

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»
Уральский гуманитарный институт
Кафедра культурологии и социально-культурной деятельности

На правах рукописи

Чжан Хайчао

КУЛЬТУРА КИТАЯ И МОЛОДЕЖНАЯ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРА:
СТРАТЕГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

5.10.1 Теория и история культуры, искусства

Диссертация на соискание ученой степени кандидата
культурологии

Научный руководитель:
кандидат культурологии, доцент
Добрейцина Лидия Евгеньевна

Екатеринбург – 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 МОЛОДЕЖНАЯ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРА КИТАЯ: СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФЕНОМЕНА	18
1.1 Характерные черты молодежной интернет-субкультуры Китая	18
1.2 Сайт Bilibili как площадка для формирования и распространения молодежных интернет-субкультур Китая	39
ГЛАВА 2 ДОМИНИРУЮЩАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО КИТАЯ ...	50
2.1 Трансформация китайской доминирующей культуры в условиях глобализации и цифровизации.....	50
2.2 Роль китайской доминирующей культуры в формировании личной идентичности	70
2.3 Воспроизводство и распространение идеологии мейнстрима	87
ГЛАВА 3 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДОМИНИРУЮЩЕЙ КУЛЬТУРЫ И МОЛОДЕЖНЫХ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУР В КИТАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	110
3.1 Трансформация отношений между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае.....	110
3.2 Перспективы взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае.....	126
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	135
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	144
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	160

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования

Теоретические исследования субкультуры как феномена имеют долгую историю и являются важной частью культурологического знания. Субкультуры как правило (хотя и не всегда) создаются молодым поколением, выражая его ценности и идеалы. Изначально подчеркивался протестный характер субкультур. Распространено мнение, что субкультуры выходят за пределы социальной структуры доминирующей культуры, хотя и возникают внутри нее. Современные западные исследования, однако, отходят от темы протеста как обязательной характеристики субкультур. Они все меньше концентрируются на борьбе между субкультурами и доминирующими культурами, и больше – на проявлениях индивидуальности и поиске идентичности.

Под влиянием новых медиатехнологий в интернете культурный феномен, с которым столкнулись постсубкультурные исследования, и его теоретическая проработка, стали заметным культурным явлением в Китае XXI века¹. По сравнению с антагонизмом между доминирующей культурой и субкультурами на Западе, китайские локализованные субкультуры, формируемые и распространяемые через интернет, тесно связаны с доминирующей культурой и совместно с ней формируют богатый контекст китайской культуры в новую эпоху.

Молодежная интернет-субкультура – это культурная форма, созданная и распространяемая молодежью в интернете, отделенная от доминирующей культуры и являющаяся основным способом восстания молодежных групп против взрослого общества, а также образ жизни, общепризнанный молодыми людьми. Тот факт, что современная молодежная интернет-субкультура получила столь широкое влияние, связан с развитием интернет-технологий. Согласно проведенным исследованиям, число молодых людей, активно работающих в

¹ Ма Чжунхун. Теоретические направления западных постсубкультурных исследований // Зарубежные общественные науки. 2010. № 1. С. 142.

Интернете, достигло 342 миллионов, а ежемесячное время пользования интернетом на душу населения среди молодых пользователей значительно превышает среднее время пользования всей сетью². Интернет преодолевает ограничения реального физического пространства и социальных отношений, благодаря чему молодое поколение освобождается от традиционного общества и традиционной культуры, осуществляет межрегиональную коммуникацию и формирует свои союзы. Именно благодаря существованию такого свободного и открытого пространства молодежная интернет-субкультура постоянно обновляется и эволюционирует в виртуальном пространстве, вытесняя дискурсивное пространство доминирующей культуры и формируя разнообразные стили для свободного выбора молодых людей. Э. Беннетт отмечает, что «благодаря своим интерактивным качествам интернет открывает перед молодыми людьми творческие возможности, значительно превышающие те, что связаны с более традиционными формами СМИ»³. Интернет-субкультура, таким образом, более привлекательна для молодых людей, потому что это не только распространение культуры, но и ее создание, свободное пространство, которое действительно принадлежит молодому поколению. Они получили право на медийную близость и создали плюралистическую молодежную интернет-субкультуру. Они рассматривают этот способ творчества как средство культурного участия, а различные субкультурные стили, которые они создают, – как самое ценное оружие в борьбе с реальным обществом. В то же время, являясь новым средством коммуникации для доминирующих культур, интернет предоставляет китайским субкультурным группам платформу для общения и обмена идеями. Постепенная тенденция диверсификации, персонализации и стратификации онлайн-коммуникации привела к появлению субкультурного круга, состоящего в основном из молодых людей, и сайта Bilibili, который представляет собой интернет-сообщество субкультур виртуального мира.

2 QuestMobile. Проницательный отчет о поколении Z в 2022 г. 2022, URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1741282868903647886&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 27.07.2023).

3 Беннетт Э., Кан-Харрис К. (Англия). После субкультуры: Критические исследования современной молодежной культуры (Переведено Группой перевода и интерпретации молодежной культуры Китайского института молодежной политики), Пекин: Издательство «Китайская молодежь», 2012. С. 201.

Интернет обладает типичными постмодернистскими характеристиками и является децентрализованным постмодернистским медиа. В этой медиасреде отношения между доминирующей культурой и молодежными интернет-субкультурами в Китае изменились не так, как это происходило во второй половине XX в. в традиционных молодежных субкультурах, которые исследовала Бирмингемская школа⁴. В результате многие исследователи пришли к выводу, что традиционная точка зрения на молодежную субкультуру, представленная Бирмингемской школой, не может полностью объяснить современный китайский культурный феномен при изучении молодежных интернет-субкультур. Это привело к появлению исследований, посвященных формированию, трансформации и отчуждению молодежных интернет-субкультур. В данной диссертации исследуются способы и перспективы взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной Интернет-субкультурой в Китае, исходя из уникального социального контекста современного Китая.

Степень разработанности научной проблемы

Проблему молодежных субкультур изучали многие российские, западные и китайские ученые, в том числе представители Чикагской школы: Р. Э. Парк, Э. Бёрджесс, А. К. Коэн, Г. С. Беккер; Бирмингемской школы: Р. Хоггарт, С. Холл, Д. Хэбдидж, Т. Джефферсон, А. МакРобби. Среди других исследователей – С. Торнтон, Э. Беннетт, К. Кан-Харрис, М. Мид, Л. В. Моисеенко, М. М. Гогueva, С. И. Левинкова, Е. Л. Омельченко, В. И. Чупров, Ху Цзяньфэн, Ма Чжунхун, Чжоу Сяохун, Хуан Сяоу, Линь Пинь, Хуан Коуянь, Ян Сяолю, Чжоу Юаньин, Чэнь Лун, Янь Цуйцзюань, Чэнь И, Чэнь Линь, Гао Япин, Жэнь Сян и Чжан Гаоюнь и другие.

Исследования молодежной субкультуры Чикагской школы в основном сосредоточены на «девиантных субкультурах» и проблемах подростковой преступности. Бирмингемская школа помещает молодежную субкультуру в более широкую классово-культурную систему, исследуя различные явления

4 Бирмингемская школа: Бирмингемский центр исследования современной культуры; CCCS.

молодежной субкультуры через призму таких измерений, как класс, поколение, гендер, раса, сексуальная ориентация. В 1990-е годы исследования молодежных субкультур вступили в эпоху «постсубкультур». Исследователи постсубкультур переосмыслили тенденцию Бирмингемской школы изучать исключительно рабочие молодежные субкультуры, тщательно проанализировали сложность и плюрализм молодежных субкультур, открыв тем самым новый, более разнообразный и многогранный подход к их изучению. Особого внимания заслуживает применение исследователями постсубкультур теории «трайбализма» М. Маффесоли в анализе молодежных субкультур. Они используют концепт «новых племен» для описания текучести и изменчивости форм молодежных субкультур в условиях постмодерного общества. Свой вклад в изучение субкультур внесли и российские ученые. В. Ф. Левичева, Э. А. Орлова, С. И. Плакий изучали специфику неформальных молодёжных движений. А. Л. Маршак, В. А. Луков, Т. Б. Щепанская исследовали особенности молодёжной субкультуры как автономного и целостного образования внутри господствующей культуры. Г. М. Миньковский, К. Е. Игошев, А. Л. Салагаев изучали делинквентные субкультуры молодёжи. Н. М. Генова, А. Н. Ильин, Ю. В. Костиков, С. В. Куликов, О. В. Лукьянов, Е. В. Малахова, В. Е. Петров, В. В. Стебляк, Ж. А. Тенгизова, А. Н. Шапоренко анализировали конкретные субкультурные феномены.

В области исследования молодежных интернет-субкультур заслуживают внимания работы таких учёных, как: Г. Дженкинс, Г. Рейнгольд, Мизуко Ито, Н. К. Бэйм, Д. Бойд, Т. Джордан, К. Сален, Винод Кумар, Е. А. Глебова, И. В. Бганцева, И. А. Тисленкова, В. В. Тихаева, Т. А. Абдулова, Ю. В. Костикова, М. И. Григорян, С. Д. Пасынкова, М. С. Толкунова, Е. М. Харланова, Е. Г. Черникова, Е. А. Лукичева, Т. Г. Пташко, В. В. Стебляк, А. П. Рябичева, С. А. Степанов. Аксиологию, приоритеты и трансформации молодежной субкультурной идентичности в сетевых сообществах разрабатывали Д. А. Губанов, К. В. Воденко, Ю. Г. Волков, В. И. Курбатов, Ю. В. Судич. Р. Кан и Д. Келлнер осознали глубокую зависимость современных субкультурных групп от интернета.

Вопросы смыслового содержания феномена китайской молодежной интернет-субкультуры изучали Ху Цзянфэн, Лу Ян, Чэнь Минь, Ян Пэн и Ма Чжунхун. Они пришли к выводу, что молодежная интернет-субкультура представляет собой форму субкультуры, существующую в виртуальном пространстве и являющуюся важной составной частью молодежной субкультуры в целом. Гэ Тао, Ван Чжэн, Янь Цуйцзюань, Оу Сяоцзин, Ван Янь, Юй Чэньюй, Се Сюефан, Фань Чэньхуэй, Ван Лэй и Сюй Хуэйвэнь провели комплексное изучение различных типов китайской молодежной интернет-субкультуры. Чжоу Юань, Шао Яньцзюнь, Янь Цуйцзюань, Ма Чжунхун, Ши Вэйцзюань, Чэнь Дяньлинь, Вэнь Чжигао и Дун Чанди сосредоточились на анализе особенностей стиля китайской молодежной интернет-субкультуры. Используя теоретическую базу Бирмингемской школы, они применяли две аналитические модели – генерационную и структурную – для декодирования различных её типов. Янь Цуйцзюань, Лю Фан, Ли Хуэйцзин, Шао Цзинъюнь, Ван Дабэнь, Ту Ихун, Ся Вэйчао, Лю Чуньи и Чжан Хуэйюй исследовали аспекты регулирования, единодушно подчеркивая необходимость конструктивного руководства развитием китайских молодежных интернет-субкультур и их интеграции в систему доминирующих ценностей. Чжоу Синь, Ма Чжунхун, Чжоу Минь, Чжоу Сяохун, Цзэн Иго, Ван Мэнде и Чжан Мань проанализировали трансформацию китайской молодежной интернет-субкультуры, подтвердив ключевую роль цифрового пространства в этих изменениях. Особого внимания заслуживает выдвинутая Чжоу Сяохун концепция «культурного реверса», описывающая влияние китайской молодежной субкультуры (включая китайские молодежные интернет-субкультуры) на доминирующую культуру Китая. Данная теоретическая модель предлагает принципиально новые перспективы для анализа взаимоотношений между китайской молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой.

Издательство Китайского Народного Университета организовало серию книг (всего 7 томов, включая «Жизнь в сети», «Карта мира в информационную эпоху», «Хакеры – ковбои компьютерной эры», «Рай обретен, рай потерян –

легенды об Интернете и цивилизации», «Техника выживания в сети в XXI веке», «Генезис сети – От сети Апа к Интернету», «Карнавал одиночества – взаимодействие в цифровую эпоху»). Книги концентрируются на современном состоянии развития сетевых технологий, дают конкретный отчет о типичных явлениях Интернет-культуры, а также представляют более глубокий анализ изменений и развития духовного измерения людей, погруженных в сетевую жизнь.

Стратегии взаимодействия доминирующей культуры и молодежной Интернет-субкультуры в современном Китае анализировали Чжань Чэн, Ван Синьюй, Ли Хунцзюй и Чжу Юэюнь. Однако их работы грешат односторонностью, они только описывают ситуацию, но не обсуждают подробно механизмы и перспективы этого взаимодействия. Поэтому можно сделать вывод, что исследовательских материалов по данной теме недостаточно.

Объект исследования – молодежная интернет-субкультура.

Предмет исследования – взаимодействие между доминирующей культурой и молодежными интернет-субкультурами в современном Китае.

Цель исследования – анализ стратегий и перспектив взаимодействия между доминирующей культурой и молодежными интернет-субкультурами в современном Китае.

Реализация этой цели обусловила постановку следующих **задач**:

1. Обозначить характерные черты молодежной интернет-субкультуры Китая.
2. Проанализировать сайт Bilibili как платформу для формирования и распространения молодежных интернет-субкультур Китая.
3. Выявить особенности трансформации китайской доминирующей культуры в условиях глобализации и цифровизации.
4. Определить вклад китайской доминирующей культуры в формирование личной идентичности.
5. Изучить способы воспроизводства и распространения идеологии мейнстрима в современном Китае.

6. Исследовать процесс трансформации отношений между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае.

7. Обозначить перспективы взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае.

Методология и методы исследования

1. Метод углубленного наблюдения за сообществами. Сайт Bilibili является наиболее типичной платформой для сбора молодежной интернет-субкультуры в настоящее время. В данной диссертации основное внимание уделяется изучению молодежной интернет-субкультуры, представленной на этом сайте, и молодежной интернет-субкультурной группы «няшек»⁵: наблюдению за их активностью и анализу способа представления контента этого сайта (дизайн, язык, аудио и видеовставки и т.п.). Это дает возможность выявить и проанализировать характерные признаки молодежной интернет-субкультуры Китая, а также способы и результаты трансформации доминирующей культуры Китая.

2. Метод анализа литературы. Помог систематизировать существующие теоретические наработки, включая теорию молодежной субкультуры Бирмингемской школы, постсубкультурную теорию, теорию фрагментированного постмодернистского распространения и концепцию «культурного реверса», что формирует теоретическую основу для анализа молодежной интернет-субкультуры Китая. Данный метод способствует прояснению истории развития молодежной интернет-субкультуры Китая, выявлению существующих теоретических пробелов в этой области и эффективному пониманию происхождения и характеристики молодежной субкультуры в современной интернет-среде Китая.

3. Сравнительный анализ. Позволил выявить сходства и различия между китайской молодежной интернет-субкультурой и западными субкультурами путем сопоставления субкультур XX и XXI веков и условий их распространения,

⁵ Няшка – фанат аниме и косплея

подчеркивая такие характеристики как «низкая сопротивляемость» и «символическая ритуальность». В работе также проводится сравнение нарративных стратегий, методов и приемов доминирующей культуры и молодежной интернет-субкультуры в Китае. Это дало возможность проследить трансформацию доминирующей культуры Китая от единых грандиозных нарративов к сообществам по интересам, а также проанализировать тенденции к мейнстримизации китайской молодежной интернет-субкультуры.

4. Описательный метод для системной характеристики особенностей платформы Bilibili, её пользователей и данных о распространении контента. Позволил наглядно продемонстрировать практические формы китайской молодежной интернет-субкультуры, выявить закономерности ее кругового распространения, количественно оценить уровень вовлеченности и влияния, обеспечив тем самым эмпирическую основу для теоретического анализа.

5. Семиотический анализ. Помог раскрыть природу сопротивления и формирования идентичности молодежной интернет-субкультуры Китая, расшифровать властные отношения, скрытые за символами, и прояснить, каким образом китайская доминирующая культура осуществляет идеологическую экспансию через заимствование символов.

6. Культурологический анализ. Посредством интерпретации символов, значений и механизмов распространения культурных феноменов раскрыл глубинную логику культурного взаимодействия. Дал возможность проанализировать символические значения доминирующей культуры и молодежной интернет-субкультуры в современном Китае, исследовать властные отношения и процессы переговоров между ними, что способствовало реконструкции ценностей и пониманию социальных последствий в условиях смены культурных парадигм.

Научная новизна

1. Впервые всесторонне изучена китайская молодежная интернет-субкультура, выделены ее характерные черты, проанализированы отличия от западных субкультур и происхождение этих отличий, основанное как на

традициях китайской культуры, так и на политических и социокультурных особенностях современного Китая.

2. Введен в научный оборот и проанализирован материал, взятый с популярной молодежной интернет-платформы Bilibili, а также феномен Даньму, акцентировано внимание на том, как официальные медиа и доминирующая культура используют приемы и технические средства молодежных интернет-субкультур в своих нарративах.

3. Предложен инновационный подход к изучению локальных субкультур, на основе классических теорий, но с учетом региональных и национальных особенностей.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что впервые углубленно изучена молодежная интернет-субкультура Китая. На основе результатов исследований китайских ученых, а также собственного наблюдения и анализа китайского молодежного субкультурного интернет-сообщества – сайта Bilibili, сделаны выводы о динамических отношениях между доминирующей культурой и интернет-субкультурой. Сформулирована новая модель взаимодействия доминирующей культуры и молодежной интернет-субкультуры в Китае. Расширена теория постсубкультур с учетом локальных особенностей, что делает более широким поле ее применения в области изучения китайских субкультур.

Практическая значимость исследования заключается в возможности лучше понять молодежную субкультуру и образ жизни всего общества. Это в свою очередь позволит выстраивать более эффективные стратегии развития молодежной политики и культурной политики в целом. Результаты работы могут быть использованы в практике преподавания – при разработке вузовских спецкурсов и семинаров для студентов гуманитарного профиля, а также при создании учебно-методического пособия или справочного издания для студентов-культурологов.

Положения, выносимые на защиту:

1. Китайская молодежная интернет-субкультура демонстрирует яркие

локальные особенности и не вписывается в теории западных научных школ, утверждающих классовое сопротивление как сущностную черту субкультур. Её бунтарство проявляется в ироничной деконструкции классической культуры, а не в прямом противостоянии гегемонии. Компартиментализация усиливает межпоколенческий разрыв через использование сленга в Даньму и вертикальные круги интересов, формируя идентичность «новых племён». Участие сосредоточено на модели UGC, где пользователи активно вовлекаются в совместное создание контента, формируя интерактивное пространство карнавального характера. Реверс проявляется в обратном проникновении молодежной культуры в мейнстрим, например, когда официальные медиа заимствуют субкультурные символы для межпоколенческого взаимодействия. Эти характеристики укоренены в китайском социальном контексте, подчеркивая уникальный путь интеграции молодежной субкультуры в традиционную культуру и медиа, что противоречит теории политического сопротивления в западных исследованиях.

2. Сайт Bilibili, благодаря уникальным функциям взаимодействия через Даньму, вертикальной сегментации контента и модели UGC (пользовательского контента), стал важным носителем молодежной интернет-субкультуры в Китае. Функция Даньму создает чувство коллективного участия через комментарии в реальном времени, усиливая мгновенное взаимодействие и эмоциональный резонанс между пользователями. Вертикальная сегментация контента точно удовлетворяет разнообразные интересы молодежи, формируя многообразные субкультурные круги. Пользовательский контент (UGC) способствует совместному созданию культуры, стимулируя творчество и чувство принадлежности среди молодежных групп. Одновременно, Bilibili, опираясь на огромную базу молодых пользователей, создал экосистему сообщества, сочетающую развлекательный и образовательный контент, став ключевой платформой для выражения индивидуальности и бунтарства против доминирующей культуры, что глубоко сформировало способы распространения и ценностную идентификацию китайской молодежной интернет-субкультуры.

3. Китайская доминирующая культура сталкивается с ослаблением своей центральной роли под влиянием волны децентрализации Интернета, где традиционные грандиозные нарративы и монополярная структура распространения подвергаются воздействию фрагментированной и многообразной медиасреды. В Китае для противодействия росту молодежной интернет-субкультуры доминирующая культура активно интегрируется на платформы, такие как Bilibili, перестраивая стратегии распространения в форме «новых племён». Такая стратегия не только соответствует интересам и идентичности молодежных групп, но и использует трафик платформ для мягкого проникновения доминирующей идеологии, создавая синтез «племенного распространения» и «фрагментированного нарратива», что переопределяет влияние доминирующей культуры в новой медиасреде.

4. Доминирующая культура Китая через племенную трансформацию активно интегрируется в поле китайской молодежной интернет-субкультуры, сочетая традиционные грандиозные нарративы с инновациями субкультурных стилей. Эта стратегия, опираясь на эмоциональный резонанс и медийные ритуалы, заново закрепляет разрозненную идентичность «новых племён» молодежных субкультурных групп в рамках исторической преемственности нации и национальной идентичности, достигая реинтеграции постмодернистской индивидуальной идентичности в ценности доминирующей культуры.

5. Взаимодействие доминирующей культуры и молодежной субкультуры в Китае претерпело значительные изменения. Традиционно молодежная субкультура сопротивлялась обществу через уникальные стили, а доминирующая культура осуществляла инкорпорацию, создавая бинарную оппозицию. Однако постмодернистская медиасреда изменила эту модель: децентрализация Интернета привела к тому, что распространение субкультур вышло за пределы исходного контекста, стилистические значения стали фрагментированными, а традиционные формы взаимодействия распались. Сегодня отношения между доминирующей культурой и молодежной субкультурой перешли к интеграции.

Китайская доминирующая культура заимствует стили молодежной интернет-субкультуры Китая для распространения идеологии, создавая эмоциональные переживания, которые трансформируют идентичность, основанную на интересах, в национальную идентичность.

6. Взаимодействие между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае прошло три этапа: смягчение ценностных конфликтов, усиление индивидуального самовыражения и эмоциональное сближение. Молодёжная субкультура создаёт напряжение с доминирующей культурой через реконструкцию символов, одновременно используя технологические возможности для повседневного выражения политического участия, что в итоге приводит к межпоколенческому взаимодействию через механизмы эмоционального резонанса. Однако в процессе взаимодействия сохраняются четыре ключевых вызова: размывание смыслов символов из-за межпоколенческих культурных конфликтов, борьба за коммуникационные каналы и право голоса, сложная игра идеологического проникновения и сопротивления ему, а также эрозия культурной автономии под влиянием коммерческих интересов.

7. Перспектива взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае заключается в то, что стороны будут искать пути интеграции через технологические инновации, политическое регулирование и межпоколенческий обмен: достижение двустороннего потока культурного капитала через совместное использование символов и сотворчество смыслов, усиление иммерсивного опыта передачи ценностей с помощью VR/ИИ-технологий, а также формирование новой культурной экосистемы с многоуровневым взаимодействием. Эта экосистема, с одной стороны, уважает автономию субкультурных кругов, а с другой – обеспечивает культурную безопасность через политическое регулирование. В процессе взаимного влияния стороны находят баланс, в конечном итоге достигая гармоничной модели «многообразия в единстве», основанной на симбиозе.

Эмпирическая база исследования – результаты анализа видео, текстов

Даньму и комментариев на самом популярном в Китае сайте Bilibili.

Степень достоверности результатов исследования обеспечивается теоретической основой, включающей анализ культурологических и философских текстов, научное изучение теорий западных научных школ, детальное исследование видео с новогодних мероприятий на сайте Bilibili, а также видео, загруженных китайскими официальными медиа на платформы субкультур. В рамках данного исследования было проанализировано 37 официальных видео, 2 телесериала, 1 анимационный фильм, контент нескольких репрезентативных аккаунтов Интернет-субкультур, а также тексты Даньму в этих видео.

Апробация результатов исследования

Основные положения исследования представлялись для обсуждения на заседаниях кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Идеи, изложенные в работе, апробировались в ходе выступлений и дискуссий в рамках научно-практических конференций, международных конференций, конкурсов научно-практических работ: Международная научная конференция «Многообразие культур в условиях глобализованного мира и проблемы сохранения культурно-исторического наследия» (Екатеринбург, 2022); Международная научная конференция «Высшее образование для XXI века. Воспитание: вызовы современности» (Москва, 2022); Международная научно-практическая конференция «Новые тенденции в системе современного культурологического образования как основы мировоззренческой подготовки» (Екатеринбург, 2023); Межрегиональный научно-практический семинар молодых ученых «Культура и искусственный интеллект: грани взаимодействия» (Екатеринбург, 2024); Международная научно-практическая конференция «Культурная политика как фактор развития этнонационального согласия и цивилизованного диалога» (Екатеринбург, 2024); Межрегиональный научно-практический семинар молодых ученых «Актуальные проблемы культурологического знания в исследованиях молодых ученых» (Екатеринбург,

2025).

По теме диссертационного исследования опубликовано 10 статей, из них 4 статьи – в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ и Аттестационным советом УрФУ.

Структура и объем диссертации подчинены логике изучения предмета исследования, его цели и задачам. Диссертация состоит из введения, трёх глав и семи параграфов, заключения, списка литературы, содержащего 105 наименования и приложения. Общий объем работы составляет 172 страниц.

В первой главе «Молодежная интернет-субкультура Китая: сущностные характеристики феномена» исследуются основные характеристики молодёжной интернет-субкультуры Китая, а также уникальные особенности сайта Bilibili как площадки формирования и распространения данной субкультуры. Она делится на два параграфа. В параграфе 1.1, отправляясь от концептуального определения и используя сайт Bilibili в качестве типичного кейса, был проведён системный анализ базовых характеристик китайской молодёжной интернет-субкультуры с интеграцией конкретных феноменов и теоретических рамок. В параграфе 1.2 представлен анализ сайта Bilibili как платформы для агрегации молодёжных интернет-субкультур Китая, и раскрыта его уникальность с точки зрения аспектов внешней среды, способа представления контента и экологии сообщества.

Во второй главе «Доминирующая культура современного Китая», исходя из контекста глобализации и цифровизации, исследуются трансформация китайской доминирующей культуры, реконструкция индивидуальной идентичности, а также процессы воспроизводства и распространения идеологии мейнстрима. Она делится на три параграфа. В параграфе 2.1 на макроуровне рассматриваются проблемы и трансформации, с которыми сталкивается доминирующая культура Китая под воздействием глобализации и цифровизации. В параграфе 2.2 на мезоуровне рассматривается, как китайская доминирующая культура может ответить на вызовы молодёжной интернет-субкультуры и реконструировать личную идентичность в постмодернистском контексте. В

параграфе 2.3 исследуется феномен разрыва между молодёжными интернет-субкультурами Китая и их значениями в постмодернистской медиасреде на микроуровне, а также то, как доминирующая культура производит и распространяет идеологии мейнстрима, экспроприируя и интегрируя эти стили.

