 p. P. 5–21. ISBN 978-5-386-13461-7. (In Russ.).
12. Jameson F. *Postmodernizm, ilikul'turnaya logika pozdnego kapitalizma [Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism]*. Moscow, 2019. 808 p. ISBN 978-5-93255-542-2. (In Russ.).
13. Baudrillard J. *Simulyakry i simulyatsii [Simulacra and simulations]*. Moscow, 2015. 240 p. ISBN 978-5-91478-023-1. (In Russ.).
14. Fedotova V. G. Dva printsipa postroyeniya sotsial'noy filosofii [Two Ways of Constructing Social Philosophy] // *Filosofskiy nauki. Philosophical Sciences*. 2018. No. 6. P. 127–131. DOI: 10.30727/0235-1188-2018-6-127-131. (In Russ.).
15. Kirby A. *Digimodernism. How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. NY, London: Continuum, 2009. 288 p. ISBN 978-1441175281. (In Engl.).
16. Moraru Ch. *Reading for the Planet: Toward a Geomethodology*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2015. 256 p. ISBN 978-0472052790. (In Engl.).
17. Samuels R. *New Media, Cultural Studies, and Critical Theory after Postmodernism: Automodernity from*

Žižek to Laclau. London, 2009. 256 p. ISBN 978-0230619814. (In Engl.).

18. Greenfield A. Radikal'nyye tekhnologii: ustroystvo povsednevnoy zhizni [Radical Technologies: The Design of Everyday Life]. Moscow, 2018. 424 p. ISBN 978-5-7749-1361-9. (In Russ.).

19. Pavlov A. V. Obrazy sovremennosti v XXI veke: didzhimodernizm: retsenziya na knigu Alana Kirby [Images of Modernity on the Twenty-First Century: Digimodernism. A Review of Alan Kirby's Book] // *Filosofiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki. Philosophy. Journal of the Higher School of Economics*. 2018. Vol. 2, no. 2. P. 197–212. DOI: 10.17323/2587-8719-2018-II-2-197-212. (In Russ.).

20. Rhodes G. A. Waiting for the Augmented Reality 'Killer App': Pokémon Go 2016 // *Augmented Reality Games I. Understanding the Pokémon Go Phenomenon* / Ed. VI. Geroimenko. Berlin: Springer, 2019. P. 3–14. ISBN 978-3-030-15615-2. (In Engl.).

21. Howlin P. Autism and Asperger Syndrome: Preparing for Adulthood. London: Routledge, 2004. 400 p. ISBN 978-0415309684. (In Engl.).

22. Seo Y., Takekawa S. Waves of Globalization in East Asia: A Historical Perspective // *Fairness, Globalization, and Public Institutions: East Asia and Beyond* / Eds.: J. Dator, D. Pratt, Y. Seo.

Honolulu: University of Hawaii Press, 2006. 409 p. P. 219–248. ISBN 978-0824830557. (In Engl.).

23. Zsila Á., Gábor O. Motives for Playing Pokémon GO and Their Associations with Problematic and Health Behaviours // *Augmented Reality Games I. Understanding the Pokémon Go Phenomenon* / Ed. Geroimenko VI. Berlin: Springer, 2019. 254 p. P. 71–93. ISBN 978-3-030-15615-2. (In Engl.).

AFANASOV Nikolai Borisovich, Junior Researcher,
Department of Social Philosophy.

SPIN-code: 4411-2080

AuthorID (RSCI): 857720

Address for correspondence: n.afanasov@gmail.com

For citations

Afanasov N. B. Japanese Popular Culture and Digimodernism // *Omsk Scientific Bulletin. Series Society. History. Modernity*. 2020. Vol. 5, no. 4. P. 48–56. DOI: 10.25206/2542-0488-2020-5-4-48-56.

Received August 28, 2020.

© **N. B. Afanasov**