В третьей главе «Взаимодействие доминирующей культуры и молодежных интернет-субкультур в Китае: проблемы и перспективы» анализируются процесс и причины трансформации взаимодействия между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае, а также проблемы и перспективы этого взаимодействия, раскрывающие динамичную эволюцию от конфронтации к симбиозу и её глубинную логику. Она делится на два параграфа. В параграфе 3.1 анализируются три этапа эволюции отношений между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае, рассматриваются проблемы, с которыми сталкивается нынешнее взаимодействие, а также факторы, влияющие на его трансформацию. В параграфе 3.2 рассматривается будущее направление взаимодействия между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае, демонстрируя тенденцию перехода от конфронтации к симбиозу.

В Заключение подводятся итоги исследования, формулируются выводы, обозначаются нерешенные проблемы, определяются возможные направления дальнейшего исследования заявленной темы.

В Приложениях представлены демонстрации структуры сайта Bilibili с его тематическими разделами, визуализации субкультурных феноменов, статистики рейтингов предыдущего «Гала-концерта Праздника весны», а также примеры контентов, выпущенных Центральным комитетом Комсомола Китая на сайте Bilibili.

ГЛАВА 1 МОЛОДЕЖНАЯ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРА КИТАЯ: СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФЕНОМЕНА

Молодежная интернет-субкультура – это культурная форма, созданная и распространяемая молодежью в Интернете, отделенная от доминирующей культуры и являющаяся основным способом восстания молодежных групп против взрослого общества, а также образ жизни, общепризнанный молодыми людьми. Чтобы ответить на вопрос, как строится взаимодействие между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае и каковы перспективы этого взаимодействия, мы должны сначала понять, что такое молодежная интернет-субкультура Китая и каковы её характерные черты.

1.1 Характерные черты молодежной интернет-субкультуры Китая

Судя по имеющейся исследовательской информации, понятие молодежной интернет-субкультуры Китая все еще не имеет четкого определения. Ли Лян склонен рассматривать молодежную интернет-субкультуру как разновидность Интернет-культуры, которая относится к «нишевой» с небольшим количеством участников⁶. По мнению Ма Чжунхуна и Чэнь Линя, молодежная интернет-субкультура – это жанр, сформированный молодыми людьми – основными пользователями Интернета, выражающими себя альтернативными способами и участвующими в современном культурном производстве и потреблении⁷. Пин Чжанци и Вэй Сяожань резюмируют ее определение как «систему выражения дискурса и логику ценностных суждений, разработанную молодыми Интернет-пользователями, а также реакцию молодых людей на социальные проблемы и актуальные общественные противоречия, использующую виртуальное

6 Ли Лян. О культурном феномене в сетевой коммуникации // Современная коммуникация. 1999. № 3. С. 1–9.

7 Ма Чжунхун, Чэнь Линь. Неудобная сила: новые медиа и исследования молодежной субкультуры // Пекин: Издательство Университета Цинхуа. 2015. С. 132.

пространство и преимущества коммуникации интернета»⁸. Начиная с результатов исследований различных ученых и основываясь на четырех ключевых словах «интернет», «субкультура», «молодежь» и «Китай», мы интерпретируем эти четыре ключевых слова и предлагаем понимать под молодежной интернет-субкультурой Китая совокупность различных культурных явлений, сформированных молодыми людьми в киберпространстве под влиянием уникального социального контекста Китая в век информационных технологий, использующих сетевые технологии и участвующих в различных сетевых мероприятиях, которые соответствуют схожим характеристикам физического и умственного развития молодых людей и отражают их общие ценностные ориентации.

Репрезентативной платформой для молодежной интернет-субкультуры Китая в новую эпоху служит сайт Bilibili. Он воплощает в себе особую креативность этой субкультуры. Поэтому основные черты молодежной интернет-субкультуры Китая обобщаются путем объединения видеороликов и текстов Даньму, а также выступлений официальных СМИ на сайте.

(1) Бунтарство

То, что в Бирмингемской школе называют сопротивлением молодежных субкультур, – не противоречие между поколениями, а сопротивление господствующим классам и гегемонии. Это попытка «символического решения» противоречий в социальной структуре и проблем коллективного опыта. Субкультуры представляют собой особую форму сопротивления маргинальных и уязвимых групп, таких как рабочий класс, мигранты, женщины, и не только не являются признаком декаданса и морального вырождения, но, напротив, характеризуют контргегемонистскую идеологию и «воображаемые отношения» с реальными условиями их жизни⁹.

Протест молодежной интернет-субкультуры Китая по отношению к

8 Пин Чжанци, Вэй Сяожань. Социальный конфликт, распространение и управление молодежными субкультурами в Интернете // Исследование молодежи Китая. 2018. № 11. С. 36.

9 Ху Цзяньфэн, Лу Даофу. Сопротивление, стиль, инкорпорация – ключевые слова субкультурной теории в Бирмингемской школе // Нанкинские общественные науки. 2006. № 4. С. 88.

доминирующей культуре имеет как сходства, так и различия с определением Бирмингемской школы. С точки зрения сходства, все они представляют собой символическое сопротивление, с основополагающей последовательностью и преемственностью с родительской культурой, одновременно отрицая и дополняя доминирующую культуру, а иногда присваивая символы доминирующей культуры, чтобы сформировать свой собственный стиль¹⁰. С другой стороны, бунтарство молодежной интернет-субкультуры Китая – это гораздо более низкий уровень сопротивления. По сути, это подростковый бунт, который является для молодых людей способом занять свое место в обществе и привлечь общественное внимание. Не имея возможности или желания решить проблему, молодые люди уклоняются от ее решения и коллективно пытаются создать новую систему ценностей или «жизненную» среду, например, пропагандируют определенную моду, одержимы общим кумиром, отдают предпочтение виртуальному миру, чтобы утвердить коллективную идентичность и бороться за культурное пространство. Молодежная интернет-субкультура Китая «не изменит сути доминирующей культуры и не повлияет на ее доминирующее положение»¹¹. Изменения времени и среды, в которой они выросли, привели к тому, что молодые пользователи Bilibili, блуждающие по миру Интернета, заметно отличаются от своих родителей в плане эстетических интересов и способов самовыражения, а также находятся в очевидном противоречии с доминирующей культурой. Однако прочность и непрерывность основ китайской цивилизации привела к тому, что дискурсивная деятельность и запасы знаний этой группы молодых людей по-прежнему привязаны к основам традиционной культуры, и в то же время молодежные субкультуры, которые принято считать обладающими сопротивлением, остаются лишь на символическом уровне, ритуальном сопротивлении.

Субкультура Даньму, как вид молодежной интернет-субкультуры Китая, на

10 Ху Цзяньфэн. Контркультура, массовая культура и современная молодежная субкультура в Китае // Синьцзянские общественные науки. 2008. № 1. С. 109.

11 Чжу Лян. Символическое сопротивление Культуры Даньму доминирующей культуре // Молодой журналист. 2016. № 12. С. 4.

сайте Bilibili в полной мере демонстрирует свое бунтарство. Молодежь снижает пафос доминирующей культуры через пародирование классики, используя шуточный язык, и восстает против доминирующей культуры через вторичное создание классики. В 2020 году Сайт-Б представила ряд классических фильмов и телеспектаклей, таких как «Путешествие на Запад», «Сон в красном тереме», «Троецарствие» и т.д. Пародии на этих классиков стали увлекательным занятием для группы субкультуры Даньму. Например, персонажи телеспектакля «Сон в красном тереме» Линь Дайюй и Цзя Баоюй поссорились, и ум Цзя Баоюя стал медленнее реагировать на быстрые вопросы Линь Дайюя. В этот момент появляются следующие Даньму: Баоюй в шоке, Мозг Баоюя мертв в середине, мозг Баоюя перегружен в середине, программа Баоюя не отвечает, центральный процессор Баоюя сгорает в пепел (приложение, рис. 1). Таким образом, группа Даньму деконструировала грустную атмосферу и добавила интереса к видео. В 46-й серии «Троецарствия» рассказывается о похоронах Чжоу Юя, где Чжугэ Лян плачет и читает траурную речь, одновременно разворачивая картины, соответствующие содержанию траурной речи, – рассказы о том, что случилось с Чжоу Юем. Когда Чжугэ Лян открыл картину, на экране появились Даньму: «настоящая презентация, принеси свою презентацию, профессиональная презентация объяснения, слишком профессиональная, хахахаха, рассмеши меня до смерти» (приложение, рис. 2). Эти высказывания полностью уничтожают печальную атмосферу похоронного поминовения, позволяя молодым людям развлекаться и играть с содержанием ролика. С точки зрения поколения родителей такое поведение непонятно и в каком-то смысле даже кошунственно.

Помимо Даньму, жанр видео Гуйчу (鬼畜, guǐchù – otoMAD; контент на тему ремиксов автотюна) в своей абсурдной внешней форме также представляет бунтарскую природу молодежной интернет-субкультуры Китая. Субкультура «Гуйчу» впервые возникла в японском интернет-пространстве, первоначально она писалась как «きちく» («кичику»), что образовалось после сокращения буддийской культурной концепции «шести путей реинкарнации», в которой

одновременно упоминаются путь голодного призрака и путь животного. В японской культуре этот термин обозначает человека, который проявляет жестокость и насилие, подобно дьяволу или животному. С постепенным открытием и изменением культурных концепций термин Гуйчу вошел в молодежную интернет-субкультуру. Его первоначальное значение растворилось с появлением видео Гуйчу, а его нынешнее популярное значение относится к типу видео. Видео Гуйчу – это вид видео, основанный на пародии и коллаже, в котором в качестве материала берутся клипы из аниме, кино- и теледрам или рекламы, а изображения и музыка перестраиваются в синхронном ритме с большим количеством повторений. Получается комичный спот с сильным чувством ритма, высокой степенью повторений, дико неорганизованными изображениями и комичными звуками и т. д.

Пародия – это игривое и ироничное подражание чужому языку, особая форма интертекстуальности. «Пародия – это имитация языка языком, который содержит менее лестные и менее серьезные элементы, и носит характер шутки, балагана и издевательства»¹². Коллаж – это «культурный процесс импровизации или адаптации, в ходе которого объекты, символы или модели поведения переносятся в различные системы значений и культурные контексты, приобретая новые смыслы»¹³. Эти две формы выражения, основанные на высокой степени знакомства с двумя языками и двумя символическими системами видео и музыки, создают новые и неожиданные ситуации, сталкивая обычный текст с языком Гуйчу, тем самым растворяя первоначальный смысл и порождая новый. Поэтому в видео в стиле Гуйчу чем больше классического материала, тем лучше эффект контраста, тем лучше деконструкция системы ценностей доминирующей культуры и тем полнее можно выразить бунтарство молодых людей. В качестве примера можно привести знаменитое видео «Новый мир Гуйчу – Миссия продолжает звать» на сайте Bilibili. Основная тема его контента –

12 Лю Кан. Шум диалога – теория Бахтина о культурной трансформации // Пекин: Издательство Китайского народного университета. 1995. С. 166.

13 Джон Фиск и др. Ли Бинь (перевод). Ключевые понятия в коммуникационных и культурных исследованиях // Пекин: Издательство Синьхуа. 2004. С. 31.

переосмысление битвы за Окинаву, в которой команда звезд Гуйчу призвана сразиться с японцами в ожесточенной битве за высадку на берег. Материал оригинального видео включает в себя игровые ролики, такие как «Мир Кораблей» и «Battlefield V»; фильмы, такие как «Спасти рядового Райана» и «По соображениям совести»; и телевизионные драмы, такие как «Достать меч» и «Мой шеф и мой полк». Роли солдат в коллаже охватывают десятки интернет-знаменитостей Гуйчу в круге игр стримеров, Тик Ток, кино и телевидения (приложение, рис. 3). В фильмах на военную тематику, призванных изображать героев, смерть, человечность и прочие пропозиции, штрихи обычно серьезные. Однако в серии видеороликов «Новый мир Гуйчу – Зов долга» язык сохраняет игровой характер, а звезды-призраки в разное время и в разных местах создают забавный комедийный эффект. В результате реконструированное видео Гуйчу выглядит знакомым, но совершенно другим. Создатели выбирают нужный им материал, отсоединяют его от оригинала и заменяют контекст на предполагаемый. С новым творческим замыслом видеоконтент переконтекстуализируется с помощью тюнинга, коллажа и монтажа, чтобы придать видеоконтенту смысл, который зачастую противоположен или не связан со смыслом оригинального текста¹⁴. Видеосерия родилась из коллажа текстов из опровергнутых источников, формируя новые ситуации, которые полностью вымышлены, но взаимодействие на диалогах лишено какого-либо ощущения коллажа. Каждое предложение берется в упорядоченном виде, представляя собой знакомство автора с текстом, из которого он выборочно сплетает новый сценарий.

В процессе создания видео Гуйчу создатели, как правило, демонстрируют две позиции: одна – из любви к предмету видео, например, Чжуге Лян в версии 1995 года сериала «Троецарствия», чьи отрывки с проклятиями Ван Ситу всегда были классическим материалом в субкультуре Гуйчу и любимы поклонниками Гуйчу. Другая – из подрывного, новаторского и даже недовольного настроения, чтобы передать позицию и эмоции создателя. Например, в видео Гуйчу «Мой

¹⁴ Ци Вэй, Фэн Фань. О культурных особенностях видео отомAD // Теория и критика литературы и искусства. 2018. № 1. С. 132.

шампунь», появившемся в начале 2015 года, использовалась реклама, которую актер Джеки Чан снял для одного шампуня много лет назад, подменив специфический джингл: «Когда я впервые узнал, что буду сниматься в рекламе шампуня, я отказался, потому что у меня совсем не было волос!», «Потом я узнал, что они поддельные и химические» Эти слова прямо противоположны коннотации, переданной в оригинальной рекламе. С помощью монтажа и коллажа создатели сатирически изображают уродливое поведение знаменитостей, соглашающихся на ложную рекламу, а пародийный и шуточный стиль Гуйчу позволяет зрителям развлекаться в киберпространстве. В своей книге «Понимание массовой культуры» Джон Фиск упомянул, что «наставление» означает, что культура, в которой доминирует элита, контролирует массы путем институционализации и стандартизации массовой культуры. «Антинаставление» означает, что масса сознательно сопротивляется «наставлению» стратегии элитной культуры и защищает уникальность массовой культуры. Содержание, выраженное в видеороликах Гуйчу, неглубокое, преувеличенное и бунтарское, своего рода процесс самоосвобождения масс, которые долгое время находились под контролем дисциплинарных стратегий, а также недовольство и прорыв различных сдерживающих факторов, ограничений, рамок и авторитетов. В коллаже застывшая, доминирующая культурная форма нарратива распадается и расшатывается, дискурсивная гегемония элиты постоянно деконструируется, изначальная целостность и авторитет разрушаются, и становится возможным прорывное дискурсивное конструирование¹⁵.

(2) Компартиментализация

Выросшее в условиях Интернета, «Поколение Z» сильно отличается от молодежных субкультур, существовавших до эпохи Интернета, поскольку способно легко и быстро находить в Интернете друзей-единомышленников и необходимую информацию. В молодежной интернет-субкультуре молодые люди, являющиеся основными пользователями, умело используют различные методы

¹⁵ Ли Кэи. Критический анализ культурного феномена популярности Гуйчу: на примере видеороликов Гуйчу на сайте Bilibili // Журналистика. 2023. № 5. С. 63.

для создания собственных доминирующих «культурных кругов» на основе своих интересов и увлечений. «Эти “круги” не только маркируют дифференциацию и изоляцию определенного типа культуры от доминирующей культуры, но и представляют собой разделение и границы между различными молодежными субкультурами»¹⁶.

3 мая 2020 года на сайте Bilibili было опубликовано видео под названием «Речь Билибили к новому поколению – Новая волна» (далее по тексту – «Новая волна»), которое быстро попало во все основные социальные сети и транслировалось по CCTV. Это не только обращение Bilibili к молодому поколению, но и брендинговая кампания сайта. Об этом свидетельствует появление в видеоролике UP-мастеров, а также слова «вы свободны в изучении языка» и «с юных лет вы самостоятельно изучали свои интересы». Термин «Новая волна» в видео является метафорическим риторическим приемом, относящимся к пользователям Bilibili – современной китайской молодежи. Этот сайт представляет собой пространство, где представители «поколения Z» собираются вместе. В этом пространстве молодые люди свободно самовыражаются и взаимодействуют друг с другом, формируя уникальную общую семантическую систему, присваивая медиасимволы популярной культуры и участвуя в воспроизводстве собственных социальных смыслов. Так они реализуют свою групповую идентичность и создают сообщество. Углубление сайта Bilibili, основанного на сообществе, сопровождалось появлением культурной гегемонии «поколения Z», что привело к углублению межпоколенческого разрыва между младшим и старшим поколениями.

Майк Пренски в своих работах выдвигает концепции «цифровых аборигенов» и «цифровых иммигрантов»¹⁷: первые определяются как «аборигены Интернета», которые выросли во время развития Интернет-технологий и имеют более высокую степень принятия сетевых технологий;

16 Ма Чжунхун. Культурный капитал: анализ пути приобретения молодежного дискурса // Китайская молодежная социальная наука. 2016. № 3, С. 54.

17 Цит. по: Чжоу Сяохун. Разрыв между поколениями в культурном возвращении и влиянии СМИ // Вестник Цзянсуского административного института. 2016. № 2. С. 65.

вторые завершили процесс социализации до рождения Интернета, медленнее используют и труднее принимают сеть. Можно утверждать, что разрыв в восприятии и использовании медиатехнологий формирует поколенческий разрыв в цифровую эпоху.

В момент своего появления выступление «Новая волна» на сайте Bilibili воспринималось как диалог между молодежью и старшими поколениями, а спикером был актер, представляющий «предыдущую волну». В своей речи он сказал: «Я приветствую ваше профессиональное отношение, вы превращаете традиционное в современное, классическое в популярное, академическое в массовое», «Вам повезло встретить такую эпоху, а эпохе еще больше повезло встретить Вас»¹⁸ и так далее. Эти слова не только характеризуют «Новую волну» как позитивную и энергичную, но и подчеркивают положительное отношение «предыдущей волны» к молодому поколению, тем самым разрешая конфликт поколений между ними. Но на самом деле видео с речью – это лишь тактическая разрядка дискурса, а реальный разрыв поколений по-прежнему существует, причем еще более глубокий. Об этом свидетельствует скептическое отношение молодого сообщества пользователей на сайте Bilibili к этой «стратегической разрядке». Мы выбрали два показательных комментария из раздела комментариев к видеоролику «Новая волна»: «Я чувствовал себя немного озадаченным, потому что жизнь молодежи в этом видео казалась очень далекой и необычной. Если это видео и вдохновило меня на что-то, так это на осознание того, что я должен что-то сделать, чтобы следующая “Новая волна” не сомневалась, как я, наверное», «На самом деле смотреть на это довольно грустно, потому что я совсем не такая, какой меня выставляют в этом видео, и в свои двадцать с небольшим лет я все еще задаюсь вопросом, что мне нравится»¹⁹. Это говорит о том, что молодое поколение считает «Новую волну», о которой

18 Bilibili. Речь Билибили к новому поколению – Новая волна // URL: https://www.bilibili.com/video/BV1FV411d7u7/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=b73c2a927aa1d94a6dd14a0e5dc16781 (дата обращения: 27.07.2023).

19 Хуангу-лефэн. Комментарии к видеоролику «Речь Билибили к новому поколению – Новая волна» // URL: https://www.bilibili.com/video/BV1FV411d7u7/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=b73c2a927aa1d94a6dd14a0e5dc16781 (дата обращения: 27.07.2023).

говорится в ролике, «вторым поколением богатых» и «элитой», которая может свободно реализовывать свои интересы, о чем говорится в речи. Согласно Мануэлю Кастельсу, «отвержение исключенного исключаящим» — это идентичность сопротивления, на которой основано формирование сообщества²⁰. По мере роста атрибутов сообщества на сайте Bilibili оно будет углублять разрыв между поколениями и «предыдущими волнами», а дискурсная конкуренция между доминирующей культурой и молодежной субкультурой никогда не прекратится.

С бурным развитием Интернета и новых молодежных сообществ культурные жанры и продукты значительно обогащаются, а культурный рынок постоянно структурируется. Большинство пользователей Интернета классифицируются по определенному субкультурному кругу, включая более 7 000 кругов по интересам только на сайте Bilibili. В сложной и меняющейся Интернет-среде субкультурные круги демонстрируют все более значимые характеристики разнообразия, постмодернизма и мобильности²¹. Теория трайбализма французского социолога Мишеля Маффесоли, описывающая метафорическое понятие групп людей, объединенных общими интересами и эмоциональными связями, а также их взаимоотношениями, более наглядно объясняет феномен интернет-субкультурных кругов. Он рассматривает племя как репрезентацию перехода от модерна к постмодерну; из-за общих эмоций мы встречаемся и собираемся с Другими, образуя племена; и из-за смещения эмоций мы переходим из одного племени в другое²².

Подобные культурные практики молодежной интернет-субкультуры сознательно создают компартиментализацию между «новыми племенами». Это не только пространственное и интеллектуальное, но и символическое деление. Например, наблюдая за субкультурой Даньму на Сайте Bilibili, мы обнаружили,

20 Мануэль Кастельс, Цао Жунсян, перевод. Сила идентичности (второе издание) // Пекин: Академическое издательство социальных наук (Китай). 2006. С. 413.

21 Чэнь Лон, Ли Чао. «Новое племя» в сетевом обществе: исследование постсубкультурных кругов // Обозреватель СМИ. 2021. № 6. С. 6.

22 Цит. по: Сюй Ибин. Мишель Маффесоли и его постмодернизм // Вестник Цзяннаньского университета (Гуманитарные науки & Общественные науки). 2012. № 2. С. 47.

что в зависимости от различных источников лексики Даньму, её можно разделить на АКИ²³ лексику и не-АКИ лексику. Разница между ними заключается в том, происходит ли лексика Даньму из круга Культуры АКИ или нет. Первая связана с аниме и играми, например: «前方高能» (Впереди высокоэнергетическая реакция. Используется для предупреждения зрителя о том, что впереди ожидаются интенсивные, интересные или пугающие кадры), «不作死就不会死» (Если ты сам не стремишься к смерти, ты не умрешь. Это означает, что если человек не будет сам искать себе неприятности, то он не попадет в беду), «FFF» (Это означает, что когда два человека проявляют любовь к одному человеку, этот человек хочет сжечь этих двух людей), «颜表立» (Цвет указывает на поддержку. Поклонники часто обозначают своих любимых героев, набирая эти три иероглифа различными цветными шрифтами, соответствующими персонажам), «自古红蓝出 CP» (Сопряжение красного и синего персонажей) и т.д. Во втором случае речь идет об апроприации устоявшегося повседневного языка, манипулировании, адаптации и переводе значений слов, например: «囍» (Изначально это был народный символ двойного счастья, который чаще всего использовался на свадьбах. В субкультуре Даньму он олицетворяет стремление пользователей к красоте и встречается в кадрах воссоединения пар), «从未见过如此厚颜无耻之人» (Я никогда не видел такого бесовестного человека. Эта фраза взята из телеспектакля «Троецарствие». В субкультуре Даньму эта фраза обозначает насмешку над бесстыдным поведением человека), «耗子尾汁» (Это гармоническое выражение идиомы «好自为之» (Обращайтесь с ним самостоятельно)), которая означает, что люди должны вести себя хорошо) и т.д. Эти выражения Даньму подобны «жаргону» или «тайным словам». Только «инсайдеры» круга субкультуры Даньму знают, что эти выражения означают. Они могут вызвать эмоциональное признание группы Даньму, в то время как поколение родителей, находящееся вне группы, будет испытывать недоумение,

23 АКИ: ACG, аббревиатура от Animation (Анимация), Comics (Комиксы) and Games (Игры), созданная в китайской провинции Тайвань.

услышав или увидев их, что также исключает культуру поколения родителей и доминирующую культуру из круга субкультуры Даньму. Это и есть языковая компартиментализация молодежи от родительской культуры и доминирующей культуры.

(3) Участие

Эта черта происходит от концепции «Культуры участия» («Партиципаторная культура»), предложенной Г. Дженкинсом – американским ученым, изучающим коммуникации и медиа. Дженкинс считает, что фанаты – это браконьеры. Фанаты смотрят телевидение и активно «похищают» тексты, заимствуя образы из медиа, наделяя их смыслом и создавая контент, соответствующий их собственным ожиданиям и представлениям, чтобы построить свою собственную социальную и культурную идентичность. Такое поведение активного чтения и присвоения опосредованных текстов в сочетании с трансформацией социального опыта создает культуру участия. Независимо от того, любят или не любят фанаты культурные продукты, они являются активными участниками культурных продуктов²⁴. С момента зарождения Интернета и до сегодняшнего дня культура участия представляет собой культурную трансформацию, вызванную технологическими изменениями новых медиа. Ее характеристики соответствуют общим чертам Интернет-среды²⁵. В культуре участия каждый имеет право голоса и может автономно участвовать в решении интересующих его вопросов, а также получать, распространять и даже производить информацию в любое время и из любого места²⁶.

Формирование взаиморазделенных «племен» в молодежной интернет-субкультуре является продуктом участия Интернет-пользователей, а их участие – это эмоциональное выражение чувств. Пользователи участвуют свободно, без ограничений по социальному статусу, идентичности, месту проживания и другим факторам, что можно рассматривать как своего рода карнавальный ритуал.

24 Генри Дженкинс, Чжэн Сицин (перевод). Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture // Пекин: Издательство Пекинского университета. 2016. С. 22. 398 с.

25 Се Синьчжоу, Чжао Лолинь. Обзор прогресса исследований партиципаторной культуры в Интернете // Грани теории. 2017. № 5. С. 29.

26 Ву Вэй. Анализ культуры участия в видео Даньму на примере Bilibili // Новостная коммуникация. 2023. № 5. С. 25.

Субкультуру Даньму как типичное проявление молодежной интернет-субкультуры Китая можно сравнить с описанием Бахтиным средневековых карнавалов с их низовыми, критическими и подрывными характеристиками. По мнению Бахтина, в мире карнавала растворяются дихотомии между господином и рабом, центром и периферией и т. д., нет различий между субъектом и объектом, это пространство, где все равны²⁷. Пользователи Интернета могут обсуждать что угодно и общаться с кем угодно, просто набрав текст и нажав кнопку «Отправить», поэтому иногда Даньму превращается в форму пользовательской вентиляции, своего рода бред. При просмотре видео появление на экране бесчисленных одинаковых текстов – это форма коллективного карнавала Даньму.

Сайт Bilibili предоставляет молодым людям такое место для веселья, где пользователи могут говорить без умолку и участвовать в производное произведение видео. В качестве примера возьмем вечеринку китайского Нового года – «Байнянь цзи 2023» на сайте Bilibili.

С 2010 года Bilibili организует свои собственные «Байнянь цзи», опираясь на особенности своей платформы, исследуя путь развития, который сильно отличается от традиционной вечеринки китайского Нового года, и постепенно становится эталоном для онлайн-вечеринок. Важнейшей особенностью «Байнянь цзи» по сравнению с традиционными вечеринками китайского Нового года является глубокое участие пользователей. На вечере китайского Нового года на сайте Bilibili в 2023 г. было представлено множество программ, созданных при участии пользователей, загружающих видео. Загрузчики видео из разных блоков использовали свои таланты в соответствующих областях, чтобы создать множество захватывающих программ. Одна из самых ярких программ – «Дети, Дети». В программе трое загружающих использовали свой опыт, чтобы рассказать историю «детей» под веселую мелодию. Помимо высокого уровня музыкальной аранжировки и певческих способностей, формат программы с использованием шерстяного войлока и других видеоматериалов также является

27 Цит. по: Ву Вэй. Анализ культуры участия в видео Даньму на примере Bilibili // Новостная коммуникация. 2023. № 5. С. 25.

плюсом, привлекающим внимание зрителей. Такая форма видеопроизводства, основанная на ремесленничестве, стала одним из популярных направлений в создании контента на сайте Bilibili за последний год, и в свое время она уже успела завоевать большую популярность, что очень понравилось зрителям вечеринки. Именно поэтому после того как в канун Нового года программа была выпущена в виде одного видеоролика, она набрала миллионы просмотров менее чем за неделю, что, несомненно, свидетельствует о явном преимуществе роли профессиональных пользователей в создании программы «Байнянь цзи».

Помимо непосредственного участия в создании программы, разнообразные интерактивные формы также предоставляют пользователям возможность активно участвовать в вечеринке «Байнянь цзи». Основным способом взаимодействия стал Даньму – фирменный инструмент Bilibili. По словам Сунь Ли, благодаря Даньму написанный текст больше не используется для «чтения», а становится частью видео для «просмотра»²⁸. Поэтому зрители, используя Даньму для коллективных комментариев к содержанию программы, на самом деле участвуют в ее создании как авторы контента. Однако если в форме Даньму для вечеринки «Байнянь цзи» не будет никаких инноваций, опыт отправки Даньму зрителям ничем не будет отличаться от обычного просмотра видео, и особенности вечеринки «Байнянь цзи» не будут отражены. Именно поэтому сайт Bilibili проявил изобретательность в дизайне Даньму «Байнянь цзи» 2023 года, чтобы дать зрителям понять, что они находятся в самом разгаре вечеринки. В финале программы «Если», когда песня доходит до строчки «тогда расцветай, этот блестящий фейерверк», Даньму «Байнянь цзи» переходит в состояние фейерверка из кроликов, и тысячи Даньму на некоторое время превращаются в море блестящих фейерверков (приложение, рис. 4). Эта довольно оригинальная конструкция сокращает расстояние между зрителями и вечеринкой «Байнянь цзи», а также расстояние зрителей между собой. В процессе отправки Даньму зрители неосознанно становятся частью сцены вечера

28 Сунь Ли. «Просмотр» письма в цифровой плоскости: размышления об истории «Даньму» медиа // Журналист. 2022. № 12. С. 41.

и воплощаются как участники программы²⁹.

Помимо Даньму, Bilibili также постаралась продемонстрировать свои характеристики оригинальной видеоплатформы, предложив пользователям принять участие во вторичном создании видеороликов вечеринки «Байнянь цзи». После прямого эфира новогодней вечеринки сайт Bilibili поделился восемью оригинальными песнями, такими как «С закрытыми глазами я касаюсь границ фантазии», «Дин Ин Тин Чао Ци», «Беглый артист среди кошек», «Если», «Си Си Дун Цзя», «Тянь Чжи Хэ», «Господин», «Дети, Дети», и их сопровождением в виде «пакетов музыкальных материалов для второго произведения» в разделе комментариев, а также открыл эксклюзивный канал для мероприятий, связанных с вечеринкой, в разделе музыки. Так платформа и пользователь достигают взаимовыгодной ситуации. Для Bilibili поощрение к использованию музыкальных материалов может, с одной стороны, способствовать дальнейшему распространению контента, а с другой – поиску профессиональных талантов, предоставляя ресурсы для создания будущих гала-программ. Использование официального пакета материалов, предоставляемого сайтом, не только избавляет от возможных споров об авторских правах, но и становится способом поучаствовать в создании новогодней программы. В результате и платформа, и загрузчики, сосредоточившиеся на вторичном создании, получают выгоду, не только повышая способность программы вечеринки «Байнянь цзи» к распространению, но и расширяя способы участия пользователей в вечеринке, что формирует двусторонний взаимодополняющий эффект.

Субкультура Даньму для пользователей не только воплощается во взаимодействии зрителей и авторов видео, зрителей и самого видео, зрителей и зрителей, но и является вторичным созданием видео и карнавальной деконструкцией видео зрителями. Например, в одном из видеороликов было такой кадр: на темном ночном небе был виден только полумесяц. Это было самое

29 Ся Тяньи, Цзян Линьлинь. Глубокое участие, конвергентный нарратив, воспроизведение памяти: анализ вечеринки «Байняньци» Билибили 2023 // Современное телевидение. 2023. № 3. С. 45.

обычный кадр, но зрители сделали такой Даньму – «Увидеть лорда Бао³⁰» (приложение, рис. 5), который сделал видеоизображение неожиданно интересным, как будто они увидели лорда Бао (приложение, рис. 6), выходящего ночью на улицу. Удачный Даньму может получить эмоциональное признание других зрителей, что приводит к появлению большого количества последователей и формированию карнавального участия в Даньму. Кроме того, количество сообщений ярко отражает участие в субкультуре Даньму. С 2017 года сайт Bilibili совместно с Китайской академией общественных наук, Издательством народной литературы, Китайским книгоиздательством и другими мейнстримовыми СМИ выбирает ежегодный Даньму. Только в 2019 году было отправлено 1,411 млрд. всплывающих окон, в среднем 3,86 млн. в день, причем наиболее часто (3,2 млн.) – «AWSL», аббревиатура ханью пиньинь, означающая «啊, 我死了» (Ā, wǒ sǐ le – Ах, я умер), которая использовалась в самых различных счастливых случаях, чтобы вызвать у людей чувство радости. Общее количество Даньму в 2020 году достигло 2,2 млрд. штук, в среднем более 6 млн. в день. К 2021 году суммарное (2010–2021 гг.) количество на сайте Bilibili достигло более 10 млрд штук³¹.

В финансовом отчете, опубликованном на сайте Bilibili, среднее количество ежемесячных активных пользователей (приложение, рис. 7) может напрямую отражать мотивацию молодых людей к участию. В 2018 году сайт компании Bilibili успешно прошел листинг в США. На протяжении шести лет количество пользователей этого сайта росло год от года, и к концу 2023 года достигло 336 миллионов человек. Согласно полученным данным, к концу 2022 года почти 82% пользователей сайта Bilibili являются представителями поколения, родившегося в 1990–2009 годах, в основном старшеклассниками и студентами – поколением, выросшим в условиях Интернета³².

30 Лорд Бао: Бао Чжэн, знаменитый чиновник времен династии Северная Сун в Китае, был человеком очень честным. Легенда гласит, что его лицо было черным, а на лбу красовался знак полумесяца.

31 Лю Юйхань. Общее количество Даньму на сайте Bilibili превысило 10 миллиардов, а культура Даньму «пробила оборону» и «разорвала круг» // Ци лу и дян. 2021. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1718008458344304149&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 27.07.2023).

32 Маркет UP Автоматизация маркетинга на предприятии. Несоответствие между позиционированием содержания сайта Bilibili и профилями пользователей: анализ групп пользователей в 2022 году. 2023. URL:

Помимо функции размещения видео и Даньму в Bilibili, функция «одновременного просмотра» также отражает характер участия молодежной интернет-субкультуры Китая. Несмотря на то, что каждый зритель смотрит видео на сайте Bilibili в отдельности, одно и то же содержание видео и процедура просмотра, а также текст Даньму, появляющийся на экране в режиме «реального времени», становятся наиболее объективной и фундаментальной связью между зрителями и друг другом: однородное время неуклонно движется вместе с полосой загрузки, и все выстраиваются в параллельную линию на канате временного потока, разделяя одно и то же пространство-время в «параллельном мире», и в процессе конструируется новое психологическое поле. На сайте Bilibili есть функция, показывающая количество зрителей, и когда вы открываете видео и видите, что его одновременно смотрят более 1000 человек, это дает вам ощущение, что «кто-то со мной». Захватывая и фиксируя эмоции и мнения зрителей в определенный момент сюжета, технология Даньму формирует новый способ «группового» просмотра, создавая коллективное присутствие участников: они убеждены в присутствии общих представлений и воображений на платформе, создавая ощущение «все вместе в этот момент».

(4) Реверс

Реверс (Обратное воздействие) проявляется в обратном воздействии молодежной интернет-субкультуры на отцовскую и доминирующую культуры. Американский культурный антрополог М. Мид в своей книге «Культура и приверженность: исследование разрыва между поколениями» предлагает концепцию трех типов культуры. Их она называет «постфигуративной культурой» – младшее поколение учится у старшего; «кофигуративной культурой» – обучение и младшего, и старшего поколения происходит среди сверстников; и «префигуративной культурой» – старшее поколение учится у младшего, а младшее поколение возвращает знания старшему³³. В информационную эпоху, когда знания стремительно обновляются, а общество

<https://www.marketup.cn/marketupblog/yxzx/14533.html> (дата обращения: 27.03.2024)

33 Margaret Mead. Culture and Commitment: A Study of the generation gap // Natural History Press. 1970. С. 1.

меняется изо дня в день, префигуративная культура играет огромную роль. «Столкнувшись с дилеммой отставания от общества из-за пробелов в технических знаниях, некоторые старики стали учиться новым навыкам у молодого поколения, а молодежная группа одновременно обучает старших базовым техническим навыкам и новым концепциям»³⁴. В 1980-х годах китайский социолог Чжоу Сяохун ввел в Китае понятие «префигуративная культура», назвав его «обратной социализацией». Проведя ряд полевых исследований, профессор Чжоу Сяохун дал этому социальному явлению официальное название «культурный реверс» или «культурное обратное воздействие», означающее «процесс широкого поглощения культуры от молодого поколения к старшему в эпоху быстрых культурных изменений»³⁵.

Чжоу Сяохун в своей теоретической конструкции культурного реверса подчеркивает, что нельзя игнорировать обратную социализирующую силу медиа в культурном реверсе, особенно электронные медиа, мобильные телефоны и компьютеры, которые рассматриваются как «сила артефактов, которую нельзя игнорировать»³⁶, и это в определенной степени совпадает с теорией медиа Дебрея. Под влиянием Бурдьё, Альтюссера и других авторов Дебрей делает акцент на медиуме как целостной метафоре, анализируя, как он входит в поле медиалогии в качестве медиума ощущений и социального слепка. Исходя из такого взгляда на медиум, Дебрей делает вывод, что, с одной стороны, идеи не могут существовать сами по себе, а должны опираться на некое материализованное средство доставки, и только через медиум они становятся физическими; с другой стороны, как посредник, медиум может формировать форму идеи, и этот процесс как раз и есть процесс медиатизации, в ходе которого сила идеи постепенно переходит в материальную силу³⁷. Эта тенденция

34 Чжан Чжихуа, Ли Юнь. Когда «межпоколение» встречает сеть: сосуществование и взаимопроникновение молодежной субкультуры и доминирующей культуры // Современное Аудио-видео Искусство. 2021. № 6. С. 56.

35 Чжоу Сяохун. Попытка обсудить значение реверса молодежной культуры в современном Китае // Молодежные исследования. 1988. № 11. С. 23.

36 Чжоу Сяохун. Культурный реверс: передача информации от поколения к поколению в меняющемся обществе // Пекин: Коммерческое издательство. 2015. С. 169-195.

37 Реджис Дебрей, Чэнь Вэйсин, Ван Ян, перевод. Курс общей медиологии // Пекин: Издательство Университета Цинхуа. 2014. С.8.

социальной практики подчеркивает иллюстрацию того, как СМИ направляют общество в конкретных социальных практиках, и это, в свою очередь, помогает нам глубже понять современное общество. Эта опосредованная материальная власть иллюстрируется в данной статье платформой сайта Bilibili. В эпоху цифрового разрыва культурный реверс как концептуальная сила должен устранить разрыв и разделение между поколениями, если он будет реализован на практике, а дети и отцы получают пользу от культурного взаимодействия, пытаясь продвинуться к «психологической интеграции» на основе семейной атмосферы и среды новых медиаплатформ.

Старшее поколение поначалу отвергает или даже ненавидит появляющиеся популярные субкультуры, но по мере общения с молодым поколением постепенно меняет свои взгляды и частично принимает новые идеи и культурные коды молодежи. В социальном контексте рутинизации мобильной сети китайская доминирующая культура будет присваивать символы субкультуры Даньму, чтобы «внедрить ценности и культурные концепции доминирующего общества в субкультуру, чтобы получить признание молодежных субкультурных групп»³⁸. В качестве примера можно привести фразу Даньму «YYDS» (Это аббревиатура означает «вечный Бог» и используется для наивысшей похвалы): во время Олимпийских игр 2021 года в Токио клиент газеты «Жэньминь жибао» (официальное печатное издание ЦК КПК) 4 августа прямо заявил в своем заголовке: «Китайские спортсмены YYDS!» В заголовке от 5 августа сайт Китайской службы новостей назвал российскую «команду мечты» по синхронному плаванию «YYDS!». Эта же заметка была опубликована в официальных новостных сообщениях газет «Гуанмин дейли», «Шаньси ивнингньюс» и «Синьхуа дейли». Кроме того, «Центральный комитет Комсомола Китая» (Официальные СМИ Китайского Комсомола) разместился на сайте Bilibili в 2017 году, назвав себя «Группа Пипи». Причина такого названия в том, что на экране Даньму молодые люди всегда говорят «皮一下很开心», что

38 Цзэн Иго. Новая волна: Смена поколений и субкультурный поворот современной молодежи в Китае // Вестник Гуанчжоуского университета (издание по общественным наукам). 2022. № 1. С. 60.

означает, что немного озорства будет очень весело. Это позволяет доминирующей культуре деконструировать серьезность собственных характеристик, и проводит параллель между ними и молодыми людьми из субкультуры Даньму. Будь то использование «YYDS» в официальных новостях, или участие официальных СМИ в выборе ежегодного Даньму, или инициатива Китайского Комсомола зайти на сайт Bilibili, чтобы использовать фразы Даньму, все это показывает стремление доминирующей культуры приблизиться, принять и научиться использовать субкультуру Даньму.

На индивидуальном уровне феномен культурного реверса проявился раньше и быстрее. Когда старшее поколение обнаружит, что их прошлый опыт и достижения не могут передать «духовное наследие» их детям, они не только почувствуют себя потерянными, но и, что более важно, окажутся не в ладах с логикой и «правилами игры» новой эпохи. Предыдущее поколение должно примириться со временем, познакомиться с молодежной субкультурой, чтобы интегрироваться в новую социальную среду. Возникновение сообщества знаний на сайте Bilibili – это подходящий путь для урегулирования семейных отношений, будь то простые общие знания о жизни, специализированная фотография и техника монтажа, уморительные трансграничные связи и так далее, – все это можно изучить здесь без каких-либо препятствий. Например, пользователь сайта Bilibili, «Минчи еще не старая», – бабушка почти 90 лет, всегда хотела написать автобиографию, но ей сложно сформировать письменный текст. Она вдохновилась идеей стать загрузчиком, когда увидела, как ее внук записывает видео на сайте Bilibili, просто рассказывая в камеру. С помощью внука она зарегистрировалась на сайте и загрузила видео. Ее видео «Я слышала, что молодые люди играют на Bilibili, я тоже хочу стать аплоудером» быстро превысило 5 миллионов просмотров благодаря богатому и яркому жизненному опыту. Сегодня у нее 375 000 подписчиков. Именно с мыслью не покориться старости, бабушка продолжала «контактировать с сетью», не только став старшим поколением «Интернет-знаменитостей», но и научившись самостоятельно разрабатывать дизайн, снимать и монтировать видео. На видео

бабушка говорит: «Я уже не молодая, могу ли я сравниться с вами? Научусь у вас как можно большему», «Пока есть молодые люди, которые сопровождают пожилых людей, мы можем дольше жить активной жизнью»³⁹.

Разместив видео на сайте Bilibili, 63-летний аплоудер из Даляня «Папа Заика» собрал миллионы подписчиков и получил бесчисленное количество Даньму. Делясь повседневной едой и исследуя рестораны, он передает жизненный опыт и душевное тепло в форме, которую предпочитают молодые люди. Документируя жизнь, он также демонстрирует зрителям свое тщательно продуманное содержание и юмор.

Бабушка «Минчи еще не старая» пришла на сайт Bilibili с помощью своего внука, который даже помогал ей редактировать сценарий, реплики и делать постпродакшн. За видео дедушки «Папа Заика» скрываются сын и невестка, которые с помощью монтажа и методов съемки вложили в хореографию и дизайн программы свою любовь к родителям и сюжет, основанный на еде. Именно благодаря интегративной культурной атмосфере Bilibili оба поколения подсознательно играют двойную роль – воспитателей и реципиентов. Благодаря постоянному диалогу и обмену мнениями молодое поколение помогает старшему интегрироваться в окружающую среду, овладеть новыми навыками выживания, устранить дискомфорт и панику, вызванные присущими ему культурными особенностями. Таким образом, в виртуальной сетевой среде можно построить более инклюзивное «совместное существование», а также повысить способность к обратной передаче и воспроизводству культуры, что открывает новые возможности для преодоления разрыва цифрового межпоколенческого неравенства.

«Идет ли речь о “группах среднего и пожилого возраста, находящихся в неблагоприятном положении с точки зрения цифровых технологий”, о преодолении цифрового разрыва в контексте социального развития или о более

39 Минчи еще не старая. Я слышала, что молодые люди играют на Bilibili, я тоже хочу стать загрузчиком // URL: https://www.bilibili.com/video/BV1ZQ4y1P7Xf/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=b73c2a927aa1d94a6dd14a0e5dc16781 (дата обращения: 27.07.2023).

широкой исторической перспективе культурного наследования и замещения, цифровой реверс является важной темой»⁴⁰. Цифровые медиа стали важным способом общения членов семьи друг с другом, что, несомненно, способствует формированию нового типа личных отношений – взаимодействия на равных.

1.2 Сайт Bilibili как площадка для формирования и распространения молодежных интернет-субкультур Китая

Сайт Bilibili является субкультурным сообществом, основным членом которого является молодежь. Его внешние условия развития и способы самопрезентации контента, а также его особая функция Даньму помогают быстрому развитию молодежной интернет-субкультуры в Китае. Изучение данного сайта поможет нам понять речевой стиль и языковые особенности современной молодежной интернет-субкультуры Китая. Практическое значение этого исследования заключается в том, чтобы помочь доминирующей культуре лучше общаться и взаимодействовать с молодежью, понимая и используя способы построения дискурса молодежной субкультуры на этом сайте.

Bilibili, или сокращенно сайт-В, был основан в 2009 году. Сайт представляет собой видеохостинг с функцией Даньму, посвященный культуре АКИ⁴¹ (Анимация, Комиксы и Игры). Он привлек большое количество молодых пользователей своей уникальной системой комментариев по Даньму и особой атмосферой единения, и постепенно превратился в место сбора китайских энтузиастов культуры АКИ. Благодаря растущей базе пользователей и разнообразному контенту Bilibili постепенно превратился из нишевого сообщества в комплексную видеоплатформу, охватывающую широкий спектр контента. Помимо традиционного контента АКИ, такого как аниме, манга и игры, сайт предлагает видеоконтент в различных областях, включая телесериалы,

40 Чжао Хуань, ХоуЦинпэн. Слияние и обратная связь: интерпретация разорванного круга Bilibili с точки зрения постфигуративной культуры // Журналистика и коммуникационное обозрение. 2021. № 6. С. 50.

41 АКИ: ACG, аббревиатура от Animation (Анимация), Comics (Комиксы) and Games (Игры), созданная в китайской провинции Тайвань.

фильмы, документальные фильмы, музыку, танцы и технологии. В настоящее время сайт Bilibili является многогранным культурным интернет-сообществом. Он стал видеоплатформой, которая охватывает различные круги интересов и очень популярна среди молодежи Китая. Он не только предоставляет пользователям богатый видеоконтент, но и предлагает среду сплоченного сообщества, где пользователи могут делиться своими интересами и обмениваться идеями. Уникальный дух сообщества сайта Bilibili укоренились в сердцах людей и стали важной частью культурной жизни молодежи.

Данные «52-го статистического отчета о развитии Интернета в Китае» показывают, что по состоянию на июнь 2023 года в Китае насчитывалось 1,079 миллиарда Интернет-пользователей, а уровень распространения Интернета составил 76,4%⁴². Доля пользователей Интернета в возрасте 39 лет и младше достигла 52,5%, при этом наибольшая доля в возрасте 30–39 лет достигла 20,3%⁴³. Увеличение числа пользователей Интернета принесло Bilibili большой охват виртуального пространства и коммерческий успех.

В 2008 году развитие Интернета в Китае перешло на новый этап, демонстрируя очевидные черты популяризации, мобильности, социализации и видео. Мобильные телефоны впервые стали предпочтительным терминалом для выхода в Интернет для китайских пользователей в 2012 году. В 2013 году Китай вступил в эру сетей 4G, а в 2019 году – в эру сетей 5G. По состоянию на июнь 2023 года в Китае насчитывалось 1,076 миллиарда пользователей мобильного интернета, что составляло 99,8% от общего числа пользователей⁴⁴. Модернизирование сетевых технологий и оптимизация инфраструктуры привели к появлению более совершенных систем обслуживания приложений, вызвав взрывной рост числа пользователей мобильного Интернета, терминалов, трафика и потребления информации, а также увеличив социальное взаимодействие⁴⁵.

42 Китайский информационный центр интернета. 52-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае // Китайский информационный центр интернета. 2023.8. С. 25.

43 Там же, С. 31.

44 Там же, С. 25.

45 Фан Синдун, Цзинь Хаоцин, Чжун Сянмин. Тридцатилетнее развитие Интернета в Китае: Перспектива глобальной истории // Обозреватель СМИ. 2022, № 11. С. 35.

В настоящее время видео по-прежнему является одной из основных форм передачи Интернет-контента. Бурное развитие коротких видеороликов увеличило число пользователей онлайн-видео, которое в Китае по состоянию на июнь 2023 года достигло 1,044 миллиарда, что составляет 96,8% от общего числа Интернет-пользователей. Из них количество пользователей короткого видео составило 1,026 миллиарда или 95,2% от общего ⁴⁶. Модель производства Интернет-контента на основе видео принесла Bilibili огромную аудиторию. Согласно данным «финансового отчета за четвертый квартал и полный 2023 год» этого сайта, общий доход за 2023 год составил 22,53 миллиарда юаней, 100 миллионов среднесуточных активных пользователей, стабильное среднесуточное время пребывания на сайте – 95 минут, а среднемесячное количество загруженных видео – более 23 миллионов. К концу 2023 года 230 миллионов пользователей пройдут тест на регистрацию и станут «полноправными членами» сайта. Средний возраст пользователей останется на уровне 24 лет, а 65 % из них будут относиться к поколению Z (родившиеся в период с 1995 по 2014 гг.)⁴⁷ Постоянно растущее число Интернет-пользователей в Китае, структура Интернет-пользователей, среди которых преобладает молодежь, и постоянно растущее число видеопользователей создают превосходные условия для того, чтобы сайт Bilibili стал местом сбора молодежной интернет-субкультуры Китая.

Помимо внешних условий, то, что делает сайт Bilibili местом сбора молодежной интернет-субкультуры Китая, – это особый способ подачи контента. Содержание сайта Bilibili характеризуется сетевым кругом. Сетевой круг – это сетевое сообщество, сформированное Интернетом как платформой и спонтанным объединением Интернет-пользователей на основе их личных предпочтений⁴⁸. На эту особенность сайта Bilibili в значительной степени влияют

46 Китайский информационный центр интернета. 52-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае // Китайский информационный центр интернета. 2023.8. С. 52.

47 Технология «Лань Ши». Bilibili объявляет финансовые отчеты за четвертый квартал и полный 2023 год. 03.2024. URL: https://www.bilibili.com/read/cv32821812/?from=search&spm_id_from=333.337.0.0 (дата обращения: 21.03.2024)

48 Чжао Жэньцин, Хуан Чжибинь. Одиночество и карнавал: эмоциональная перспектива и ее регулирование в жизнимолодежи в сетевом социальном сообществе // Вестник нормального университета Западного Китая (Философия и социальные науки). 2023. № 3. С. 49.

система блоков видеоконтента и модель производства пользовательского контента (UGC – User Generated Content), основанная на загрузке (аплоудер, uploader).

На сайте существует полная система классификации, основанная на содержании видеороликов. На сегодняшний день на сайте 32 блока (приложение, рис. 8), где видеоролики представлены в разных разделах в соответствии с тематикой и содержанием. В одном блоке они разделены на более подробные разделы, помимо прямых трансляций, игрового центра, периферийных продуктов, оффлайн-деятельности и других сегментов бизнеса. Возьмем для примера Блок знаний – это подрайон изучения и популяризации науки, который далее делится на восемь подрайонов, таких как «Популяризация науки», «Общественные науки, право, психология», «Гуманитарные науки, история», «Финансы, бизнес», «Обучение в кампусе», «Профессия и рабочее место», «Дизайн, творчество», «Навыки» и так далее. Разделы могут сегментировать пользователей по вертикали, а также облегчить пользователям выбор интересующего их раздела для просмотра, взаимодействия и даже публикации своих работ. Пользователи, которые долгое время просматривают один или несколько подрайонов в соответствии со своими личными интересами, формируют молодежные субкультурные круги, такие как «Круг аниме», «Круг технологий», «Круг китайской ханьской национальной одежды», «Круг пародии», «Круг онлайн-игр» и так далее.

Как уже упоминалось выше, производство контента на сайте Bilibili в основном основано на модели пользовательского контента загрузчика. При загрузке видео пользователь должен выбрать блок. Если содержание слишком сильно отличается от раздела, заполненного пользователем, видео будет автоматически подогнано под соответствующий блок после прохождения проверки содержания. «Центр создания» предоставляет пользователям интуитивно понятное отображение данных, управление фанатами, инструменты редактирования видео, материалы для создания видео и другие разделы, когда с увеличением количества монет, лайков, акций, коллекций и т.д., загрузчик может

также получить определенную денежную выгоду (приложение, рис. 9). Особый метод производства контента также способствует круговому представлению контента, когда загрузчики с большим количеством последователей вовлекаются в деятельность по производству контента в определенном кругу.

Кроме того, Даньму – это первая и особенная черта видеосайтов, представленных на Bilibili, а также важное средство привлечения пользователей. Когда пользователи смотрят видео на сайте Bilibili, они могут отправлять свои мысли и мнения на экран в виде «текста + смайликов», и когда бесчисленные предложения или слова плотно укладываются на экране, формируется уникальный культурный ландшафт Даньму (приложение, рис. 10). Слово «Даньму» не является первым творением китайского онлайн-видео. Это военный термин, обозначающий интенсивный артиллерийский огонь, который называется «Даньму (弹幕 dàn mù)» (в переводе с китайского «弹 dàn» означает патроны, а «幕 mù» – занавес), поскольку артиллерийские снаряды настолько плотны, что напоминают занавес. Впоследствии этот термин вошел в игровую сферу, и некоторые игры-стрелялки, в которых демонстрируются сцены с артиллерийскими снарядами, плотно упакованными в занавес, стали называться «играми-стрелялками с занавесом». Первые видеоролики «Даньму» появились на японском сайте обмена видео – Niconico. Самым первым видеосайтом с Даньму в Китае был AcFun, а Bilibili сохранил эту функцию в качестве своей особенности, когда был основан в 2009 году. С постепенным развитием онлайн-видеоплатформ Даньму стал обычным явлением, появляющимся на основных видеосайтах и востребованным большинством пользователей Интернета, особенно молодежью. Но уникальная атмосфера молодежной интернет-субкультуры Китая по-прежнему делает Даньму на сайте Bilibili незаменимой.

Подводя итоги, можно отметить, что причины превращения платформы сайта Bilibili в центр притяжения молодёжной интернет-субкультуры Китая поддаются анализу через несколько ключевых аспектов, которые совместно формируют уникальную экосистему сообщества и культурную атмосферу

платформы. Естественно, именно это обусловило наш выбор сайта Bilibili для изучения молодёжной интернет-субкультуры Китая.

Прежде всего, субкультурный геном сайта Bilibili уходит корнями в его глубокую привязку к культуре виртуального мира. Как вертикальная платформа для АКИ-контента, на ранних этапах посредством накопления «круга» культурного капитала сайт сформировал себя как «культурный анклав» молодёжной интернет-субкультуры Китая. Символическая сопротивляемость культуры виртуального мира (например, бунт против доминирующих эстетических стандартов) резонирует с идентификационной тревожностью поколения Z, превращая Bilibili в духовное убежище «маргинальных групп». Согласно теории субкультур Бирмингемской школы, молодёжные субкультуры конструируют идентичность через стилизованные практики, и вертикальный блок Bilibili как раз предоставляет культурное поле для таких практик. Высокая вовлеченность пользователей поколения Z отражает межпоколенческий сдвиг в культурном производстве – от пассивного потребления к активному созиданию, что особенно заметно в новых формах интернет-субкультур, таких как виртуальные идолы и субкультура Гуйчу.

Во-вторых, ритуализированные механизмы доступа и символическая система взаимодействия на сайте Bilibili создают высокую степень сплоченности сообщества. Система членских тестов, осуществляя отбор через культурный капитал (например, проверку знаний в сфере АКИ), формирует идентичность «свой человек», причем данный механизм аналогичен возведению стены, разделяющей «своих» и «чужих». Субкультура Даньму создает чувство коллективной ритуальности: пользователи, синхронно отправляя тексты Даньму, формируют «виртуальное со-присутствие», превращая индивидуальное потребление в коллективное действие. Взаимодействие через Даньму образует «сакральное пространство», где пользователи временно выходят за рамки повседневного порядка, совместно участвуя в производстве смыслов субкультурных символов.

В-третьих, процесс создания контента на сайте Bilibili демонстрирует

характерные черты культуры участия. Симбиотические отношения между аплоудерами и их подписчиками формируют децентрализованную сеть культурного производства, которая разрушает культурную гегемонию традиционных медиа, возвращая пользователям право производства субкультурных символов. Посредством деконструкции и рекомбинации существующих текстов (например, классических фильмов и сериалов) пользователи создают новые культурные символы. Такой формат производных произведений трансформирует аудиторию из пассивных потребителей в активных производителей смыслов. Терпимое отношение сайта Bilibili к производным произведениям по сути представляет собой передачу права на культурное сопротивление, позволяя пользователям бросать вызов доминирующим нарративам через символическую реконструкцию.

В-четвертых, сайт Bilibili расширяет аудиторию за счет включения мейнстримного контента (документальные фильмы, образовательный раздел), одновременно укрепляя сплоченность ядра сообщества через культурные ритуалы (такие как Байнянь цзи и новогодний вечер). Это позволяет молодежной интернет-субкультуре Китая сохранять культурную автономию в условиях коммерциализации. Коммерциализация виртуальных идолов (например, образа виртуальной певицы Ло Тяньи) демонстрирует логику символической экономики, трансформируя субкультурные символы в торгуемый культурный капитал, при этом сохраняя вовлеченность пользователей в творческий процесс благодаря технологическим возможностям. Такая модель «коммерциализированного сопротивления» успешно гармонизирует противоречие между протестным характером и коммерческой составляющей молодежной интернет-субкультуры Китая.

В-пятых, алгоритмическая логика платформ для коротких видео, таких как TikTok, сводит субкультуры к измеримому «товару внимания». Публичный характер Сина Вэйбо (китайский сервис микроблогов) приводит к дискурсивной колонизации субкультур, растворяя их символическое значение в доминирующих нарративах. Потребительская логика Сяохуншу редуцирует субкультуры до

инструмента символического потребления. Индустриальная модель производства длинного видео на платформах типа Tencent Video (китайский видеосервис) лишает пользователей права культурного производства. Эти ограничения в совокупности демонстрируют: для сохранения молодежной интернет-субкультуры необходимо культурное поле, сохраняющее напряжение с доминирующей культурой при внутренней автономии. Сайт Bilibili успешно создает такое поле через триангуляцию «технологии-сообщество-коммерция».

Можно сделать вывод, что уникальность сайта Bilibili заключается в создании им «автономной экосистемы субкультур». С культурологической точки зрения, эта система обеспечивает устойчивое развитие через три ключевых механизма:

(1) Расширение технологических возможностей: инструменты типа даньму, тематических разделов и системы мотивации аплоудеров передают пользователям право культурного производства, формируя сеть культуры участия;

(2) Защита сообщества: механизмы вроде вступительных тестов и комьюнити-правил создают культурные границы, защищающие от эрозии со стороны доминирующей культуры;

(3) Символическая экономика: такие формы, как виртуальные идолы и офлайн-мероприятия, трансформируют субкультурные символы в экономический капитал, который, в свою очередь, оказывает позитивное обратное воздействие на культурное производство.

Данная модель трудно воспроизводима на других платформах, поскольку они либо ограничены алгоритмической логикой, либо скованы публичностью, либо заперты в потребительстве, либо зависят от индустриального производства. Успех сайта Bilibili доказывает, что в цифровую эпоху молодежной интернет-субкультуре требуется не просто канал распространения, но культурное пространство, позволяющее осуществлять автономное производство смыслов, свободное обращение символов и самоуправление сообщества. Этот опыт дает важные ориентиры для понимания структуры культурной власти в интернет-эпоху.

Итак, мы подробно проанализировали характерные черты в молодежных интернет-субкультурах Китая. С тех пор как в 1990-х годах Китай получил полный доступ к интернету, возникла китайская молодежная интернет-субкультура. В настоящее время сайт Bilibili – многогранное интернет-сообщество и видеоплатформа, которая охватывает различные круги интересов, предоставляет пользователям богатый видеоконтент, предлагает активную среду, позволяет делиться своими интересами и обмениваться идеями – стал центром молодежной интернет-субкультуры Китая. Постоянно растущее число интернет-пользователей в Китае и преобладание среди них молодежи создают все условия для того, чтобы сайт Bilibili стал местом сбора молодежной интернет-субкультуры Китая. Модель пользовательского контента на основе загрузчика предполагает, что загрузчики с большим количеством последователей вовлекаются в деятельность по производству контента в определенном кругу. Специальная функция сайта – Даньму – является важным средством для сохранения интереса пользователей, создавая сильную молодежную интернет-субкультуру Китая. Молодые люди используют кибертехнологии в киберпространстве для участия в различных интернет-мероприятиях, формируя китайскую молодежную интернет-субкультуру, которая соответствует особенностям физического и умственного развития молодых людей и отражает общие ценности молодежи. Сочетая собственные методы производства контента и специальные функции Bilibili, а также работу официальных СМИ на данном сайте, мы утверждаем, что молодежная интернет-субкультура Китая в настоящее время характеризуется бунтарством, компартиментализацией, участием и реверсом.

В отличие от того, что Бирмингемская школа называет «сопротивлением», бунтарство молодежной интернет-субкультуры Китая – это гораздо более низкий уровень сопротивления. По сути, это подростковый бунт, который является для молодых людей способом занять свое место в обществе и привлечь общественное внимание. Прочность и непрерывность основ китайской цивилизации привела к тому, что дискурсивная деятельность и запасы знаний

этой группы молодых людей по-прежнему привязаны к основам традиционной культуры, и в то же время молодежные субкультуры, которые принято считать обладающими сопротивлением, остаются лишь на символическом уровне, ритуальном сопротивлении.

С точки зрения компартиментализации, В молодежной интернет-субкультуре молодые люди, являющиеся основными пользователями, умело используют различные методы для создания собственных доминирующих «культурных кругов» на основе своих интересов и увлечений. Эти «круги» одновременно изолируют определенные культурные типы от доминирующей культуры и проводят различие между различными молодежными субкультурами. Сайт Bilibili представляет собой пространство, где представители «поколения Z» собираются вместе. В этом пространстве молодые люди свободно самовыражаются и взаимодействуют друг с другом, формируя уникальную общую семантическую систему, присваивая медиасимволы популярной культуры и участвуя в воспроизводстве собственных социальных смыслов. Так они реализуют свою групповую идентичность и создают сообщество. Углубление сайта Bilibili, основанного на сообществе, сопровождалось появлением культурной гегемонии «поколения Z», что привело к углублению межпоколенческого разрыва между младшим и старшим поколениями.

Формирование взаиморазделенных «племен» в молодежной интернет-субкультуре Китая является продуктом участия Интернет-пользователей, а их участие – это эмоциональное выражение чувств. Пользователи участвуют свободно, без ограничений по социальному статусу, идентичности, месту проживания и другим факторам, что можно рассматривать как своего рода карнавальным ритуал. Захватывая и фиксируя эмоции и мнения зрителей в определенный момент сюжета, уникальная технология Даньму сайта Bilibili формирует новый способ «группового» просмотра, создавая коллективное присутствие участников: они убеждены в присутствии общих представлений и воображений на платформе, создавая ощущение «все вместе в этот момент».

Реверс проявляется в обратном воздействии молодежной интернет-

субкультуры на отцовскую и доминирующую культуры. Старшее поколение поначалу отвергает или даже ненавидит появляющиеся популярные субкультуры, но по мере общения с молодым поколением постепенно меняет свои взгляды и частично принимает новые идеи и культурные коды молодежи. Именно благодаря интегративной культурной атмосфере Bilibili оба поколения подсознательно играют двойную роль – воспитателей и реципиентов. Благодаря постоянному диалогу и обмену мнениями молодое поколение помогает старшему интегрироваться в окружающую среду, овладеть новыми навыками выживания, устранить дискомфорт и панику, вызванные присущими ему культурными особенностями. Таким образом, в виртуальной сетевой среде можно построить более инклюзивное «совместное существование», а также повысить способность к обратной передаче и воспроизводству культуры, что открывает новые возможности для преодоления разрыва цифрового межпоколенческого неравенства.

ГЛАВА 2 ДОМИНИРУЮЩАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОГО КИТАЯ

2.1 Трансформация китайской доминирующей культуры в условиях глобализации и цифровизации

2.1.1 Потеря центрального положения китайской доминирующей культуры

Для изучения проблемы трансформации китайской доминирующей культуры необходимо прежде всего прояснить её определение, конкретные проявления в китайском контексте и её взаимоотношения с другими культурными формами.

Доминирующая культура представляет собой нормативную культурную форму, сознательно конструируемую и продвигаемую правящими группами или институциональными силами (такими как государственный аппарат, капиталистические группы) в рамках конкретной структуры социальной власти. Она обретает легитимность через институционализированные каналы – образовательную систему, медиадискурс, правовую систему – и направлена на поддержание существующего социального порядка и формирование коллективной идентичности. Её ключевой характеристикой является практика культурной гегемонии: посредством натурализации определённых ценностей как «универсальных истин» достигается инкорпорация или подавление культурного многообразия.

Официальная культура представляет собой культурную форму, непосредственно направляемую государственным аппаратом. Через идеологические аппараты государства – пропагандистскую систему, политику в области искусства, школьные учебники истории и т.д. – она формирует коллективную память и ценностные нормы, соответствующие легитимности политического режима. Её характерной особенностью является сочетание институционального принуждения и символической возвышенности: с одной стороны, она поддерживает границы посредством правового устрашения, с

другой – пробуждает эмоциональную идентификацию через героические нарративы и памятные ритуалы.

Мейнстрим представляет собой систему ценностей и когнитивных рамок, которые в конкретный исторический период молчаливо признаются большинством членов общества как «здравый смысл», проявляясь в виде общего консенсуса относительно образа жизни, моральных норм, политкорректности и других вопросов. Это не статичная сущность, а результат сложного взаимодействия между доминирующей культурой, медийными нарративами, рыночной логикой и индивидуальными практиками. Мейнстрим посредством «символического насилия» скрыто исключает альтернативные дискурсы, однако между ним и субкультурами постоянно сохраняются противостояние и разрывы.

Традиционная культура представляет собой систему символизированного жизненного опыта, сформированного в ходе длительной исторической практики определенного сообщества. Она включает в себя как материальные, так и нематериальные формы: язык, обычаи, ритуалы, этические нормы, передачу ремесленных навыков и т.д. По своей сути, традиционная культура представляет собой процесс трансформации исторических ресурсов в культурный капитал, поддерживающий групповую идентичность, посредством избирательного запоминания и реконструкции в ходе межпоколенческой передачи. Традиционная культура может служить как духовным ресурсом сопротивления отчуждению модерна, так и быть инструментом легитимации, присвоенным доминирующей культурой.

Отношения между указанными четырьмя концепциями проявляются следующим образом:

(1) Доминирующая культура и официальная культура образуют симбиотическую структуру «институциональное ядро – культурное продолжение»: официальная культура как жесткое ядро государственного регулирования устанавливает легитимные границы доминирующей культуры через правовые и административные механизмы. В то же время доминирующая культура, используя гибкие силы рыночных механизмов и народных традиций,

трансформирует официальную идеологию в культурные практики на уровне социальных капилляров.

(2) Доминирующая культура и традиционная культура образуют циркуляционный контур обмена «символическим капиталом»: доминирующая культура посредством реконтекстуализации традиционных символов трансформирует их в культурный капитал, укрепляющий легитимность, тогда как традиционная культура благодаря своей исторической аутентичности оказывает рефлексивное дисциплинирующее воздействие на инструментальную эксплуатацию со стороны доминирующей культуры. В диалектике инкорпорации и сопротивления эти две формы культуры поддерживают динамический симбиоз.

(3) Доминирующая культура и мейнстрим-сознание находятся в отношениях взаимного конституирования и симбиоза: доминирующая культура через символические системы и институциональные практики натурализует мейнстрим-сознание как общепринятую социальную норму, тогда как мейнстрим-сознание обеспечивает доминирующей культуре легитимирующие нарративы. Вместе они формируют сеть культурной гегемонии, поддерживающую существующие структуры власти.

Только поместив эти концепции в конкретный исторический и социальный контекст, можно раскрыть их глубокое содержание и теоретическую значимость. В древнем Китае, начиная с 134 года до н.э., когда династия Хань провозгласила политику «Отвергнуть сто школ, почитать только конфуцианство», конфуцианская культура, основанная на учении Конфуция, стала доминирующей культурой феодального общества. В современном Китае доминирующей культурой является правящая культура ⁴⁹, в основе которой лежит социалистическая система ценностей. Эта культура руководствуется марксизмом, при этом включает в себя традиционную китайскую культуру и выдающиеся культурные достижения других народов ⁵⁰. Формирование доминирующей

49 Ван Гуилань. Путь современных китайских интеллектуалов к доминирующей культуре // Марксизм и реальность, 2012. №. 6. С. 67.

50 Гао Чжунхуа, Чжан Дэи. Дилемма современной китайской доминирующей культуры и восстановление ее доминирующей позиции // Сборник Китайского форума культурного развития, 2014. С. 156.

культуры является результатом сочетания власти и культуры, и ее цель состоит в том, чтобы дисциплинировать общество. Идентификация доминирующей культуры зависела от средств массовой информации. Древний Китай в основном полагался на книги, газеты, школы и другие средства массовой информации или места для обучения людей, в то время как современное китайское правительство использует газеты, радио, телевидение и Интернет.

Доминирующая культура играет ведущую роль в социальном мультикультурализме, в то время как официальные медиа имеют большое значение в формировании культурного мейнстрима в обществе ⁵¹. Доминирующая культура может завоевать признание подавляющего большинства людей в обществе и занимать центральное место благодаря средствам массовой информации, контролируемым правительством. Построение идеологии зависит от единой модели руководства, сформированной на основе коммуникационных характеристик и режима работы четырех основных средств массовой информации: газет, журналов, радио и телевидения. Идеология и единство традиционных средств массовой информации по своей природе изоморфны ⁵². Современное общество разделяет медиапроизводство на множество различных процессов, при этом каждый человек отвечает только за один этап производства новостного контента, такой как интервью, съемка, постпродакшн, монтаж и рецензирование. В области управления был создан строгий иерархический порядок в соответствии с принципом бюрократии, согласно которому вышестоящие руководители имеют абсолютное превосходство над подчиненными. В результате сформировалась пирамидальная структура с односторонним потоком информации сверху вниз, а общественность могла лишь пассивно получать информацию, но не имела каналов обратной связи. Пирамидальная структура власти и коммуникации создает единую идеологическую структуру, в которой правительство контролирует СМИ,

51 Ляо Шэну. Как государственные СМИ Китая распространяют доминирующую культуру // Новости и письма, 2016. № 5. С. 16.

52 Сюй Чжэ, У Цзяцин. Дезинтермедиа и редезинтермедиа: Дилемма дезинтермедиа и контрмеры идеологического дискурса в контексте Мы-Медиа // Вестник Тяньцзиньского педагогического университета (издание по общественным наукам), 2018. № 2. С. 48.

доминирующая культура внедряется в общество средствами массовой информации, а молодежные субкультуры находятся на периферии.

В период господства традиционных средств распространения информации доминирующая культура укрепила свое положение, вобрав в себя молодежные субкультуры. «Когда субкультурные стили появляются и начинают распространяться снизу вверх, доминирующая культура, конечно же, не будет сидеть сложа руки, и полиция, суды, средства массовой информации и рынок постоянно определяют, навешивают ярлыки, содержат, растворяют, обезвреживают, используют и эксплуатируют субкультуру ... в попытке интегрировать субкультурные стили в доминирующий социальный порядок. Этот процесс является процессом инкорпорации»⁵³. Распространение субкультурных стилей в основном делится на два способа: межличностное распространение лицом к лицу и распространение через средства массовой информации. При втором способе распространения доминирующая культура использует контроль над средствами массовой информации для сбора молодежных субкультур, а средства массовой информации отбирают обнародованные стилизованные сцены для распространения в соответствии с интерпретацией доминирующей культурой значения молодежных субкультур⁵⁴. Доминирующая культура использует свою абсолютную монополию на средства массовой информации для маркировки субкультурных стилей, искажая и даже связывая субкультурные группы с негативными коннотациями, такими как девиантное поведение, психические расстройства и преступность, посредством повторяющихся негативных сообщений, формируя стереотипы субкультур в сознании широкой общественности, и тем самым вызывая моральную панику общества по поводу краха социального порядка. Мобилизуя монопольные медиа-ресурсы, основанные на принципах бюрократии, доминирующая культура лишает молодежную субкультуру генеративного контекста, в котором она

53 Ху Цзяньфэн. Исследование теории молодежной субкультуры Бирмингемской школы // Пекин: Китайское издательство социальных наук, 2012. С. 217.

54 Ху Цзяньфэн. Стили субкультуры: сопротивление и инкорпорация // Пекин: Столичный педагогический университет, 2007. С. 110.

формируется, то есть социальная структура и культурный статус молодежи превращаются в просто морально испорченное девиантное поведение или психическое заболевание, что разрушает сопротивление молодежной субкультуры.

Рождение интернета изменило медиа-среду. С снижением влияния традиционных средств массовой информации и ослаблением пирамидальной модели коммуникации доминирующей культуре трудно сохранять свой статус через традиционные средства массовой информации. В то время как маргинальная культура распространяется с помощью интернета, что приводит к кризису идентичности людей с доминирующей культурой. Интернет-среда изменила положение доминирующей культуры в следующих аспектах.

(1) Децентрализация

Быстрый рост популярности Интернета сначала разрушил ситуацию распространения доминирующей культуры, построенную традиционными средствами массовой информации, а затем привел к деконструкции гегемонии доминирующей культуры и к разрушению ее центрального положения. Интернет проник во все сферы общественной жизни и, используя свои коммуникационные особенности, создал новые модели взаимодействия государства и общества, усилив диалог различных социальных групп⁵⁵. В эпоху традиционных средств массовой информации правительство контролировало содержание, передаваемое средствами массовой информации. Взаимодействие между государством и обществом являлось односторонним. Это делало невозможным выражение идеологии сопротивления молодежной субкультуры в основных средствах массовой информации. Интернет создал новую модель коммуникации с характерной для постмодерна децентрализацией, в которой право на выражение и право на распространение информации стало общим, а наделение аудитории полномочиями СМИ создало новую структуру власти, в которой «езде – центр,

⁵⁵ Чжан Жуй. «Носитель» или «онтология»: Исследование идеологических атрибутов Интернета // Пекин: Центральная партийная школа (Государственная административная академия), 2019. С. 52.

и нигде – периферия»⁵⁶. Такая децентрализованная и обобществленная структура власти не привела к полному разрушению коммуникации. Она скорее преодолевает барьеры профессионализма и капитала, предоставляя каждому человеку, вовлеченному в коммуникацию, возможность быть в ее центре. Люди в Интернете свободно объединяются в группы по интересам с определенной степенью агрегирования. Благодаря технологиям любой человек, независимо от его профессионального и социального статуса, может стать центром общения в своем кругу при условии, что он будет постоянно создавать качественный контент, привлекающий его аудиторию. Идеи, передаваемые этими плюралистическими коммуникационными центрами, которые формируются свободно, без вмешательства внешних сил, особенно государственных, не обязательно соответствуют идеологии мейнстрима. Это дает молодежной интернет-субкультуре Китая почву для выживания и возможность свободно развиваться и расти вне мейнстрима. В итоге гегемония коммуникации и самовыражения доминирующей культуры деконструируется, и единый дискурс-центр, в котором все содержание коммуникации пронизано доминирующим идеологическим дискурсом, больше не существует. Как сказал Чжэн Юннань, «государство и общество будут взаимодействовать и конкурировать за власть в совершенно новом публичном пространстве интернета ... И это взаимодействие – не совсем игра с нулевой суммой, напротив, в процессе взаимодействия двух сторон государство и общество по очереди выигрывают или обе стороны получают беспроеигрышный финал, так что есть финал, в котором эти две стороны преобразуют друг друга»⁵⁷.

(2) Фрагментарность

На структурном уровне новая коммуникационная структура, созданная Интернетом, разрушает центрированность доминирующей культуры, а с точки зрения идеологии, фрагментарные коммуникационные особенности Интернета

56 Пол Левинсон, Хэ Даокуань (перевод). Цифровой Маклюэн: Путеводитель по информационному тысячелетию // Пекин: Издательство литературы по общественным наукам, 2001. С. 117.

57 Чжэн Юннань, Цю Дао-лун (перевод). Расширение технологических возможностей: Интернет, государство и общество в Китае // Пекин: Издательство «Восток», 2014. С. 14.

деконструируют грандиозные нарративы, на которых основана доминирующая культура, что является еще более фундаментальным подрывом для доминирующей культуры.

Термин «грандиозный нарратив» означает всеохватывающую, целостную, организованную, интеллектуальную и эмпирическую интерпретацию плана культурного повествования⁵⁸. Такие повествования часто характеризуются тематическим, целостным и целенаправленным характером. По сути, грандиозные нарративы обычно представляют более широкий спектр глубоких пространственных и временных отношений, включая идеальные и конструктивные темы и цели повествования, всестороннее, полное и единое содержание повествования, а также последовательную форму повествования. Грандиозный нарратив – это основной элемент доминирующей идеологии, который служит для поддержания традиций, легитимизации, рационализации и даже освящения национального государства, авторитета, власти и других дисциплинарных механизмов. Грандиозное повествование скрыто в доминирующей культуре и прививается всей аудитории через средства массовой информации, незаметно укрепляя легитимность воображаемого сообщества национального государства. В долгосрочной перспективе его легитимность настолько сильна, что она стала важным символом идентичности субъекта в традиционном обществе. Процесс, в котором власть транслирует идеологию через средства массовой информации, исподволь формирует объект. Но распространение фрагментации изменило эту ситуацию. Коннотация фрагментированной коммуникации относится не только к фрагментации содержания коммуникации, но и к фрагментации идеологического поля, а деисторизация и деглубинизация являются фундаментальными характеристиками фрагментированной коммуникации в идеологическом поле. Благодаря распространению и интерпретации идеологического поля деисторизации и деглубинизации фрагментированная коммуникация

58 Ян Босюй. Грандиозные нарративы и фрагментация: интернет-коммуникация и ее последствия в процессе глобализации // современная коммуникация, 2019. № 11. С. 138.

осуществила подрыв гранд-нарратива, вернув людям право выбора идеологии. Это проявляется в трех аспектах: во-первых, фрагментарность и отсутствие глубины коммуникации сами по себе ослабляют систематическую природу гранд-нарратива. Во-вторых, фрагментация коммуникации завершает подрыв гранд-нарратива, представляя и распространяя его вымышленные части в виде фрагментов. В-третьих, фрагментарная коммуникация позволяет существовать плюралистическим идеологиям и конкурировать с доминирующей идеологией. В мире интернета диверсифицированный и децентрализованный способ коммуникации позволил людям получить широкое право на самовыражение в киберпространстве, а свободная публикация мнений и информации укрепила чувство самоидентификации и ценность личного превосходства, а «стать собой» и «я есть я» – отличительная черта интернет-субъекта. Поскольку люди выбирают содержание и виды деятельности в соответствии со своими интересами, формируют идентичность, а затем сами формируют субъекты. Индивидуализм в эпоху Интернета приобрел новый оттенок с точки зрения ценностей: он больше фокусируется на уважении к человеческим потребностям и подчеркивает создание разнообразных, эффективных и экологичных технологических инструментов, чтобы лучше служить развитию человеческого общества. Поэтому уважение к человеческим потребностям также стало важной причиной широкого развития интернет-технологий. Под руководством индивидуализма в эпоху Интернета больше не существует конфликта между развитием личности и принудительной властью правительства; Интернет ограничивает принудительную власть правительства до нижнего предела, и правительство больше не является единственным «голосом» в обществе, а статус ценности личности постоянно увеличивается.

Более типичным примером утраты центрального значения доминирующей культуры Китая является постепенное снижение влияния программы CCTV «Гала-концерт Праздника весны».

«Гала-концерт Праздника весны» – это комплексный гала-вечер искусств, организуемый Центральным телевидением Китая (CCTV) в канун Нового года

каждый год в честь китайского Праздника весны. Первый Гала-вечер был проведен в 1983 году, а в 2014 году стал национальным проектом. Он имел огромное влияние в эпоху традиционных СМИ, и просмотр «Гала-концерта Праздника весны» в канун Нового года был частью Праздника весны в Китае как медиа-ритуала, и по сей день, несмотря на снижение популярности этого гала-концерта, он по-прежнему имеет довольно высокую зрительскую аудиторию и влияние (приложение, рис. 11). Являясь важным ритуалом с 1980-х годов, данный гала-концерт, благодаря своему грандиозному нарративу, обеспечивает развлечение и создает праздничную атмосферу, одновременно выполняя важную функцию трансляции идеологии мейнстрима и реализуя роль социального образования. С точки зрения тематической установки, Гала-концерт Праздника весны всегда подчеркивает традиционное грандиозное повествование о «изоморфизме семьи и страны», в качестве ключевых слов выбираются такие темы, как «собрание всей семьёй», «Родина», «возвращение домой» и «счастье». Что касается актерского состава, то Гала-концерт Праздника весны также намекает на существование воображаемого сообщества «китайской нации» и рационализирует его: люди разных внешностей и национальностей из всех частей Китая принадлежат к семье китайской нации и по праву являются членами китайского народа.

Например, в 2021 году танец «Исполнения желаний во всех», боевые искусства «Мировые герои» и песня «Завтра будет лучше», в 2022 году – песня и танец «Радостный и благоприятный год» и песня «Желтая река, река Янцзы», а в 2023 году – программа открытия «Цветы распускаются в Китае» и песня «Молодежь навстречу солнцу». Все участники этих программ – певцы и танцоры из континентального Китая, Гонконга, Аомэня и Тайваня. Песня 2020 года «Моя родина» была исполнена площадками Гуандун-Гонконг-Макао в районе Большого залива, Чжэнчжоу и главной площадкой, в состав которой вошли люди с ограниченными возможностями и представители этнических меньшинств. Это неизменно намекает на существование трансгеографического сообщества и на то, где проходят границы этого сообщества. Кроме того, помимо национальных

государств, на Гала-концерте Праздника весны были и небольшие сегменты, например, ведущий передавал новогодние поздравления от провинций, Синьцзянского производственно-строительного корпуса и зарубежных китайцев, намекая на более высокий уровень сообщества, выходящий за рамки национальных государств, – сообщества китайцев, имеющих общего предка Яньди и Хуанди. Содержания программ строятся вокруг грандиозного нарратива идеологии мейнстрима и выражают дух нашего времени. Наиболее очевидным проявлением этого является фиксированная последняя программа года «Незабываемая эта ночь», текст которой звучит так: «Незабываемая эта ночь, забываемая эта ночь, в какой бы точке мира мы ни находились, Родина в наших сердцах, давайте пожелаем Родине добра...». Это также усиливает нарратив общности китайской нации. Независимо от того, в какой точке мира вы находитесь, в канун Нового года вы, как китаец, чувствуете себя вместе со своим народом. Обеспечивая новогоднее развлечение и создавая праздничную атмосферу, фестиваль Праздника весны сформировал систематический механизм создания и выражения грандиозного повествования, начиная с определения содержания программы и заканчивая подбором актеров.

Развитие Интернета пошатнуло центральную роль доминирующей культуры и ослабило гегемонию фестиваля Праздника весны. С ростом интернета и культурной диверсификацией появление различных местных фестивалей Праздника весны и даже интернет-субкультурных фестивалей Праздника весны делает просмотр фестиваля CCTV не единственным вариантом. Типичный случай – популярность «Байнянь цзи» сайта Bilibili среди молодежи.

По сравнению с посылом грандиозного повествования Гала-фестиваля Праздника весны, в котором преобладает сообщество семьи и страны, «Байнянь цзи» подчеркивает «индивидуализм» в Интернете. Он растворяет грандиозный нарратив Гала-праздника Весны, как основного средства массовой информации, которое связывает Праздник Весны с государственной и национальной идентичностью, и вместо этого конструирует идентичность, основанную на интересе.

Тема Байнянь цзи строится вокруг молодежной интернет-субкультуры, но не привязана к определенному стилю, а скорее сочетает индивидуальность с традиционными праздниками в виде выступлений различных субкультурных стилей, переосмысливая Праздник весны, китайский национальный праздник, как фестиваль большинства китайских молодежных интернет-субкультурных групп.

С точки зрения программ и актеров, «Байнянь цзи» создаёт сообщество молодёжных интернет-субкультур, которое преодолевает время и пространство, а также границы этого сообщества – Цьюань би (стена измерения, то есть стена между виртуальным и реальным миром). Это более фундаментальная деконструкция грандиозных нарративов доминирующей культуры с точки зрения идентичности. Программы «Байнянь цзи» отобраны из различных мероприятий молодежной интернет-субкультуры. Содержание и подача программ не только выдержаны в стиле молодежной интернет-субкультуры, но и содержат большое количество «шутки», понятных только «инсайдерам».

Например, программа «Жизнь кумиров, начинающаяся с фантазии» в Байнянь цзи 2017 года объединяет персонажей и сюжеты из таких произведений, как «Восток» и «LoveLive» в культуре виртуального мира, а программа «Рассвет правды о войне Гуйчу» в 2018 году взята из субкультуры Гуйчу и т.д. С точки зрения участников, актеры – это не только реальные люди из «третьего измерения», но и персонажи различных молодежных интернет-субкультур, пользующиеся популярностью. В программе часто можно увидеть взаимодействие между персонажами из разных жанров молодежных интернет-субкультур, а также между персонажами из третьего и второго измерения. Этот коллаж, разрывающий время и пространство, позволяет предположить, что на сайте Bilibili, как в центре молодежной интернет-субкультуры, располагается молодежное интернет-субкультурное сообщество, которое выходит за рамки времени и «измерений». Тот, кто понимает «шутки» программы, любит персонажей и идентифицирует себя с сообществом по интересам, может считаться членом сообщества. Те, кто не умеет пользоваться «штукарями» и не

может понять смысл программы, отгораживаются «цыюань би» и конструируются как «другие», не входящие в сообщество интересов.

2.1.2 Трансформация традиций

Чтобы адаптироваться к новой медиасреде и вернуть себе доминирующее положение и влияние гранд-нарративов и идеологии мейнстрима, доминирующая культура активно трансформировалась: это проявилось в форме «новых племен» молодежных интернет-субкультур, о которых говорилось в первой главе. На уровне СМИ китайская доминирующая культура стала активно вмешиваться в платформы молодежных интернет-субкультур Китая.

С одной стороны, доминирующие СМИ стали внедряться на платформы молодежной интернет-субкультуры Китая, чтобы добиться там авторитета. Регистрируя официальные аккаунты, мейнстримные СМИ или другие официальные пропагандистские организации создали модель «Интернет+работа правительства». Они адаптировались к медиасреде Интернета и активно распространяли свои ценности в разрозненном виде, тем самым расширяя влияние доминирующей культуры на современную молодежь. Судя по нынешнему состоянию коммуникаций, эта трансформация была относительно успешной.

Причина, по которой масштабный приход мейнстримных СМИ и официальных организаций пропагандистского типа на платформы молодежной интернет-субкультуры Китая классифицируется как трансформация племен, заключается в том, что этот новый тип мейнстримных СМИ имеет характеристики, отличные от характеристик традиционных мейнстримных СМИ, и более близок к новой племенной форме существования молодежной интернет-субкультуры. Во-первых, этот тип доминирующей культуры должен опираться на интернет, и у него нет ни очевидных границ, ни принудительного воздействия на своих членов. В отличие от эпохи традиционных СМИ, когда не было выбора, в мультикультурной среде члены племени могут свободно входить или не входить в племя доминирующей культуры, используя такие модели поведения, как использование видеоконтента, созданного официальными аккаунтами, и участие

в обсуждениях сообщений. Во-вторых, членов племени доминирующей культуры привлекает эмоциональная связь, основанная на интересе, который, в свою очередь, порождает некую общую эмоциональную идентичность. Разница с общими молодежными интернет-субкультурами заключается в том, что этот общий эмоциональный опыт построения внутренних связей идентичности часто основан на грандиозном повествовании, который порождает идентификацию с доминирующей культурой. Например, патриотические чувства китайцев по отношению к нынешней ситуации, когда некоторые развитые западные страны очернили образ Китая. Или чувства благодарности и эмоции по отношению к предшественникам, которые пожертвовали собой ради сегодняшней мирной и счастливой жизни перед лицом унижения современного Китая. Все это примеры эмоциональной идентификации с доминирующей культурой в перспективе гранд-нарративов. Точнее говоря, этот эмоциональный опыт формируется путем переноса гранд-нарративов эпохи традиционных медиа в новые медиа в форме фрагментации.

С другой стороны, китайская доминирующая культура стала более разнообразной в своих средствах идеологического дисциплинирования молодежных интернет-субкультурных групп. В постмодернистской медиасреде информация распространяется более фрагментарно и децентрализованно, что сопровождается отказом от глубоких и серьезных повествований. В этом социальном контексте формы высказывания молодежных интернет-субкультур постепенно отделяются от их содержания, а их стилистические репрезентации превращаются в бессмысленные плавающие симулякры. Таким образом, доминирующая культура, существующая в сети в виде племен, передавая идеологию мейнстрима, также дробит информацию, а ее стилистические характеристики схожи с характеристиками интернет-субкультуры. Во-первых, это фрагментация содержания: в среде племенной молодежной интернет-субкультуры идеологии мейнстрима сложно сформировать логичный и полный медиаконтент, на который делают упор традиционные СМИ, и для вызова эмоционального отклика и получения признания она в основном использует

фрагменты. Во-вторых, фрагментация по форме, которая в основном относится к влиянию фрагментированной коммуникационной среды, в которой доминируют короткие видеоролики, и контент, используемый доминирующей культурой для передачи идеологии, в основном существует в таких формах, как короткие видеоролики и короткие комментарии.

2.1.3 Примеры анализов: Аккаунт «Центральный комитет Комсомола Китая» на сайте Bilibili

Показательным примером трибализации доминирующей культуры является аккаунт «Центральный комитет Комсомола Китая» на сайте Bilibili. По состоянию на апрель 2024 года, данный аккаунт разместил 4 695 видео, 190 статей, 10,91 миллиона подписчиков, 260 миллионов лайков и 2,47 миллиарда просмотров и стал одним из самых влиятельных аплоудеров на сайте Bilibili. Являясь важной официальной пропагандистской организацией, Центральный комитет Комсомола Китая всегда уделял внимание сочетанию идеологической пропаганды с новыми медиа, формируя относительно полную матрицу новых медиа. 2 января 2017 года Центральный комитет Комсомола Китая опубликовал на публичном аккаунте в WeChat статью «Действительно думаете, что Центральный комитет Комсомола Китая не выходит на Bilibili? 2017 год, ждем вас здесь», объявив, что он официально вошел на сайт Bilibili. С тех пор на сайте Центральный комитет Комсомола Китая ласково называют «Туаньтуань», а Центральный комитет, как официальное СМИ правительства, с радостью принял это название и использует его. Будучи самым влиятельным аккаунтом официальной правительственной организации на Bilibili, Центральный комитет Комсомола Китая уделяет пристальное внимание сочетанию фрагментации и субкультуры в своей работе с контентом, чтобы повысить увлекательность видео и привлечь больше поклонников. Он фокусируется на выпуске грандиозных нарративов в форме фрагментарных видео.

(1) Характеристика структуры содержания: выпуск мейнстримной идеологии, основанной на интересе

На внутреннем структурном уровне Центральный комитет Комсомола Китая следует внутренним структурным моделям молодежных интернет-субкультур Китая и расширяет свое влияние на основе организации по интересам, а не иерархической структуры. Это означает, что Центральный комитет Комсомола Китая должен сделать так, чтобы его собственный контент привлекал пользователей сайта Bilibili, в основном молодых людей. Имея достаточное количество собственных фолловеров, контент с мейнстримной идеологией, публикуемый Центральным комитетом Комсомола Китая, может получить большее влияние и признание. По этой причине данный аккаунт сосредоточился на интеграции с молодежными интернет-субкультурами Китая, отказавшись от нисходящей формы проповеди и активно используя молодежные интернет-субкультуры для создания образа персонажа, который «имеет те же увлечения, что и молодые люди», чтобы завоевать внимание молодежи.

Хотя Центральный комитет Комсомола Китая официально объявил о своем присутствии на сайте Bilibili в 2017 году, его аккаунт был зарегистрирован несколько раньше. На первых порах основной видеоконтент, загружаемый Центральным комитетом Комсомола Китая, по-прежнему был ориентирован на систематизированный нарратив, и в основном это были длинные видеоролики. Начиная с первого видео, размещенного аккаунтом 25 февраля 2016 года, и до июля 2016 года появилось в общей сложности 14 видеороликов, все из которых были частью серии молодежных интернетных открытых уроков, выдержанных в более дидактическом тоне. 13 июля 2016 года аккаунт выпустил свое первое короткое видео продолжительностью менее 10 минут «Лучший флешмоб во вселенной – флешмоб на площади Тяньаньмэнь!», содержание которого больше соответствовало эстетическим интересам молодежи. 1 октября 2016 года Центральный комитет Комсомола Китая представил первое видео «Туаньтуань MAD: продолжайте двигаться вперед, молодой Китай!», в котором используется стиль молодежной интернет-субкультуры. Так называемая MAD относится к мультимедийным произведениям в культуре АКИ, которые, как правило, представляют собой смонтированное видео с музыкой. Такой работой является,

например, видео «Гуйчу», описанное в первой главе. Центральный комитет Комсомола Китая впервые применил метод неподвижной живописи MAD, содержание которого использовало намерение произведения фанфика «Хеталии Мир ★ Звезды» («へタリア World ★ Stars») – «Как дракон». Центральный комитет использует драконов для обозначения мучеников революции, молодость для обозначения только что созданного Нового Китая и комиксов формы MAD отражает процесс роста нового Китая, преодолевающего трудности. 3 января 2017 года Центральный комитет Комсомола Китая впервые выпустил видео для подачи в сочетании с китайской анимационной работой «Былые дела того зайца в тот год» («Нанянь, нату, насеши»: «那年那兔那事儿»). Это комикс на патриотическую тематику и популяризацию национальной истории, который позже был адаптирован в аниме. С тех пор «Былые дела того зайца в тот год» стал одним из стилей молодежной интернет-субкультуры, которые Центральный комитет часто объединяет. 12 января 2017 года Центральный комитет Комсомола Китая впервые выпустил видео Гуйчу «[Немного не Гуйчу] Кролик willrockyou», и с тех пор часто выпускает видео этого типа. Сочетание с культурным стилем Гуйчу было успешным. Данное видео получило 490 000 просмотров и 5331 комментарий Даньму, большинство из которых были написаны «официальными Гуйчу, самыми смертельными». Это стало признанием деятельности Центрального комитета Комсомола Китая со стороны молодежных интернет-субкультур.

Центральный комитет часто использует смайлики и характерные признаки субкультуры АКИ. Как традиционная телевизионная медиа-программа, «Новое наблюдение за обороной» фокусируется на военно-политической сфере и приглашает экспертов для комментариев и наблюдений. Центральный комитет загружает фрагменты программы, а в оформлении обложки видео используется программное обеспечение для обработки изображений, чтобы сочетать экспертов с анимационными персонажами, знакомыми различным субкультурным группам АКИ. Это, например, «Рабочая клетка» («はたらく細胞

»), «Сбор флота–Сбор кораблей» («艦隊これくしょん -艦これ-»), Марвел, «一人之下» («Один из отвергнутых: Изгой») и т. д. (приложение, рис. 12). Благодаря использованию субкультурного стиля Центральный комитет Комсомола Китая успешно сформировал основное культурное племя, а также один из официальных правительственных аккаунтов с наибольшим количеством поклонников и наибольшим влиянием на сайт Bilibili на сегодняшний день.

(2) Характеристики идеологий: экспорт фрагментированных идеологий мейнстрима

Доминирующая идеология в видео, загруженном Центральным комитетом Комсомола Китая, в основном скрыта в форме молодежной интернет-субкультуры. Хотя ее содержание по-прежнему касается важных и серьезных тем, оно подано в раздробленной и упрощенной форме, чтобы удовлетворить коммуникационные потребности молодежной интернет-субкультуры. Традиционное повествование часто проникает в нарративы на исторические, политические, искусствоведческие темы, выражает фундаментальные идеи. Это современный способ повествования, стремящийся к целостности и целеустремленности⁵⁹. Внутренняя мотивация и логическая основа серьезного повествования заключаются в долгой истории китайской нации, которая не разрывалась на протяжении тысячелетий, в современном ходе исследований (1840-1949), когда она подвергалась нападкам со стороны иностранных держав, а также в процветании и развитии реформ и открытости. В современный период (1840-1949) китайская нация неукротимо борется перед лицом иностранной агрессии, и поколения китайцев жертвуют своей жизнью, чтобы исследовать будущий путь страны. Независимость и процветание являются ее внутренней логикой. Но на видео, загруженном Центральным комитетом Комсомола Китая, преобладает краткость и упрощенность. Каждое отдельное видео затрагивает только небольшой разрез или сторону грандиозного повествования. Хотя в целом его доминирующая идеологическая пропаганда все

59 Шао Яньцзюнь. Как «повествовать грандиозно» после распада «грандиозных повествований»? Стремление к «эпизации» и его дилемма в полнометражных произведениях последних лет // Южная литературная трибуна, 2006. № 6. С. 32.

еще соответствует вышеупомянутой грандиозной повествовательной логике. Таким образом, хотя отдельные видео демонстрируют фрагментарные характеристики, благодаря наложению видео Центральный комитет Комсомола Китая все еще может эффективно распространять доминирующую идеологию в медиа-культурной среде.

Чтобы адаптироваться к коммуникационным особенностям молодежных интернет-субкультур, Центральный комитет Комсомола Китая загружает в основном короткие и средние видеоролики. Если взять в качестве примера работы за январь 2024 года, то с 1 января по 31 января Центральный комитет Комсомола Китая загрузил в общей сложности 37 работ (приложение, рис. 13), из которых 22 видео продолжительностью менее двух минут и 36 видео продолжительностью менее пяти минут. Среди них были как оригинальный контент, так и перепечатанный, а также контент, созданный в сотрудничестве с другими аккаунтами. Перепечатанный контент в основном состоял из новостных видеоклипов других основных СМИ, например, видео 25 января, «Я спасаю пациента, и я не могу уйти во время землетрясения!», это новости из газеты «Жэньминь жибао» (официальное печатное издание ЦК КПК). По сравнению с контентом, выпускаемым традиционными средствами массовой информации, аккаунт «Центральный комитет Комсомола Китая» на сайте Bilibili, несомненно, выпускает более фрагментированный контент из-за необходимости распространения в социальных сетях, а контент длиной видео более десяти минут составляет лишь небольшую часть.

Название видео, чтобы иметь распространение на платформах молодежных интернет-субкультур Китая, часто «использует мемы» в формулировке, заимствуя термины молодежных интернет-субкультур Китая или модные слова в интернете. Например, видео от 1 января 2024 года «Гражданская полиция: что такое “歪歪滴艾斯”?» (歪歪滴艾斯: wāi wāi dī ài sī, Вай-вай-ди-айсы), «歪歪滴艾斯» в его названии – это китайский фонетический вариант «YYDS», пиньиньской аббревиатуры «永远的神» («yǒngyuǎn de shén»), которая

используется для восхваления людей, стран, учреждений, организаций и даже событий, истин и вещей. Видео от 27 января «ДНК двигалась! Они перенесли песню из “площади” в видео», в названии которого «ДНК двигалась» взято из модного интернет-слова, означающего, что что-то было впечатлено раньше, как «выгравировано в ДНК», а затем появился тот же или похожий стимул, который привел к активации и оживлению воспоминаний, уже существующих в вашей ДНК. Этот интересный способ составления заголовков не только отвечает эстетике китайских молодежных интернет-субкультурных групп и увеличивает количество трансляций, но и может создать образ самого Центрального комитета Комсомола Китая, который «понимает мемы» и «имеет те же увлечения, что и молодые люди».

По содержанию видеоролики можно разделить на три основных типа: первый – воспроизведение и сообщение о важных новостях в международной, военной и политической областях или о крупных достижениях Китая в области науки и техники; второй – популяризация истории, особенно истории Коммунистической партии Китая (КПК) и истории нового Китая; третий – биографии китайских полицейских, врачей, пожарных и других героев из числа простых людей. Из-за ограниченности пространства и формы произведения все три типа содержания не могут быть представлены в полном, систематическом и логичном виде, а, только фрагментами вокруг названия или в виде коротких, простых и быстрых популяризаций. Содержание носит ярко выраженный идеологический характер, но в то же время кажется более интересным. Что касается серьезной информации, например, выступлений лидеров или сессий вопросов и ответов пресс-секретарей министерств иностранных дел, то их также стараются выпускать в виде коротких видеороликов длиной менее минуты, разрывая контекст до и после них, и, как правило, выбирают лишь небольшую часть контента вокруг названия. Ролик, который имеет тенденцию быть развлекательным и фрагментарным, больше подходит для распространения среди постмодернистских племенных групп, которые сосредоточены на связях

по интересам, и легко получают их одобрение. Однако это зачастую нарушает логику повествования, и трудно обеспечить глубину содержания.

В целом контент, загружаемый Центральным комитетом Комсомола Китая на сайт Bilibili, хотя и соответствует доминирующей идеологии «любовь к КПК, любовь к стране, поддержка армии, преданность» и т. д., но в угоду предпочтениям китайской молодежной интернет-субкультурной группы он смещается в сторону развлечения и снижения пафоса. Судя по результатам, такой способ передачи идеологии является успешным. Он позволяет Центральному комитету Комсомола Китая не только завоевать большое количество поклонников на сайте Bilibili, но и получить признание китайских молодежных интернет-субкультурных групп, особенно фанатов виртуального мира, и сделать Центральный комитет Комсомола Китая лидером мнений среди молодежи.

2.2 Роль китайской доминирующей культуры в формировании личной идентичности

2.2.1 Изменение личной идентичности и распад групповой субординации

(1) Изменение личной идентичности

В эпоху постмодернизма и постсубкультуры субкультура стала выбором личной идентичности. Молодые люди строят свою идентичность под влиянием грандиозных нарративов доминирующей культуры и полагаются на «новые племена» эмоциональных сообществ для достижения коллективной идентичности, противоречащей относительно стабильной идентичности доминирующей культуры в скрытой и конфронтационной манере. В условиях новой культурной арены Интернета формирование личной идентичности пронизывается столкновением доминирующей культуры и субкультуры⁶⁰.

60 Чжу Цзюйюе, Чжан Пин. Построение доминирующей культурной идентичности с точки зрения постсубкультуры // Сравнительное исследование культурных инноваций, 2024. № 6. С. 55.

Трансформация личной идентичности в доминирующей культуре основывается как на саморефлексивных личных нарративах, так и на «новых племенных» коллективных чувствах.

Ученые Бирмингемской школы считают, что, с одной стороны, индивидуальная идентичность подчиняется неделимым сущностям, основанным на коллективной идентичности, имеющим общий исторический опыт и культурные символы, обеспечивая стабильную, неизменную и непрерывную основу значений для отдельных людей одной и той же «нации»; с другой стороны, индивидуальная идентичность также демонстрирует характеристики и единство, выходящие за рамки коллективной культурной идентичности. В единой и организованной современности идентичность дана и относительно стабильна. Однако с разрушением традиционных структур постмодернизмом идентичность все чаще становится вопросом выбора. Идентичность – это динамичный процесс непрерывного конструирования, причем конструирования внутреннего, а не внешнего, через различия и отличия. «Это влечет за собой радикально тревожное признание того, что только через отношение к Другому, отношение к тому, чем он не является, к тому, чего ему не хватает, к тому, что было названо его конституирующим внешним, можно построить “позитивное” значение любого термина – и, таким образом, его “идентичность”»⁶¹. Таким образом, конструирование идентичности не фокусируется только на структуре, а подчеркивает процесс, в ходе которого индивид в рамках структуры осмысливает объективную реальность и наблюдает за собственной ситуацией, взаимодействуя с внешней средой, формируя идентичность индивида.

Доминирующая культура наделяет каждого человека неотъемлемой и постоянной культурной идентичностью, основанной на историческом опыте и коллективной памяти. В грандиозном нарративе доминирующей культуры человеческое общество наделяется конкретным историческим значением, на основании которого индивиды должны соответствовать коллективным

61 Стюарт Холл, Пол Дю Гей, Перевод Пан Ли. Вопросы культурной идентичности // Кайфэн: Издательство Хэнаньского университета, 2010. С. 5.

ценностям в универсальном смысле и наделены одинаковой ответственностью перед временем и стремлением к жизни. С одной стороны, доминирующая культура навязывает молодежи исторические обязанности и формирует систему ценностей, основанную на коллективной культурной идентичности. С другой стороны, по мере обострения социальной конкуренции эта система ценностей трансформируется в жесткую систему образования и единую модель оценки, и молодые люди постоянно подвергаются давлению общества и сомнениям в собственной самооценке, вызванным возможностью неудачи. Поэтому за пределами доминирующей культуры молодые люди стремятся к культурной идентичности, основанной на самоидентификации. Стилистически самобытные и творческие субкультурные идентичности удовлетворяют потребность молодежи в противодействии единой системе оценок, и в процессе формирования своей «полной» самокультурной идентичности для себя и для внешнего мира молодые люди строят свою и чужую идентичность в условиях неопределенной конкурентной среды. Можно утверждать, что современные субкультурные практики и структурные паттерны представляют собой процесс саморефлексивного конструирования идентичности⁶². Этот процесс рефлексии выбирает определенную культурную идентичность и, создавая образ себя, закрепляет нарратив личностной идентичности. В этом смысле рефлексия по отношению к себе является попыткой модернистов добавить стабильность и согласованность повествованию, выбранному на основе индивидуальных предпочтений. Различия с официальными текстами создают противоречия между молодежными интернет-субкультурами и доминирующей культурой в Китае.

С другой стороны, рефлексия способствует возникновению новой социальной привычки – формы социализации, основанной на эмоциях, то есть «нового племени», о котором было сказано выше. Как говорит Хетерингтон, «Основа вопроса – возможность выбирать новые племенные идентичности по

62 Энди Беннетт, Кит Кан-Харрис, Группа перевода молодежной культуры Китайского института молодежной политики (перевод). После субкультуры: Критические исследования современной молодежной культуры // Пекин: Издательство «Китайская молодежь», 2012. С. 107.

своему желанию – означает, что эти идентичности создают эмоциональную, а не традиционную форму социализации, которая опирается на “процесс рефлексивности”, направленный на самоидентификацию»⁶³. Новое племя – это метафора «сообщества чувств», в котором члены собираются вместе на основе эмоций, общих интересов и т. д. и которое характеризуется эмоциональностью, ненавязчивостью и избирательной социализацией.

«Новое племя» опирается на индивидуализированное общество, где индивиды делают выбор идентичности в процессе рефлексивности в ответ на свою собственную идентичность и впоследствии получают эмоциональное признание других. От рефлексии личных нарративов к «новому племени» – это логическая эволюция от «индивида» к «идентичности», и также трансформация от «самоидентичности» к «социальной идентичности». Люди переходят от рефлексивности выбора идентичности к форме эмоционально интегрированной социализации и испытывают чувство коллективной принадлежности, вызванное непосредственным участием в социальной группе. С одной стороны, «новое племя» обеспечивает общий эмоциональный опыт, а с другой – удовлетворяет потребность в коллективной идентичности и отказывается от рациональных, договорных социальных отношений. В отличие от понятия «субкультура» как сущности, термин «новое племя» сам по себе охватывает мобильность идентичности в постмодернистском смысле, позволяя человеку свободно выбирать в качестве «путешественника». Кроме того, чтобы сохранить хрупкие «субкультурные» барьеры, выстроенные эмоциями, группы «нового племени» в основном не проявляют явного сопротивления доминирующей культуре, а чаще предпочитают оставаться вне доминирующей культуры и свободно перемещаться в местах, удаленных от центра⁶⁴.

(2) Характеристики личной идентичности в китайских молодежных интернет-субкультурах

⁶³ Там же, С. 106.

⁶⁴ Чэнь Лон, Ли Чао. «Нео-племя» в интернет-сообществе: исследование пост-субкультурного круга // Обозреватель СМИ, 2021. № 6. С. 6.

В постмодернистских обществах, особенно в интернет-среде, человеческая идентичность в той или иной степени демонстрирует постмодернистские ролевые характеристики. Традиционная теория идентичности предполагает, что идентичность, которой обладает человек после взросления, является фиксированной и стабильной. После наступления психологической зрелости у каждого человека появляется фиксированное и неизменное «я». Однако в интернет-среде виртуальность и анонимность разрушают единство личной идентичности, и становится возможным разнообразие и подвижность идентичности. Пересечение границ пространства и времени создает виртуальное присутствие и взаимодействие, и люди могут виртуально присутствовать в любое время с помощью текста, звука, видео и т. д. Функция Даньму на сайте Bilibili, например, делает это реальностью, перемещая текст через видео. Аналогичным образом можно свободно общаться с незнакомыми людьми через Интернет, формировать свой образ и выражать свое мнение в киберпространстве. В такой среде самоидентификация индивида трансформируется из традиционной единой в диверсифицированную, и каждый субъект может в любое время менять свою идентичность в Интернете в зависимости от потребностей. Хорошим примером плюрализма и текучести личной идентичности в китайских молодежных интернет-субкультурах является популярность субкультуры женской одежды на сайте Bilibili. Большинство аплоудеров – мужчины, и у них такая же сексуальная ориентация и восприятие пола, как и у большинства мужчин. С помощью макияжа они выглядят и ведут себя, как женщины. Однако идентичность женской одежды используется только для того, чтобы получить признание субъектов в Интернете и в группах женской одежды или косплей-культуры, и не становится постоянной частью идентичности субъекта. В повседневной жизни они по-прежнему обладают мужской идентичностью, но, используя постмодернистскую медиасреду Интернета, аплоудеры в женской одежде примеряют на себя другой образ, который накладывается как на мужскую идентичность в повседневной жизни, так и на женскую в Интернете. Эта наложенная и измененная идентичность может быть сформирована только в культурной среде Интернета.

Интернет – это открытая платформа, в которой нет четкого центра коммуникации, а идентичности, формируемые индивидами, имеют тенденцию к фрагментации и децентрализации. В качестве архетипической традиционной идентичности государственная и национальная идентичность, несомненно, является одной из доминирующих. С помощью грандиозных нарративов национализм описывает великое воображаемое сообщество, такое как нация, которое существует с далекого прошлого до настоящего времени и всегда сохраняет свою жизнеспособность и бодрость. Каждый человек является членом этой нации, потому что его отцы или даже прадеды были частью этой нации. Национализм, в свою очередь, проецирует на нацию те детские чувства, которые люди испытывают к своим семьям. Идентичность молодежной интернет-субкультуры Китая, несомненно, нарушает непрерывность и стабильность национальной идентичности и демонстрирует стремление к децентрализации и фрагментации. Во-первых, в молодежной интернет-субкультуре нет фиксированного центра, подобного национальной идентичности. Во-вторых, ее идентичность часто не имеет глубины, деисторизирована и прерывиста. В качестве примера можно взять идентичность фанбазы виртуальных певцов на сайте Bilibili. Так называемые виртуальные певцы – это собирательный термин для обозначения голосовых библиотек и виртуальных образов, созданных на основе движка синтеза речи Вокалоид (VOCALOID), разработанного компанией Yamaha, в лице Хацунэ Мику и Ло Тяньи. Как первая успешная коммерческая виртуальная певица Китая, Ло Тяньи всегда была очень популярна на сайте Bilibili, и по состоянию на октябрь 2024 г. ее официальный аккаунт насчитывает 3,895 млн поклонников. Вокруг официального аккаунта Ло Тяньи и известных фанфик-авторов на сайте Bilibili сформировалась фанбаза Ло Тяньи, такая как «Цзинь И Вэй» и «Си И Фэнь». Идентичность фанбазы виртуальных идолов обладает очевидными характеристиками фрагментации и децентрализации, не связана с глобальным нарративом, не обладает временной непрерывностью и серьезностью, а то, что поддерживает ее существование, – это общие эмоциональные переживания членов ее нового племени. Репрезентации

идентичности фанатов виртуальных кумиров можно условно разделить на три вида: идентификация со стилем виртуального кумира, отражение собственных эмоций и потребность в творческих инструментах. Так называемая стилевая идентичность – это представление идентичности Ло Тяньи, которое подразумевает существование нового племенного сообщества, основанного на равных межличностных отношениях. Внутри этого сообщества каждый существует как поклонник «Ло Тяньи», будь то аплоудер с миллионами последователей, такой как i1em, который использует голосовой движок Ло Тяньи для создания новой песни, или обычные фанаты, которые слушают и любят песню, – все они способствуют существованию и расширению влияния виртуального идола Ло Тяньи. В этом случае не существует стабильной идентичности, основанной на фиксированных социальных отношениях и классовых границах в традиционном смысле, и идентичность фанатов «Ло Тяньи» не связана с каким-либо серьезным нарративом, не говоря уже об исторической преемственности.

(3) Распад групповой принадлежности

Бирмингемская школа склонна изучать отношения между субкультурными группами и индивидами со структуралистской точки зрения. Индивиды в субкультурных группах, как правило, принадлежат к фиксированной субкультурной группе, используют ее стиль и развивают фиксированную идентичность как члены этой группы. Однако в связи с изменением характеристик идентичности молодежи в условиях постмодерна отношения между индивидами и группами в молодежной интернет-субкультуре стали более подвижными, а фиксированная индивидуально-групповая принадлежность начала распадаться. В племенах молодежной интернет-субкультуры отношения между племенем и его членами не являются уникальными, демонстрируя состояние нефиксированной и свободной принадлежности. Люди могут перемещаться между различными племенами молодежной интернет-субкультуры, и их восприятие идентичности одновременно накладывается друг на друга. Индивиды используют несколько стилей молодежной интернет-

субкультуры, ориентированных на себя, и развивают идентичность с различными племенами. В этом новом типе принадлежности важность идеологии, которую обещает субкультура, снижается, и люди используют стили различных молодежных интернет-субкультур фрагментарно, исходя из своих интересов, чтобы получить различные эмоциональные переживания, устанавливая одну временную, плавающую и текучую групповую принадлежность и идентичность за другой.

В качестве примера, иллюстрирующего дезинтеграцию групповой принадлежности в молодежной интернет-субкультуре Китая, мы по-прежнему берем «Байнянь цзи» на сайте Bilibili. В отличие от «Гала-фестиваля Праздника весны», организованного CCTV, организация программы «Байнянь цзи» представляет собой мешанину из различных стилей молодежной интернет-субкультуры в самых разнообразных формах. Если взять в качестве примера «Байнянь цзи 2020», то можно увидеть гибридизацию различных стилей молодежной интернет-субкультуры.

С точки зрения социологов Бирмингемской школы, сложно интегрировать и разделять различные стили молодежных субкультурных групп. Возможно, между субкультурами существует некоторая степень наследственной связи, но стилистические характеристики каждой из них остаются отличными друг от друга. Например, хотя некоторые признаки молодежи-изгоев (bodge) перешли в одежду модернов, их стиль выражен более тонко. Отношения между различными молодежными субкультурами, как правило, взаимоисключающие. Например, у модернов, которые восхищаются центром города и жизнью элит, и у рокеров, которые придерживаются стиля рабочего класса, совершенно разные жизненные модели и цели, которые практически не оставляют места для взаимодействия. Модерны решительно отвергают грубое представление рокеров о мужественности, их прямоту в выражении своих мотивов, неловкость и грубость⁶⁵, а рокеры считают модернов обладателями женского темперамента.

65 Стюарт Холл, Тони Джефферсон (ред), Мэн Дэнин, Ху Цзяньфэн, Ван Хуэй (перевод). Соппротивление через ритуалы: Молодежные субкультуры в послевоенной Британии // Пекин: Издательство «Китайская молодежь», 2015. С. 185.

Однако в Интернете субкультуры разных стилей могут свободно взаимодействовать. В таком важном медиа-ритуале, как «Байнянь цзи», контент, который он представлял на протяжении многих лет, всегда был связан с различными стилями молодежной интернет-субкультуры. Например, песни 2020 года «Купи купи купи», «Чу-си И-чуань» и «Вань-гу Шэн-сян» в основном поют виртуальные идолы, «Защита центра национального правительства» выполнена в стиле субкультуры Гуйчу, «Седьмая глава ночи» и «Как ты посмел спросить Единорога» представлены в виде самодельной анимации, а «Ритмы радуги» и «Киберпанк 2077» – это танцевальные постановки отаку (кавер-танцы). Китайская молодежь имеет непрочную идентичность с этими различными стилями. Например, когда виртуальный идол Ло Тяньи поет, на всем экране появляются тексты Даньму «Приветствую вас, ваше высочество, Тяньи» и «Хуа-фэн Ся-юнь Ло-шуй Тяньи», чтобы показать личность своих поклонников. Но эта идентичность не прочна, и по ходу программы она перетекает в следующий жанр молодежной интернет-субкультуры.

Если рассматривать Байнянь цзи на сайте Bilibili с точки зрения медиа-ритуалов, то то, что в итоге конструируется с помощью различных стилей молодежных интернет-субкультур, – это не идентичность конкретной субкультуры, а скорее идентичность Bilibili, платформы для молодежных интернет-субкультур. Это говорит о том, что тесная связь между индивидами и молодежными субкультурами, описанная Бирмингемской школой, распалась и была заменена племенной идентичностью с более постмодернистскими характеристиками.

2.2.2 Доминирующая культура реконструирует личную идентичность

Перед лицом все более постмодернистского характера личной идентичности и непрочных отношений групп молодежной интернет-субкультуры доминирующая культура попыталась использовать значимые нарративы, чтобы воссоединить личную идентичность, подвергаясь при этом трайбализации. Сочетая грандиозные повествования со стилем молодежных интернет-субкультур, доминирующая культура хочет создать сообщество семьи

и нации, выходящее за рамки племен, и таким образом воссоединить личную идентичность с традиционной государственной и национальной идентичностью.

Особое значение для государственной и национальной идентичности имеет признание непрерывности национальной истории. В ответ на фрагментарность и отсутствие исторической глубины, характерные для постмодернистской идентичности, доминирующая культура Китая попыталась использовать формы, предпочитаемые молодежью, чтобы выразить историю нации с определенной степенью глубины. Например, во время прямой трансляции второго «Дня сделанного в Китае», организованного совместно Центральным комитетом Комсомола Китая, Комитетом по контролю и управлению государственным имуществом (Госсовета) и Государственным управлением оборонной науки, техники и промышленности в 2017 году, впервые виртуальной певице Ло Тяньи было позволено исполнить тематическую песню «天行健» («Тяньсинцзянь»). Песня имеет очень сильную эмоциональную и повествовательную окраску, адаптированную к фрагментарному способу коммуникации, которая выражает уникальную концепцию национальной истории Китая. Название песни взято из Цянь Гуа из «Чжоу И» («Книга перемен»): «天行健, 君子以自强不息»⁶⁶ («Небесный путь сильный, джентльмен следует законам небесного пути, поэтому он стремится к самоусилению и самосовершенствованию»). В первой половине текста в виде аллюзий вспоминаются древние исторические легенды китайского народа: богиня Нюйва чинит Небо, Великий Юй обуздывает воды потопа, Шэньнун ищет лекарственные травы и так далее. Большинство аллюзий взято из древних исторических документов: «Ле-цзы», «Хуайнань-цзы», «Ши цзи», «Шань хай цзин», «Лунь Юй» и т. д. Вторая половина текста продолжает историю, рассматривая путь китайской нации от нищеты, отсталости и унижения к национальной независимости со времен правления династии Цинь, особенно с 1840 года. Хотя передача идеологии мейнстрима в молодежных интернет-

66 Чжоу Чжэньфу. Перевод и примечания к «Чжоу и» // Пекин: Китайское книгоиздательство, 2013. С. 4.

субкультурах Китая, особенно передача гранд-нарративов, все еще фрагментарна, она создает историческую преемственность и объединяет разрозненные субкультурные неоплеменные группы под гранд-нарративом семейной и национальной идентичности.

Помимо использования молодежной интернет-субкультуры Китая для пробуждения общих исторических воспоминаний, доминирующая культура также использует ее для символического и метафорического выражения национальной идентичности. Это особенно заметно в культуре виртуального мира, в частности в культуре аниме. Широкое использование видео стало основным средством распространения событий, «визуальная политика» стала важным фокусом онлайн-общественного мнения и будет существовать еще долгое время⁶⁷, и через визуальные символы аниме она может получить лучший коммуникационный эффект. Типичный пример – китайский патриотический мультфильм «Былые дела того зайца в тот год». Это аниме представляет собой грандиозное повествование о современной истории Китая со времен Опиумной войны. Персонажи в нем изображены как метафорические суррогаты страны. Например, символом США является «Инцзян», который имеет форму пухлого белоголового орлана, национальной птицы Америки. Символ Китая – «Туцзы» (белый кролик) в военной фуражке с красной пятиконечной звездой на груди. В глазах китайцев кролики – травоядные, малоагрессивные и внешне безобидные, символизирующие миролюбивый образ Китая в международном сообществе. Однако у кроликов в аниме есть и другие образы: помимо чистоты и доброты, кролики умеют хорошо адаптироваться к сложным ситуациям в международном сообществе, и когда их задирают «Цзяопэньцзи» (Япония), «Инцзян» (США) или «Юеханью» (Великобритания), они показывают свою свирепую и агрессивную сторону и дают решительный отпор агрессии, как в китайской поговорке: «Когда кролик сердится, он кусается». Это также метафорическое выражение национального имиджа Китая.

67 Ли Лянжун. Обзор характеристик онлайн-арены общественного мнения в 2016 году // Журналистское обозрение, 2017. № 1. С. 19.

Важно, что образ кролика относится не только к стране, но и к китайцам в конкретном или более широком смысле. В аниме образ кролика использовался для обозначения высших руководителей Коммунистической партии Китая, дипломатов, солдат Добровольческой армии, солдат Народно-освободительной армии, ученых, крестьян, горожан и так далее. Образ кролика стирает различия в классе, социальном статусе, религиозных убеждениях, политических взглядах, группах интересов и т. д. и конструирует широко существующее сообщество, в основе которого лежит «патриотизм». Пока китайцы патриотичны, все они Туцзы (кролики), которые сражаются против своих врагов. В противоположность образу кролика, слово «лысый», произносимое по-китайски как «кролик», используется для обозначения Тайваньского региона Китая. Согласно аниме «Былые дела того зайца в тот год», Лысый – тоже кролик, но он не признает свою сущность, поэтому снял уши и военную фуражку и бежал на другую сторону Тайваньского пролива. Внешне он слаб, над ним издеваются сильные страны, но при этом он слушает приказы Инцзяна (США) и Юеханью (Британия), закрывая глаза на неоднократные предложения кроликов о помощи и выпуская их по доброй воле. Это метафора независимости Тайваня и других сил, которые не идентифицируют себя с китайской национальной общиной. Аниме оказало широкое влияние на молодежь, а идеология, которую оно несет, получила широкое признание, косвенно породив такие фанатские группы, как «小粉红» («Сяофэньхун»: относится к тем, кто поклоняется Родине) и «自干五» («Цзыганью»: этот термин относится к тем интернет-пользователям, которые сознательно и добровольно восхваляют положительную энергию общества и способствуют развитию Китая). Причина этого кроется не в содержании аниме, а в том, что оно передает национальную идентичность.

Помимо использования масштабных нарративов для построения личной идентичности, китайская доминирующая культура также реагирует на особенности идентичности племенных групп молодежной интернет-

субкультуры Китая и использует общий патриотически-ориентированный эмоциональный опыт, чтобы вовлечь молодых людей в доминирующую культуру.

Аналогичным образом, в случае с «Былые дела того зайца в тот год» это аниме хорошо соответствует характеристикам молодежной интернет-субкультуры Китая, когда члены племени присоединяются к ней по собственной воле, и, создавая сильное эмоциональное переживание, укрепляет и консолидирует национальную идентичность человека. Возьмем, к примеру, третий эпизод первого сезона аниме, который рассказывает о войне сопротивления американской агрессии и оказания помощи корейскому народу в первые годы существования Китайской Народной Республики. В этом эпизоде кролики участвуют в сложной войне против американской армии на озере Чанджинь. В условиях снежной бури кролики-добровольцы затаились в снегу, ожидая приказа атаковать белоголовых орланов (американские войска). Когда пришло время атаковать, один из кроликов-солдат обнаружил, что его товарищ уже замерз насмерть. Реплика кролика «Слезы тоже замерзнут» вызывает множество комментариев Даньму, а экран покрывается одним и тем же текстом Даньму «Не плачь, твои слезы замерзнут».

Как военное и историческое аниме «Былые дела того зайца в тот год» известно своей «слезоточивостью» на платформе молодежной интернет-субкультуры Китая. Не только вышеупомянутая битва на озере Чанджинь, но и возвращение остатков Добровольческой армии, эксперименты с ядерным оружием в Новом Китае и смерть господина Линь Цзюньдэ – все это «знаменитые сцены», которые вызывают слезы на глазах.

2.2.3 Анализ официальных нарративов в Байнянь цзи на сайте Bilibili

Британский ученый Ник Кулдри в 2003 году предложил теорию медиа-ритуалов в дополнение к теории коммуникационных ритуалов. Он считает, что медиа, как центр интеграции символических ресурсов, обладает способностью доминировать в реальном обществе. Так называемые медиа-ритуалы – это формализованное поведение, организованное вокруг ключевых связанных с медиа категорий, с представлениями, которые выражают более широкие

ценности, связанные с медиа, или подразумевают отношение к таким ценностям⁶⁸. Такие мероприятия, как фестиваль Праздника весны, являются общенациональными медиа-ритуалами и выполняют функцию формирования идентичности, позволяя людям ощутить свою связь с государством через конкретный медиа-контент. Под общей идентичностью «китайской нации» и «потомков первых китайских императоров (Яня и Хуана)» они культурно и психологически связаны в «сообщество», формируя таким образом культурную идентичность⁶⁹. Неся в себе доминирующую культурную идентичность, фестиваль Праздника весны как медиа-ритуал формирует у публики представление о центре общества и способствует тому, чтобы СМИ рассматривались как представитель этого центра⁷⁰.

Байнянь цзи как новый ритуал, родившийся на платформе молодежной интернет-субкультуры Китая, выполняет ту же функцию медиа-ритуала, что и фестиваль Праздника весны, конструируя идентичность молодежной интернет-субкультуры Китая и символический статус сайта Bilibili как центра субкультуры. С точки зрения конструирования идентичности, «Байнянь цзи» отказывается от системы национального дискурса и конструирования национальной идентичности на традиционном фестивале Праздника весны, а вместо этого использует ресурсы молодежной интернет-субкультуры и организует программы по принципу увлекательности, конструируя таким образом постмодернистскую племенную идентичность. По аналогии с фестивалем CCTV, на котором выступают знакомые зрителям личности, в «Байнянь цзи» также появляются персонажи или символы, популярные среди зрителей в различных стилях молодежной интернет-субкультуры. Виртуальные певицы, такие как Ло Тяньи и Хацунэ Мику, игровые персонажи из Minecraft и Arknights, герои аниме, такие как Наруто и Джозеф Джостар, а также Гуйчу и танцы отаку, и другие

68 Ник Кулдри, Цуй Си (перевод). Медиа-ритуалы: Критический подход // Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2016. С. 33.

69 Шао Пэйжэнь, Фань Хунся. Коммуникационные ритуалы и изменение китайской культурной идентичности // Современная коммуникация, 2010. № 3. С. 17.

70 Ник Кулдри, Цуй Си (перевод). Медиа-ритуалы: Критический подход // Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2016. С. 14.

разнообразные стили и роли связаны вместе одной вечеринкой. Когда появляется известный аниме-персонаж или знаменитая шутка, тексты Даньму, расплывающиеся по экрану, формируют виртуальное ощущение присутствия и чувство общности человека с различными молодежными интернет-субкультурами. Однако такое чувство принадлежности не всегда бывает глубоким и долговременным; оно меняется с ротацией программы и появлением очередной «суперзвезды» субкультуры, и в ритуальном карнавале вращается между различными стилями молодежной интернет-субкультуры. Байнянь цзи не только избегает или даже разрушает символическую связь между Праздником весны и национальной идентичностью, которая на протяжении многих лет выстраивалась CCTV в фестивале Праздника весны. Праздник весны напрямую связан с патриотическим нарративом китайского национального сообщества. С 1983 года фестиваль Праздника весны CCTV сознательно приглашает к участию в ней различные этнические группы, гонконгских и тайваньских знаменитостей и китайцев со всего мира, создавая китайское национальное сообщество, которое не ограничивается континентальным Китаем. Люди, которые поздравляют с Новым годом на фестивале, часто представляют разные этнические группы, регионы, профессии и страны. Кроме того, фестиваль Праздник весны CCTV также является прекрасным средством выражения коллективной памяти. В Байнянь цзи связь между праздником весны и национальным сообществом разрывается, национальная идентичность преуменьшается, а вместо нее идентифицируется сообщество молодежной интернет-субкультуры Китая, и у зрителей формируется представление о сайте Bilibili как о центре молодежной интернет-субкультуры Китая. Как медиа-ритуал, сайт Bilibili размывает временные и пространственные понятия национального сообщества, конструируя единство пространства и времени, фантазии и реальности. В состав участников программ «Байнянь цзи» входят как реальные люди, так и персонажи аниме из виртуального мира, и между ними часто происходит взаимодействие, которое разрушает «цыюань би», включая взаимодействие между виртуальными персонажами и реальными людьми или реальным миром, а также приключения

реальных людей в виртуальном мире. Например, вступительная программа «Байнянь цзи 2020» рассказывает о неудачной попытке создать канал виртуального мира в штаб-квартире сайта Bilibili и о приключениях его сотрудников, которые попадают в виртуальный мир, а «7 дней» основана на той же теме и повествует о персонаже из виртуального мира, который приходит жить в реальный мир и взаимодействует с главным героем в течение семи дней, когда канал виртуального мира выходит из строя. Такая конструкция пространства-времени предполагает существование пан-«виртуального мирового сообщества» для зрителей «Байнянь цзи», так же как для национальных государств граница является границей воображаемого сообщества. Эта конструкция через воображаемое пространство-время и есть существование китайской молодежной интернет-субкультуры через сайт Bilibili. Такое сообщество основано на интересах, а не на национальной идентичности. Члены группы разделяют общую эстетику и увлечения. Как носитель информации, сайт Bilibili помещает себя в центр сообщества и становится его главным представителем. Компания, зарегистрированная на бирже, компания в реальном мире, будь то открытие шоу «Байнянь цзи», постановка спектакля «сквозь виртуальный мир» или перенос шанхайской достопримечательности «Гочжэн центр» в виртуальный мир, чтобы начать «защиту Гочжэн центра», – вот воплощение такого интереса. Те, кто не может понять и не интересуется реальным миром за пределами этого сообщества, становятся «другими», изолированными «Цюань би».

Как и на фестивале Праздника весны, каждый год в интервалах программы «Байнянь цзи» вставляются короткие видеоролики с новогодними поздравлениями от разных аплоудеров. Это так же является одним из медиаритуалов, используемых для конструирования идентичности в «Байнянь цзи». Короткие видеоролики с новогодними поздравлениями, транслируемые ведущим или в видеоформате в программе фестиваля Праздника весны, в основном принадлежат китайцам разных регионов, идентичностей и профессий, что подразумевает существование «китайского» воображаемого сообщества, которое выходит за рамки времени, пространства и регионов. Новогоднее

поздравительное видео, вставленное в «Байнянь цзи», исходит от разных аплоудеров, независимо от страны, пола, идентичности, статуса, класса или измерения. Даже виртуальные персонажи, такие как виртуальные ведущие, в равной степени участвуют в новогоднем поздравительном видео как часть аплоудеров сайта Bilibili. Сайт выполняет ту же функцию, что и фестиваль Праздника весны, за исключением того, что идентичность, на которую он указывает, сместилась от традиционной национальной идентичности к идентичности по интересам.

По мере того как доминирующая культура все глубже проникает в молодежную интернет-субкультуру Китая, некоторые изменения претерпела и Байнянь цзи. Нарративы, представляющие доминирующую культуру, все чаще появляются в Байнянь цзи, и конструируемая ею идентичность также изменилась. В молодежную интернет-субкультуру был реэкспортирован национальный нарратив. Национальная идентичность, которая была ослаблена в идентичности молодежной интернет-субкультуры, вновь усилилась.

Байнянь цзи – это явление, которое указывает на молодежную интернет-субкультуру, характеризующуюся мобильностью и фрагментарностью постмодернистской культуры. Поэтому доминирующая культура использует эту характеристику и адаптирует гранд-нарратив, тем самым конструируя идентичность молодежи с доминирующей культурой и вновь объединяя постмодернистского индивида под национальной идентичностью. Появление таких произведений молодежной интернет-субкультуры, характеризующихся грандиозными нарративами доминирующей культуры, в последние годы все чаще можно наблюдать в произведениях, посвященных Байнянь цзи. Например, в 2017 году виртуальная певица Синчэнь исполнила песню «Эпоха десяти тысяч богов», содержание которой взято из древних китайских мифов (открытие Паньгу неба и земли, выстрел Хоуи в солнце, починка неба Нюйва, битва у Чжолу, создание иероглифов Цан-цзе и т.д.) Кроме того, в ней описываются достижения современного Китая: победа на Олимпийских играх, борьба с наводнениями,

успешный запуск пилотируемых космических кораблей, что опять же является гранд-нарративом идеологии мейнстрима.

2.3 Производство и распространение идеологии мейнстрима

В первом и втором разделах этой главы были рассмотрены стратегии взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае с точки зрения макрогрупповой идентичности и личной идентичности соответственно. В этом разделе с позиций постмодерна и теории культурного цикла исследуется феномен разрыва между стилем молодежной интернет-субкультуры как символом и его значением в постмодернистской медиасреде. С точки зрения культурного цикла исследуется, как доминирующая культура производит и распространяет свою идеологию в конкуренции и переговорах о значении социального контекста посредством экспроприации и интеграции молодежных интернет-субкультур.

2.3.1 Распад традиционных способов взаимодействия между доминирующей культурой и молодежными субкультурами в Китае

Согласно традиционным исследователям субкультур, «стиль» – это наиболее характерная черта и символ субкультур, а также граница, по которой можно выделить различные субкультурные группы. Для исследователей Бирмингемской школы «стиль» – это «средство, с помощью которого обсуждаются и выражаются культурная идентичность и социальное позиционирование»⁷¹. «Стиль часто рассматривается как категоризация многих типов вещей, он также связан с тем, как делаются определенные вещи, например, как исполняется музыка, как ведутся речи, как одевается человек и т.д.»⁷². По мнению Ху Цзяньфэна и Лу Даофу, «стиль» является «второй кожей» и «тотемом» субкультурных групп⁷³. Разные стили выделяют различные молодежные

71 Джон Фиске и др., Ли Бинь. Ключевые концепты в коммуникационных и культурных исследованиях // Пекин: Издательство Синьхуа, 2004. С. 279.

72 Там же, С. 279.

73 Ху Цзяньфэн, Лу Даофу. Соппротивление, стиль, инкорпорация: ключевые слова субкультурной теории в Бирмингемской школе // Нанкинские общественные науки. 2006. № 4. С. 90.

субкультурные группы и конструируют идентичность для разных групп. Модерны предпочитали консервативные костюмы, галстуки, короткие, хорошо уложенные стрижки и были требовательны к деталям одежды, их жизнь вращалась вокруг центра города, они наслаждались музыкой на дискотеках и в клубах. Хиппи, напротив, использовали жаргон, представлявший собой мешанину из негритянской культуры, джаза и криминальных субкультур, и носили одежду, намеренно имитирующую лохмотья нищих или одежду индейцев. Панки представляли собой смесь регги и рок-н-ролла и носили остроносые кожаные туфли, уличные ботинки с шипами, кожаные куртки и даже свастику. Цель молодежных субкультур, формирующих определенные стили, – противостоять социальным⁷⁴. Когда это сопротивление возникает и становится масштабным, доминирующая культура и группы интересов будут неустанно сдерживать либо инкорпорировать субкультуры. В исследовательской парадигме Бирмингемской школы отношения между субкультурами и доминирующей культурой помещены в «несовместимую» бинарную оппозицию: доминирующая культура инкорпорирует субкультуру в ортодоксальное и доминирующее положение, а субкультура оказывает «ритуальное сопротивление» и в конечном итоге будет инкорпорирована доминирующей культурой. В процессе инкорпорации субкультурные группы пассивны, и их конечная судьба – это включение в доминирующую культуру⁷⁵.

Субкультурный стиль оказывает значительное влияние на то, что Дик Хэбдидж называет «шумом», который мешает плавному осуществлению гегемонии в капитализме и подрывает тщательно созданный буржуазией консенсус. «Он вмешивается в упорядоченный процесс перехода от реальных событий и явлений к их воспроизведению в медиа. Поэтому не стоит недооценивать знаковую силу эпатажной субкультуры, которая служит не только метафорой потенциальной, “вымышленной” (out there) анархии, но и

74 Дин Тяньюй. Стиль, сопротивление, инкорпорация: исследование субкультуры «знаток Саньхэ» // Медиафорум, 2023. № 6. С. 77.

75 Чжан Мэйлань, Чжун Ин. Самовывживание: Анти-инкорпорация современных вторичных энтузиастов // Вестник Хубэйского университета (издание по философии и социальным наукам), 2021. № 5. С. 69.

механизмом реального семантического сбоя, временной блокировки в системе воспроизводства»⁷⁶, «Шокирующие субкультуры передают запретное содержание (классовое сознание, сознание различий) в запрещенных и извращенных формах (нарушение кодов одежды и поведения, нарушение закона и т. д.)»⁷⁷. «Неповиновение совместно признанным авторитетным рунам может иметь значительную провокационную и разрушительную силу ... Слова и действия, нарушающие руны, обычно осуждаются как “богохульство”»⁷⁸. Хэбдидж имеет в виду, что святость языка часто подразумевает святость социальной системы, и что присвоение авторитетных символов представляет собой серьезную проблему – стиль (символы) фактически представляет собой то, что Бахтин называет «идеологическим полем боя». С этой точки зрения, стиль молодежной субкультуры несет в себе идеологические атрибуты, а традиционные отношения между доминирующей культурой и молодежной субкультурой часто представляют собой отношения инкорпорации и анти-инкорпорации. По сути, инкорпорация – это процесс, в котором доминирующая культура использует свое господствующее положение, чтобы растворить сопротивление в молодежных субкультурах и разорвать связь между их стилем и передаваемыми ими смыслами и идеологиями. Согласно теории Бирмингемской школы, доминирующие культурные интересы, обладающие большим количеством ресурсов, будут работать как с точки зрения коммерциализации, так и с точки зрения идеологии для инкорпорации субкультурных групп. В ходе идеологической инкорпорации доминирующие группы (чиновничество, СМИ, судебная система и т. д.) «определяют», «навешивают ярлыки», «дестилизируют» и «демонизируют» субкультуры с точки зрения их стиля и проступков, вызывая моральную панику в СМИ, перемещая и переставляя их в качестве козлов отпущения, в результате чего они теряют чувство сопротивления. В коммерческих инкорпорациях субкультурные символы превращаются в товар, а

76 Дик Хебдиге, Лу Даофу, Ху Цзяньфэн (перевод). Субкультура: Значение стиля // Пекин: Издательство Пекинского университета, 2009. С. 111.

77 Там же, С. 112.

78 Там же, С. 112.

в процессе постоянного потребления первоначальное устойчивое значение символов стиля растворяется или изменяется, превращаясь в потребительский стиль. В обоих случаях символы стиля вырываются из своего первоначального контекста, и суть стиля теряется⁷⁹. Анти-инкорпорация – это стратегия сопротивления, принятая молодежной субкультурой перед лицом инкорпорации доминирующей культуры. Столкнувшись с инкорпорацией доминирующей культуры и ее товарами, молодежные субкультурные группы оказывают партизанское сопротивление, используя свой творческий потенциал, декодируют культурные товары в коллаже и творчестве и создают новый смысл.

Теория культурного цикла Стюарта Холла впервые поставила культуру на один уровень важности с экономикой и политикой, утверждая, что первая также является частью реального общества, а не просто отражением двух последних. С точки зрения культурного цикла, производство и функционирование культуры можно разделить на пять неотделимых друг от друга компонентов: репрезентация, идентичность, производство, потребление и правила⁸⁰. Репрезентация занимает особое место в цепочке, сопровождающей культурный цикл, и может относиться либо к «языковым символам, используемым для обозначения чего-то другого», либо к «практическому процессу, в ходе которого языковые символы приобретают значение». Такое категориальное разграничение означающего языковых символов предполагает существование двух репрезентативных процессов и систем репрезентации в мыслительных практиках восприятия и понимания людьми объективных вещей. В первом процессе представления люди полагаются на субъективные способности психологического восприятия, чтобы сделать интуитивное поверхностное познание внешних объективных вещей и сформировать формалистическую концептуальную когнитивную систему; Второй процесс представления – это абстракция первого типа. Люди посредством сущностной абстракции

79 Ли Вэньяо. Сопротивление и инкорпорация в «культуре разочарования» // Красота и времена, 2023. № 3. С. 68.

80 Луань Кайинь. Интерпретация системы теорий «культурного цикла» Стюарта Холла // Сто школ искусств, 2017. № S1. С. 6.

естественных свойств объективных вещей присваивают им соответствующие социально-культурные свойства конкретными языковыми знаками и формируют общий консенсус познания в социальном масштабе, что, в свою очередь, формирует систему культурных представлений с помощью языковых знаков в качестве медиа⁸¹. Язык здесь не означает письменную или устную речь в узком смысле, а относится в целом ко всем звукам, словам, изображениям или предметам, имеющим символическую функцию⁸². С точки зрения культурного цикла, молодежная субкультура представляет собой культурно-знаковую практику вокруг особого представления – стиля. Благодаря специальной системе представления стиля и практике представления молодежные субкультурные группы могут построить общий смысл с идеологией сопротивления.

Символ, как означающее, имеет произвольную ассоциацию со своим означаемым, которая зависит не от самого символа или реального мира, а от «цепочки агрегации» ряда символов. Стиль молодежной субкультуры состоит из ряда символов, которые взаимосвязаны и подтверждают друг друга. В конечном итоге он формирует идеологическое значение сопротивления. Источник символов стиля часто происходит из коллажа и изоморфизма основных культурных символов, которые уже рассматривались в вышеупомянутых статьях. Например, волосы водопадом, длинные пиджаки, бархатные воротники и туфли на толстой подошве, которые предпочитают задиристые молодые люди, происходят от одежды аристократии, так же как изысканные костюмы и французские плоские головки модернистов. Благодаря использованию ряда взаимосвязанных символов стиля, в субкультуре может сформироваться общая и значимая символическая система. Внутри этой системы молодежные субкультуры производят и потребляют собственную культуру, соблюдают правила группы и идентифицируют себя с ней.

81 Юй Пин. Генерация смысла и сила дискурса в теории культурной репрезентации Стюарта Холла // Исследование иностранных языков, 2024. № 3. С. 93.

82 Стюарт Холл (под ред.), Сюй Лян, Лу Син-хуа (перевод). Репрезентация: Культурные репрезентации и знаковые практики // Пекин: Коммерческое издательство, 2003. С. 18.

С развитием постмодернистской медиа-среды сама молодежная интернет-субкультура также претерпела изменения, что является предпосылкой для изменения ее отношений с доминирующей культурой. Стилистические символы в постмодернистском контексте постепенно разлагаются. Во-первых, границы стиля размываются, а по мере этих изменений групповые стилистические границы перестают быть четко видны. Во-вторых, стиль постепенно теряет свои первоначальные характеристики. Каждый символ в традиционном стиле имеет определенное и фиксированное значение, демонстрирует идеологию сопротивления. В постмодернистском контексте смысл стиля имеет более понимается более индивидуально. Поскольку тесное сочетание символов стиля и их значений разделено постмодернистской медиа-средой, доминирующая культура имеет предпосылки для экспроприации молодежных интернет-субкультурных стилей.

Дискретность стиля молодежной интернет-субкультуры в основном обусловлена следующими характеристиками постмодернистской медиа-среды. Во-первых, децентрализованная медиа-среда Интернета создала медиа-пространство без центра, поэтому субкультура, укорененная в прошлом, была привязана к центру, получила медиа-среду, которая может распространяться без отношений с доминирующей культурой, поэтому молодежная группа может быстро расширяться. Молодежные субкультурные группы имеют свой собственный генеративный контекст. Сущность формирования их сопротивляющегося стиля заключается в их социальном статусе, который эксплуатируется и подвергается репрессиям. Хотя Интернет позволяет субкультурам свободно расширяться, он также отделяет их от их реального социального статуса и положения. Члены молодежной интернет-субкультуры не обязательно имеют одинаковую социальную ситуацию. Во-вторых, Интернет диссоциирует «присутствие» стилистического значения. Его символы, или агрегатная цепочка символов, взаимосвязаны внутри субкультурных групп. Как упоминалось ранее, представление в своем первом значении — это концептуальное или психологическое представление личного понимания мира.

Оно и является собственным значением. Причина, по которой субкультурные группы имеют общее значение для представителей стиля, заключается в том, что у них одинаковая социальная ситуация и общий образ жизни. Виртуальная медиа-среда и фрагментированная коммуникация, предоставляемая Интернетом, разъединяют субкультурные стили. Люди, которые не обязательно имеют одинаковый образ жизни, также могут участвовать в субкультурных группах или мероприятиях, их стиль не требует какой-либо идеологической общности.

Возьмем в качестве примера китайскую молодежную интернет-субкультуру виртуального мира. По сравнению с молодежной субкультурой отаку в Японии в прошлом веке, субкультура виртуального мира в Китае демонстрирует очевидное «плавающее состояние» фрагментации, нестабильности и отсутствия глубины. Китайская культура виртуального мира зародилась в 1970–1980-х гг. Реформы и открытость принесли в Китай японскую культуру АКИ (Анимация, Комиксы и Игры), сформировав самую раннюю группу культуры виртуального мира в Китае. Японская субкультура виртуального мира восходит к группе «отаку». Как субкультурная группа, отаку демонстрируют характеристики традиционных субкультур периода Бирмингемской школы. Акио Накамори (中森明夫, なかもり・あきお) в книге «Исследование отаку» называет отаку группу поклонников манги, которые собираются на рынке манги, чтобы предаться культуре АКИ, что является самым ранним источником термина «отаку»⁸³. Отаку делится на широкий и узкий смысл. Отаку в широком смысле – это глубокий энтузиаст определенной области, который имеет необычное понимание этих вещей⁸⁴. Эта статья в основном посвящена отаку в узком смысле, относящемуся к группе людей, которые любят культуру АКИ, включая комиксы, аниме, видеоигры, научную фантастику, специальные фильмы, модели ручной работы и т. д., и погружены в субкультуру⁸⁵.

83 Эйди Оцука, Чжоу Илян (перевод). Духовная история «отаку» // Пекин: Издательство Пекинского университета, 2015. С. 15.

84 Ван Мэн. Этимология отаку и эволюция культуры отаку // Вестник Уханьского технологического университета (издание по общественным наукам), 2013. № 3. С. 403.

85 Адзума Хироки, Чу Сюаньчу. Анимализированный постмодернизм: как отаку влияют на японское общество // Тайбэй: Искусство Дахун, 2012. С. 10.

Отаку имеют четкий стиль, выраженный в жаргоне, основанном на культуре АКИ, неактивном общении, кодексах поведения, избегающих внешнего мира, и явном предпочтении предметов или одежды в стиле аниме, игр или комиксов. Формирование стиля отаку в основном обусловлено неприятием реальной жизни и отсутствием моральных нарративов. Доминирующая культура стала испытывать моральный ужас перед стилем отаку, а освещение в СМИ похищения и убийства Цутому Миядзаки в 1988–1989 годах четырех девочек в возрасте от четырех до семи лет прочно связало отаку с образом извращенца.

В 1990-е годы, когда Интернет начал распространяться по всему миру, стиль субкультурных групп виртуального мира изменился. Они стали фрагментированными и больше не имели глубокой идеологической приверженности. В случае субкультур виртуального мира, которые и сегодня активны на сайте Bilibili, не существует единого стиля, включающего полный набор одежды, предметных предпочтений, поведенческих норм и жаргона, как это описывает Бирмингемская школа. В видеороликах, загруженных аплоудерами разных зон, легко заметить, что использование стиля очень непринужденно и индивидуально. Костюмы, которые носят аплоудеры в разделе «Танцы» в своих видео, могут быть разных стилей, будь то косплей персонажей аниме или игр, или костюмы Лолиты из культуры Лолиты. Эти костюмы все равно являются символами определенной субкультурной группы, но они не имеют конкретной идеологической направленности. Аплоудеры в анимационной, игровой и даже технологической зонах также предпочитают использовать стиль виртуальных миров при создании своих видео или даже восстанавливать классические сюжеты аниме или игр, чтобы вызвать эмоциональный отклик у зрителей.

Использование этих стилей фрагментарно, изменчиво и лишено глубины. Даже аплоудеры в разделах аниме или игр не следуют определенному кодексу поведения в использовании стиля, а также не указывают на какой-либо конкретный смысл, что сильно отличается от молодежной субкультуры отаку. Использование субкультурных стилей в молодежной интернет-субкультуре

ближе к ритуальному карнавалу племенного разделения интересов, но это не означает, что стили больше не служат объединению субкультурной группы или что субкультурная группа прекратила свое существование. На самом деле, субкультурные стили по-прежнему служат для объединения субкультурных групп, конструирования идентичности и, в конечном счете, для формирования чувства принадлежности у членов группы.

2.3.2 Трансформация отношений между доминирующей культурой и молодежной субкультурой в Китае

Исходя из предпосылки, что сам стиль распался и демонстрирует утрату подлинности, китайская доминирующая культура пытается заимствовать или интегрировать стиль молодежной интернет-субкультуры Китая для консолидации своей собственной идеологии. Причина, по которой доминирующая культура делает это, заключается в том, что, с одной стороны, идеологическая инкорпорация должна опираться на центральное положение доминирующей культуры и монополию средств массовой информации на коммуникационную власть, чего трудно достичь в постмодернистской децентрализованной медиа-среде. С другой стороны, в контексте потребительства в постмодернистском обществе «мобильность общества постоянно растет, традиционные способы идентификации постепенно исчезают, а потребительские товары становятся важным способом построения идентичности. Дон Слейтер рассматривает потребительскую культуру как важный механизм формирования и реализации идентичности, а потребление само по себе предоставляет потребителю не только товары, но и культурное и социальное позиционирование»⁸⁶, поэтому форма использования товаров для инкорпорации также изменилась.

Суть заимствования символов стиля молодежной интернет-субкультуры доминирующей культурой в Китае заключается в том, чтобы разорвать связь между символами и значениями молодежной интернет-субкультуры и присвоить

⁸⁶ Цзоу Синь, Сун Сиюй. Взгляд в женском монологе: идентичность в визуальном потреблении // Китайская журналистика и коммуникационные исследования, 2024. С. 114.

эти символы себе. Субкультурный стиль, экспроприированный в качестве инструмента передачи идеологии мейнстрима, теряет свое прежнее значение и теперь уже воспроизводит идеологию мейнстрима. Это не вызвало неприязни со стороны субкультурных групп. Напротив, оно продемонстрировало признание и принятие этого заимствованного стиля и его идеологии. Символы стиля, принятые доминирующей культурой, должны быть достаточно универсальными, чтобы вызвать широкое признание и принятие группами субкультур. В постмодернистских молодежных интернет-субкультурных группах, основанных на интересах, эта особенность также означает, что выбранные стилистические символы должны соответствовать интересам и эстетике новой племенной группы. Только таким образом идеология мейнстрима может заимствовать символы стиля для перестройки смысла. Изменение значения стиля часто объединяется через серию агрегационных цепочек символов с четким направлением идеологии мейнстрима. Эти символы способны вызвать коллективную память, подтверждать личную идентичность и тем самым влиять на идеологическую идентичность людей. В аниме «Былые дела того зайца в тот год» кролик представляет собой анимационный образ, состоящий из различных символов, представляющих Китай. Военная кепка на голове кролика символизирует Народно-освободительную армию Китая, а красная пятиконечная звезда на груди – социалистическую страну. Сам кролик имеет образ миролюбивый и неагрессивный, но может дать отпор, когда подвергается издевательствам. Кролики соизмеримы друг с другом «дорогой», что означает существование большой семьи, включающей всех кроликов. Все эти символы могут пробудить коллективную память об истории китайской революции, социалистической или коммунистической идеологии, использовать различные аниме-образы для обозначения существования «другого», например, «Инцзян», противник кролика в аниме, является символом США. Это позволяет зрителю легко соотнести себя с главным героем «Кроликом». Все эти символы в конечном итоге составляют образный смысл кролика и исподволь передаются зрителю.

В последние годы, в связи с необходимостью внедрения доминирующей культуры в постмодернистскую медиа-среду, китайская доминирующая культура все больше заимствует стиль молодежной интернет-субкультуры Китая. Анимация «中国唱诗班» («Чжунгочаншибань», «Хор китайских стихов», Аниме «Китайская древняя поэзия») является одной из попыток официальных пропагандистских агентств использовать молодежную интернет-субкультуру Китая для идеологической пропаганды, а также попыткой доминирующей культуры экспортировать идеологию мейнстрима с помощью стиля, любимого молодыми людьми.

Анимация была инвестирована и выпущена отделом пропаганды районного комитета КПК в районе Цзядин Шанхай и включена в список одного из ключевых правительственных проектов, посвященных 800-летней истории основания района Цзядин. По состоянию на май 2024 года «中国唱诗班» набрал в общей сложности 75,947 млн просмотров на сайте Bilibili с рейтингом 9,9 (из 10 баллов, в рейтинге приняли участие 536,21 млн человек) (приложение, рис. 14). Кроме того, он получил одобрение от ведущих газет – «Жэньминь жибао» и «Китайской молодежной газеты». Аниме экспортирует доминирующий культ семьи и страны в двумерном культурном стиле. Наиболее очевидным из них является пятый эпизод «Есы» («Ночные мысли»), в котором рассказывается история дипломата Китайской Республики Гу Вэйцзюня, который следовал за делегацией Лиги Наций в Северо-Восточный Китай, оккупированный Японией. Столкнувшись с запугиванием японцев, Гу Вэйцзюнь остался непоколебим. В конечном итоге он собрал достаточно доказательств с помощью патриотически настроенных соотечественников и подпольных работников на северо-востоке, чтобы доказать Лиге Наций ложь о «добровольном создании государства» марионеточной Маньчжурии и лицемерии Японии. Благодаря тонкому стилю живописи и деликатному изображению мимики аниме-произведение «Есы» успешно использовало стиль виртуального мира, чтобы передать грандиозное повествование о самобытности семьи и страны, используя

личный опыт дипломата Гу Вэйцзюня в качестве подсказки. Строка Гу Вэйцзюня в конце: «Я глубоко люблю свою Родину, но я должен бороться за ее права на расстоянии тысяч миль от нее, это долг дипломата»⁸⁷. Способность анимации создать трогательный сюжет и при этом получить широкое одобрение от комментариев Даньму – свидетельство успеха этого сочетания патриотического повествования с субкультурным стилем. Аниме «领风者» («Линфэнчжэ», «Лидер: Карл Маркс») еще более прямолинейно с точки зрения экспорта идеологии мейнстрима. Это аниме получило поддержку Китайской академии общественных наук, совместно выпущено Управлением марксистских теоретических исследований и строительных инженерных работ, отделом пропаганды парткома автономного района Внутренняя Монголия и др. Используя анимацию, он рассказывает об опыте Маркса и Энгельса в создании теории научного коммунизма, написании «Капитала» и руководстве Первым международным рабочим движением.

Таким образом, доминирующая культура привлекает молодежь, создавая общий эмоциональный опыт. В Интернете личная идентичность и принадлежность характеризуются мобильностью и разнообразием, поэтому общий эмоциональный опыт членов племени поддерживает их свободную интеграцию. Доминирующая культура превращает идентичность по интересам в национальную идентичность, создавая эмоциональный опыт, основанный на идеологии мейнстрима.

Этот эмоциональный опыт часто строится с помощью повествовательных средств, обычно используемых молодежными интернет-субкультурными группами, такими как «высокое горение», «разбитое сердце» и «штука». Например, «Былые дела того зайца в тот год» – типичный пример становления национальной идентичности средствами «разбитого сердца» и «высокого горения». Изображение милого «кролика» в военной кепке и красной

87 Источник: 中 国 唱 诗 班 , Эпизод 5, «Есы»
https://www.bilibili.com/bangumi/play/ep243584?spm_id_from=333.337.0.0&from_spmid=666.25.episode (дата обращения:
 21.03.2024).

пятиконечной звезде на животе не только обозначает национальное государство как воображаемое сообщество, но может обозначать и каждого патриотического китайца, на символическом уровне завершает сглаживание сложных противоречий, таких как классы, группы интересов и межнациональные отношения, и грандиозное повествование о изоморфизме семьи и страны. В то же время аниме создает эмоциональный опыт «разбитого сердца» через самопожертвование каждого кролика. И жертва всех кроликов в конечном итоге способствовала тому, что китайский «кролик» превратился из издевательств на Голубой звезде (Земле) в пятерку лидеров Голубой звезды (постоянного члена ООН), а слабый образ завершил контратаку с помощью борьбы, что само по себе является средством создания «точки высокого горения» в японском манге. Таким образом, современная история, полная противоречий и конфликтов, упрощается до процесса, в котором все кролики работают вместе для достижения одной и той же цели. Знаменитая цитата кролика, появившаяся в аниме – «У всех кроликов есть мечта о великой Родине», является завуалированным проявлением этого приема. Опираясь на молодежный интернет-субкультурный стиль, мы привлекаем внимание и интерес молодежных групп, а также формируем общий эмоциональный опыт в процессе использования медийного контента, что приводит к формированию новой идентичности. Благодаря скрытым характеристикам стиль незаметно завершает идеологическую обработку, что, в свою очередь, формирует и укрепляет национальную идентичность. Так доминирующая культура заимствует стиль молодежной интернет-субкультуры, чтобы создать новый смысл и обрести идентичность.

Эмоциональный опыт является связующим звеном, поддерживающим существование молодежных интернет-субкультурных племен. Как только смысл, создаваемый доминирующей культурой, получает идентичность молодежной группы, эта идентичность усиливается механизмами коммуникации постмодернистских средств массовой информации, которые в основном достигаются через виртуальное общение и вторичное творчество на сайте Bilibili. В первой главе была рассмотрена уникальная функция видеосайтов,

представленных Bilibili – Даньму. Помимо того, что эта функция является формой комментариев, она также имеет социальное значение. Во-первых, Даньму использует временную ось видео в качестве координаты своего появления, что означает, что независимо от того, является ли реальное время, когда пользователь отправил этот Даньму несколькими днями, месяцами или годами назад, Даньму появляется в месте временной оси видео, выбранном этим пользователем. Такая настройка сглаживания времени хорошо создает чувство виртуального сопровождения и присутствия. Во-вторых, из-за того, что Даньму скользит горизонтально с экрана, длина его содержания часто ограничена, что делает его хорошим носителем эмоционального опыта. С помощью различных Даньму, появляющихся на экране при просмотре видео, пользователь может легко почувствовать мнения и эмоции других пользователей, тем самым развивая виртуальное общение. Наконец, тексты Даньму анонимны, и хотя сайт Bilibili поддерживает просмотр никнейма аккаунта отправителя Даньму, по умолчанию Даньму, пересекающие экран, являются анонимными. Это сглаживает классовые и идентичные различия и справедливо определяет всех отправителей Даньму как часть группы участников молодежной интернет-субкультуры.

При просмотре видео, когда появляются фрагменты, которые вызывают сильный эмоциональный резонанс, зрители могут видеть Даньму тексты, которые заполняют экран. Некоторые из этих Даньму текстов являются собственными мнениями зрителей, некоторые – эмоциональными прикосновениями, а некоторые – репликами из сюжета, повторяемыми зрителями. Когда эти Даньму тексты заполняют весь экран, это создает карнавальный визуальный эффект. Это виртуальное присутствие и сопровождение еще больше усиливают эмоциональное прикосновение человека во время просмотра видео и формируют внутреннюю идеологическую дисциплину. Если в Даньму присутствуют пользователи, отличающиеся от взглядам от мейнстрима, можно увидеть опровержения их высказываний другими Даньму. С помощью такого механизма Даньму можно хорошо добиться резонанса и усиления эмоций и даже идеологического единства. Таким образом,

доминирующая культура может воспроизводиться в молодежном интернет-субкультурном сообществе.

В дополнение к чувству виртуального присутствия и сопровождения, вызванному механизмом Даньму, вторичное создание молодежной интернет-субкультуры также будет способствовать воспроизводству идеологии мейнстрима и ее идентичности. Эти вторичные произведения будут способствовать дальнейшему распространению идеологии мейнстрима и ее идентичности как внутри, так и за пределами молодежных интернет-субкультур. Это в основном связано с тем, что в постмодернистской медиа-среде больше не существует единого коммуникационного центра, это плюралистическая, децентрализованная коммуникационная среда. Вторичное творчество этих молодежных групп обычно принимает формы коллажа, изоморфизма и т. д., но значение их создания указывает на идеологию мейнстрима. Например, после того как аниме «Былые дела того зайца в тот год» стало популярным, на сайте Bilibili появилась серия видеороликов об этом аниме, таких как «“Былые дела того зайца в тот год” версия Интернационала», «[Немного не Гуйчу] Тот кролик WILL ROCK YOU» и т. д.

2.3.3 Анализ конкретных примеров: анимационная работа «Былые дела того зайца в тот год»

«Былые дела того зайца в тот год» успешно внедряли идеологию мейнстрима в стиле молодежной интернет-субкультуры и оказали огромное влияние. Эта анимацию приводится как типичный случай для изучения заимствования стиля молодежной интернет-субкультуры доминирующей культурой и ее идеологической передачи в Китае.

(1) Символы стиля создают визуальные образы

Как феноменальное аниме, «Былые дела того зайца в тот год» успешно завершили передачу идеологии мейнстрима с помощью минималистичного стиля виртуального мира. Несмотря на то, что в качестве главных героев используются такие мультяшные изображения, как «Туцзы» («Китай»), «Инцзян» («США»), «Ханьсымао» («Германия») и «Юеханьню»

(«Великобритания»), чтобы передать национальную идентичность грандиозного повествования, молодежная группа не выразила сопротивления. Это неотделимо от использования символов стиля виртуального мира для создания визуального воображения сообщества национального государства.

Как главный герой аниме, «Кролик» является персонифицированным образом Китайской Народной Республики, а также самым известным символом «Былые дела того зайца в тот год». Это мультяшный белый кролик с черными глазами в военной кепке и с пятиконечной звездой на животе. Внешний вид и характер кролика создают для зрителей визуальный символ Китая. Кролик милый по внешности, безвреден для людей и животных, любит мир, но когда западный лагерь во главе с белоголовым орланом нарушает его интересы, он быстро меняет свой внешний вид и превращается в черного кролика с темным телом и красными глазами, демонстрируя боевую мощь. Такой образ может быть легко ассоциирован с последовательным стилем Китая, который любит мир и не боится власти, тем самым формируя визуальный символ и национальный тотем, представляющий Китай. Кроме того, образ кролика относится как к стране в целом, так и к конкретным гражданам. В сценах участия Китая в международных делах кролик представляет страну в целом, а в изображении конкретных исторических сцен он может быть представителем отдельных лиц. Будь то лидер, офицер, солдат, научный работник или крестьянин, любой китаец, борющийся за строительство страны, является точно таким же «кроликом». Такой образ сглаживает конфликты классов, религиозных убеждений, групп интересов и т. д. внутри национального государства, устанавливает изоморфные отношения между отдельными лицами и государством и подразумевает цель, ради которой все люди стремятся вместе построить семью, выращивающую цветы (Китай). Таким образом, визуальный символ кролика был связан с грандиозным повествованием о стране и стал воображаемым символом «поклонников кроликов», а также важным символом идентичности. По мере постепенного расширения влияния «Былые дела того зайца в тот год», члены сообщества, которые используют кролика в качестве аватара или другой идентификации в

социальных сетях в Интернете, в основном могут быть подтверждены «фанатами кроликов» как имеющие ту же политическую позицию и идентичность.

(2) Общий эмоциональный опыт для национальной идентичности

Использование стиля анимации может привлечь молодежные интернет-субкультурные группы, но одного этого недостаточно, чтобы изменить уровень идентичности. Поскольку идентичность вышеупомянутых групп всегда основана на интересе, эмоции являются связующим звеном для построения идентичности интересной группы. Таким образом, глубокое использование виртуального мира, превращение серьезного национального дискурса и международных отношений в сильный эмоциональный опыт путем создания «сюжетов разбитого сердца», «сюжетов высокого горения» и «сюжетов смеха и шуток», стало обычным приемом доминирующей культуры для получения идентичности и политического выражения.

Анимация «Былые дела того зайца в тот год» кодирует историю развития Китайской Народной Республики с момента ее основания через набор символов, используя комбинацию трех способов, чтобы создать эмоциональный опыт для зрителя за ограниченное количество времени, отведенное на каждый эпизод аниме. Обычно в первой половине каждого эпизода аниме создаются «сюжеты смеха и шуток» с помощью милых изображений животных, а во второй половине аниме создаются «сюжеты высокого горения» или «сюжеты разбитого сердца», сопровождаемые захватывающими финалами. Например, девятая серия первого сезона описывает историю кролика, который самостоятельно разрабатывает «Могудань» («Яйца, похожие на грибы», «атомная бомба») во время международной блокады. Первая половина аниме создает смех через диалог между военным кроликом, который говорит на диалекте, и интеллектуальным кроликом, который вернулся в Китай из престижной зарубежной школы, чтобы принять участие в разработке «Могудань». В середине кролики подвергались чрезмерному ядерному излучению в результате научных исследований, но были готовы пожертвовать собой ради строительства Китая. В конце «Могудань» было успешно разработано, и ядерный огненный шар, взлетевший в воздух на

полигоне, создал захватывающую атмосферу в сопровождении захватывающего сюжета финальной песни. К концу финальной песни была вставлена еще одна анимация, отдающая дань уважения академику Линь Цзюнь-дэ. Это символизирует то, что после смерти кролика, представляющего академика Линя, он увидел, что фруктовые деревья, посаженные его поколением, уже могут дарить прохладу кроликам младшего поколения (это означает, что китайское ядерное оружие, созданное предшественниками, уже может обеспечить безопасность Китая). Сюжет о самопожертвовании исследователя вновь перекликается с темой эпизода и вызывает слезы на глазах. «Былые дела того зайца в тот год» очень зрело используют эмоциональное кодирование и могут повторять «сюжеты разбитого сердца», «сюжеты высокого горения» и «сюжеты смеха и шуток» в более коротких страницах. Так повествование «высокого горения» о том, что китайский «кролик» превратился из отсталого и бедного в процветающего, сменяется повествованием «разбитого сердца», когда кролик-доброволец или кролик – научный исследователь жертвуют собой. Сюжет анимации формирует изоморфную связь с опытом Нового Китая. Поэтому младшие поколения должны быть благодарны за страну и счастливую жизнь, которую они получили. Субтитры «Счастливы и благодарны» каждый раз появляются в конце фильма. Создавая эмоциональный опыт и помещая кролика – символ государства в центр эмоциональной проекции группы молодежной интернет-субкультуры, анимация «Былые дела того зайца в тот год» трансформирует идентичность, основанную на интересах, в идентичность «кролика», то есть в национальную идентичность.

(3) Формирование племени «фанаты кролика»

Основываясь на эмоциональном опыте, указывающем на национальную идентичность в «Былые дела того зайца в тот год», в Интернете сформировалась молодежная интернет-субкультура Китая, основанная на интересе, то есть так называемая группа «фанаты кролика». Племя «фанаты кролика» не является традиционной молодежной субкультурной группой с отличительным стилем и четкой личной принадлежностью. Ее членов связывает патриотизм. Они

опираются на Интернет, особенно социальные сети, такие как группа QQ, группа WeChat и сайт Bilibili, которые могут стать местом сбора этой группы, основанной на общем интересе. Отношения между членами племени кроликов не тесны, но они разделяют один и тот же эмоциональный опыт и укрепляют патриотические чувства благодаря взаимодействию друг с другом. Функция Даньму и функция комментариев сайта Bilibili обеспечивают условия для взаимодействия членов племени, особенно функция Даньму, которая может создать чувство виртуального присутствия и сопровождения. Когда в сюжете появляются «сюжет разбитого сердца» и «сюжет высокого горения», тексты Даньму, проплывающие по всему экрану, либо интуитивно выражают эмоциональные переживания, такие как «слезы» и «дань уважения», либо делают научно-популярные суждения из аниме, либо шутят о фрагментах из аниме. Взаимодействие между членами этих племен может укрепить их идентичность. Они позволяют людям почувствовать существование других «товарищей», которые имеют те же эмоции, что и они сами.

Даньму удобнее использовать для представления более короткого текстового контента, поскольку он прокручивается в видео вместе с временной шкалой. Помимо Даньму, раздел комментариев на сайте Bilibili анимации «Былые дела того зайца в тот год» также играет роль в поддержании и закреплении патриотической эмоциональной идентичности. По сравнению с коротким и быстрым характером Даньму, комментарии, как правило, позволяют более длительное и систематизированное представление текста. Комментарии также являются важным способом взаимодействия внутри группы фанатов кролика. Взаимодействие с комментариями в сообществе фанатов кроликов можно разделить на популяризацию научных знаний, эмоциональное самовыражение и поддержание идентичности. Популяризация научных знаний – это объяснение содержания, которое появляется в аниме или связано с ним. Эмоциональное выражение – это прямое выражение собственных эмоциональных переживаний, а защита идентичности – это опровержение или критика комментариев или других замечаний, которые не соответствуют

основной идеологии, передаваемой аниме. Ниже приведены типичные комментарии каждого из трех типов:

Популяризация научных знаний: 两弹元勋名单: 1.钱三强(1913–1992)2.钱骥(1917–1983)3.姚桐斌(1922–1968)4.赵九(1907-1968)5.邓稼先(1924–1986)6.王淦昌(1907–1998)7.彭桓武(1915–2007)8.程开甲(1918-)9.黄纬禄(1916-)10.屠守锷(1917-)11 钱学森(1911–2009)12.周光召(1929-)13.杨嘉墀(1919–2006)14.陈能宽(1923-)15.陈芳允(1916–2000)16.吴自良(1917–2008)17.任新民(1915-)18.孙家栋(1929-)19.朱光亚(1924–2011)20.王希季(1921–2008)21.王大珩(1915–2011)22.于敏(1926–2019)23.郭永怀(1909-1968)向所有为中华民族作出贡献的科学家致敬!

⁸⁸(Список отцов двух бомб (атомная и водородная бомбы): 1. Цянь Саньцян (1913–1992) 2. Цянь Цзи (1917–1983) 3. Яо Тунбинь (1922–1968) 4. Чжао Цзю (1907–1968) 5. Дэн Цзясянь (1924–1986) 6. Ван Ганьчан (1907–1998) 7. Пэн Хуаньчу (1915–2007) 8. Чэн Кайцзя (1918-) 9. Хуан Вэйлу (1916) 10. Ту Шоуьэ (1917-) 11. Цянь Сюесэнь (1911–2009) 12. Чжоу Гуанчжао (1929) 13. Ян Цзяси (1919–2006) 14. Чэнь Нэнкуан (1923-) 15. Чэнь Фанюнь (1916–2000) 16. У Цзылян (1917–2008) 17. Жэнь Синьминь (1915-) 18. Сунь Цзядун (1929-) 19. Чжу Гуанъя (1924–2011) 20. Ван Сицзи (1921–2008) 21. Ван Дахэн (1915–2011) 22. Юй Минь (1926–2019) 23. Го Юнхуай (1909–1968). Дань уважения всем ученым, которые внесли свой вклад в китайскую нацию!)

Эмоциональное выражение: 树以成林, 我们幸福并感激着。⁸⁹ (деревья становятся лесами, мы счастливы и благодарны).

Поддержание идентичности: 当年祖国一穷二白用身板抗炮火, 那些为国捐躯的战士有一丝一毫怕过美国日本吗? 而现在的一些键盘侠动不动就 ‘中国军事劣势’ ‘中国人不团结’ ‘中国 xxx 比得上 xx 吗’, 兔子或许做不到最好, 但他是我们的兔子, 用不着你自称理智分析的自卑畏缩! 他是你口中的 ‘落后’, 是你嘴里的 ‘比不上发达国家’, 但我仍旧为他骄傲自豪! 我热爱我的祖国!⁹⁰

⁸⁸ Источник: https://www.bilibili.com/bangumi/play/ss1689?spm_id_from=333.337.0.0 (дата обращения: 21.03.2024).

⁸⁹ Там же.

⁹⁰ Там же.

(Когда Родина была бедной и отсталой, солдаты использовали свои тела, чтобы противостоять артиллерийскому обстрелу, эти солдаты, отдавшие свои жизни за страну, испытывают хоть малейший страх перед США и Японией? А теперь некоторые из интернет-троллей перебрасываются фразами «Военная неполноценность Китая», «Китайский народ не сплочен», «Китайский ххх намного хуже, чем страна хх». Кролик, может, и не лучший в своем деле, но он наш кролик, и не нужно трусить в неполноценности, претендуя на разумность! Даже если он «отсталый», «не такой хороший, как в развитых странах» кролик в ваших устах, я все равно горжусь им! Я люблю свою Родину!)

Именно такое взаимодействие между сообществом интересов и его членами, основанное на эмоциональном опыте, усиливает эмоциональную идентичность и позволяет племени поклонников кролика поддерживать относительно единую патриотическую идентичность. В отличие от обычных разногласий и препирательств в комментариях других аккаунтов на сайте Bilibili, голоса различных пользователей в разделе комментариев аниме «Былые дела того зайца в тот год» примерно едины.

В этой главе был проведен всесторонний анализ стратегий взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае с макро-, мезо- и микроперспективы.

Рождение Интернета изменило медиасреду и традиционную центральную роль доминирующей культуры. С снижением влияния традиционных средств массовой информации и ослаблением вертикальной модели коммуникации доминирующей культуре трудно получить абсолютное центральное положение через традиционные средства массовой информации, а маргинальная культура может распространяться с помощью интернета, что приводит к кризису идентичности людей с доминирующей культурой. Поэтому, чтобы адаптироваться к новой медиасреде и вернуть себе доминирующее положение и влияние гранд-нарративов и идеологии мейнстрима, доминирующая культура активно трансформировалась: это проявилось в форме «новых племен» молодежных интернет-субкультур, о которых говорилось в первой главе. На

уровне СМИ в Китае доминирующая культура начала широкомасштабное вмешательство в платформы молодежных интернет-субкультур.

В эпоху постмодернизма и постсубкультуры идентичность доминирующей культуры изменилась, и субкультура стала личным выбором. Молодые люди строят свою идентичность под влиянием грандиозных нарративов доминирующей культуры и полагаются на «новые племена» эмоциональных сообществ для достижения коллективной идентичности, противоречащей относительно стабильной идентичности доминирующей культуры в скрытой и конфронтационной манере. Личная идентичность групп китайской молодежной интернет-субкультуры характеризуется децентрализацией и фрагментацией. Во-первых, в идентичности молодежной интернет-субкультуры нет фиксированного центра, подобного национальной идентичности. Во-вторых, их идентичность часто не имеет глубины, деисторизирована и прерывиста. Это привело к тому, что тесная связь и идентичность между индивидами и молодежными субкультурами, описанная Бирмингемской школой, распалась и была заменена групповой идентичностью с более постмодернистскими характеристиками. Китайская доминирующая культура попыталась сочетать повествования о важном со стилем молодежных интернет-субкультур Китая, чтобы воссоединить личную идентичность, подвергаясь при этом трайбализации. Она стремится создать сообщество семьи и нации, выходящее за рамки Интернет-сообществ, и таким образом воссоединить разрушенную личную идентичность с традиционной государственной и национальной идентичностью.

Для Бирмингемской школы традиционные отношения между доминирующей культурой и молодежными субкультурами часто представляют собой инкорпорацию и анти-инкорпорацию. С развитием постмодернистской медиа-среды сама молодежная интернет-субкультура также претерпела изменения. Стилистические символы в постмодернистском контексте постепенно разлагаются, что, во-первых, проявляется в том, что границы стиля начинают размываться, во-вторых, стиль постепенно теряет свои первоначальные характеристики. Это позволяет людям с разным образом жизни

участвовать в одной и той же субкультурной группе или деятельности, поэтому их стиль использования не требует какой-то идеологической общей приверженности. Исходя из этого, в Китае традиционный способ взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной субкультурой постепенно распадается. Доминирующая культура пытается заимствовать или интегрировать стиль молодежной интернет-субкультуры, чтобы разорвать связь между символами и значениями молодежной интернет-субкультуры и использовать эти символы так, как нужно ей.

ГЛАВА 3 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДОМИНИРУЮЩЕЙ КУЛЬТУРЫ И МОЛОДЕЖНЫХ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУР В КИТАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

3.1 Трансформация отношений между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае

Трансформация отношений между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае прошла три этапа:

Во-первых, ценностный конфликт между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой постепенно ослабевает, а ее бунтарство постепенно ослабевает. Изучая отношения между молодежной субкультурой и доминирующей культурой, Чикагская школа с социологической точки зрения, основываясь на гетерогенности и трансгрессии молодежной субкультуры, «не только подчеркивает, что существует разница между молодежной культурой и доминирующей культурой общества, но и утверждает, что эти два явления антагонистичны»⁹¹. Эта теоретическая претензия была унаследована Бирмингемской школой в Великобритании. Бирмингемская школа рассматривает молодежную субкультуру как «контркультуру» стилистического сопротивления доминирующей культуре и идеологии и «подчеркивает функцию сопротивления субкультурного стиля»⁹². «Сопротивление» стало центральным понятием в теориях Бирмингемской школы о молодежных субкультурах, где молодые люди бросали определенный вызов доминирующей культуре таким радикальным способом.

Однако с развитием сетевых медиа и укреплением доминирующей культуры молодежь с небывалым энтузиазмом конструирует ценности

91 Шэнь Цзе. Социологический взгляд на мир молодежи // Пекин: Народное издательство, 2018. С. 154.

92 Ху Цзяньфэн, Лу Даофу. Сопротивление, стиль, инкорпорация: ключевые слова субкультурной теории в Бирмингемской школе // Нанкинские общественные науки. 2006. № 4. С. 91.

мейнстрима в молодежной интернет-субкультуре, что способствует росту обмена и взаимодействия между молодежными субкультурами и доминирующей культурой на уровне ценностей. В то же время молодые люди обрели чувство принадлежности, безопасности и ценности в процессе доминирующей тенденции субкультуры. В частности, с одной стороны, основные ценности молодежной интернет-субкультуры Китая становятся ближе к основным ценностям доминирующей культуры, вдохновляя молодых людей быть позитивными и двигаться вперед. Посредством расширения возможностей сети молодые люди осуществляют тематизацию, эстетизацию и нарративную реконструкцию молодежной субкультуры и используют «внешний вид» живой и яркой молодежной субкультуры для выражения «сути» политической и нормативной доминирующей культуры. Это ослабило сопротивление и развлечение молодежной интернет-субкультуры доминирующей культуре в процессе эволюции и усилило ее конструктивный и интерактивный характер. Отечественная сетевая патриотическая анимация «Былые дела того зайца в тот год» – яркое представление инновационной практики молодежного патриотизма в новую эпоху. Антропоморфируя «кролика», мультфильм интерпретирует основные политические и военные события современной китайской истории с помощью остроумных и интересных анимационных сюжетов, а также развивает главную тему патриотизма и национализма. С другой стороны, доминирующая культура укрепила свое ценностное лидерство над молодежными субкультурами благодаря влиянию СМИ. Бирмингемская школа в своем исследовании субкультур отмечает, что политическая инкорпорация и коммерческая инкорпорация ускорили процесс растворения двух характеристик молодежных субкультур, а именно маргинальности и децентрализации. Один из исследователей отмечает, что «доминирующая культура в большей степени влияет на субкультуру и манипулирует ее направлением через инкорпорацию основных СМИ»⁹³.

93 Ма Чжунхун. Текущая ситуация и размышления об исследовании отечественной молодежной интернет-субкультуры // Исследование молодежи, 2011. № 4. 5-11.

Во-вторых, молодежная субкультура добивается индивидуального самовыражения в контексте доминирующей культуры. Хотя молодежная субкультура сильно отличается от доминирующей культуры как по духовному ядру, так и по культурному облику, при систематическом усилении технологических возможностей и правительственного контроля молодежная субкультура придает большое значение смещению и взаимодействию с доминирующей культурой в киберпространстве. В киберпространстве стремление молодых людей к самовыражению открыто усиливается, они получают чувство удовлетворения, которое не может дать реальное пространство, и активно выражают свое самоутверждение и самоосмысление. В частности, молодые люди используют Интернет как позицию, внимательно следят за особенностями времени и текущими политическими точками, постоянно корректируют язык общения и формы молодежной субкультуры, чтобы стать конструктором и участником молодежной интернет-субкультуры Китая, чтобы молодежная интернет-субкультура Китая была близка к доминирующей культуре и в то же время выражала свою собственную индивидуальность.

С одной стороны, молодые люди выражают свои политические требования способами, характерными только для молодежной интернет-субкультуры. Как поколение, которое растет вместе с Китаем и развивается вместе с сетью, молодежь новой эпохи обладает как восприятием и инновациями, чтобы быстро схватывать новое, так и мобильностью и манипулятивностью, чтобы быстро применять сеть, и она может посвятить себя производству и распространению молодежной интернет-субкультуры Китая с высоким чувством социальной ответственности и политическим энтузиазмом. Как производители молодежной интернет-субкультуры Китая, молодые люди создают субкультуру, пронизанную идеологическим ядром доминирующей культуры Китая, сочетая актуальные политические события с картинками, текстами, анимацией, VLOG и рэп-музыкой. Являясь носителями молодежной интернет-субкультуры Китая, молодые люди под руководством доминирующей культуры и основных средств массовой информации твердо ориентируются в правильном политическом

направлении, а с помощью субкультуры Даньму, комментариев и других молодежных интернет-субкультур они направляют общественное мнение и передают голоса основной массы, чтобы обеспечить молодежной интернет-субкультуре позитивную огласку и широкое распространение. С развитием технологий 5G, больших данных и искусственного интеллекта ускорилось распространение актуальных политических «горячих точек», а требования современных молодежных групп к политическому участию в полной мере проявились в виде молодежной субкультуры.

С другой стороны, молодежь участвует в социальных публичных мероприятиях с помощью персонализированных нарративов молодежной интернет-субкультуры. С развитием медиатехнологий порог участия молодежи в решении социальных и общественных вопросов снизился, и она продолжает участвовать в социальных и общественных делах, используя фрагментарные и разрозненные микронарративы. В ноябре 2020 года Дин Чжэнь, тибетский мальчик из тибетской автономной префектуры Ганьцзы в провинции Сычуань, прославился своей простой и искренней улыбкой, которая быстро стала популярной на различных платформах, таких как Вэйбо (Weibo, микроблог) и Доуинь (Douyin, ТикТок). Однако Дин Чжэнь, ставший «новым идиолом», отказался от традиционного пути развития, когда нетизены подписывали контракты с компаниями и занимались сетевой упаковкой, а подписал контракт на должность посла туризма уезда Литан под руководством комиссии уезда Литан, Бюро культуры и туризма и других официальных лиц, продвигая богатые туристические ресурсы и высококачественную сельскохозяйственную продукцию своего родного города и внося свой вклад в развитие родного города. Видно, что «феномен Дин Чжэня» не просто остается на уровне личной известности, а переходит от онлайн-рекламы к офлайн-практике, с помощью живой культуры, культуры коротких видео и другой молодежной интернет-субкультуры в презентации «Мира Дин Чжэня», в то же время персонализированной коммуникации, чтобы показать особенности Литанга и сельской культуры, помочь уезду Литанг в борьбе с бедностью и возрождении, а

также привнести новую модель и пример для возрождения сельских районов в других местах.

В-третьих, эмоциональное взаимопроникновение молодежной интернет-субкультуры и доминирующей культуры. С точки зрения социологии эмоций, эмоции – это продукт процесса социального конструирования, который может как выражать психологическое состояние индивида, так и побуждать его к практическим действиям, а также возбуждать эмоциональную силу индивида при участии в социальных общественных событиях и политической мобилизации. Эмоции также являются важной движущей силой в эволюции, трансформации и идентификации молодежных субкультур. Эмоциональные потребности молодежных групп, которые трудно реализовать в реальном пространстве, могут быть полностью пережиты и высвобождены через установление прочных отношений, основанных на эмоциях и доверии, благодаря общему культурному контексту и культурному выражению в молодежных интернет-субкультурах. Поэтому разные молодежные субкультуры собирают разные интересные группы и представляют разные эмоциональные атрибуции. Однако при интеграции молодежной субкультуры и доминирующей культуры интересная группа следует интерактивной логике единства семьи и страны, интеграции эмоций и разума, взаимодействует с политической властью под руководством основных СМИ, формируя «сообщество эмоций», что реализует тенденцию перехода индивидуальных эмоций в политические эмоции и общественные эмоции в молодежной интернет-субкультуре.

С одной стороны, в Китае молодые люди реализуют обмен и трансформацию индивидуальных и политических эмоций в молодежной интернет-субкультуре. Молодые интернет-пользователи нового поколения продолжают преодолевать барьеры в использовании медиа, конструировать новые идентичности и роли для себя с помощью нового сенсорного опыта и алгоритмического расширения возможностей, а также формировать новые эмоциональные круги. В то же время интересная группа в молодежной интернет-субкультуре обладает двойными атрибутами - индивидуальными эмоциями и

коллективными эмоциями. В молодежной интернет-субкультуре молодежные группы, с одной стороны, вспыхивают высокой страстью к политическим вопросам и внутренней приверженностью национальной идентичности, а с другой стороны, деконструируют серьезность и нормальность политики с развлечением и разнообразием молодежной субкультуры, реализуя взаимодействие и обмен индивидуальными и политическими эмоциями. В 2020 году, когда вирус COVID-19 охватил весь мир, китайские СМИ создали темы для микроблогов, такие как «Общая победа над вирусом», чтобы поднять боевой дух и объединить силы китайского народа для совместной борьбы с вирусом всеми силами. Молодые патриоты один за другим мощно высказывались на платформах социальных сетей и постоянно болели за «брата А-Чжуна» («Китай») с помощью документальных фильмов «Дневник Уханя» и «Видеоблог о борьбе с вирусами», которые хорошо соединяли индивидуальные и политические эмоции.

С другой стороны, молодые люди достигают индивидуальной эмоциональной разрядки и катарсиса в молодежной интернет-субкультуре в Китае. С ускорением темпа жизни людей молодежная интернет-субкультура становится все более разнообразной. В то же время, благодаря непосредственности, невидимости и интерактивности Интернета, молодежная интернет-субкультура может быстро распространяться и развиваться, достигая больших эмоциональных всплесков и резонанса в «фрагментарных» выражениях дискурса. Распространенность молодежных субкультур, таких как «группа похвалы», позволяет молодым людям достичь душевного комфорта и эмоционального катарсиса. В марте 2019 года «группа похвалы», которая «может только хвалить людей и не насмехаться», быстро стала популярной в Университете Цинхуа, Фуданьском университете и Сианьском университете Цзяотун и других известных университетах. Исходя из чувства неполноценности и неудовлетворенности молодых людей перед лицом конкуренции и давления со стороны работодателей, молодые люди получают положительную обратную связь, активно выискивая комплименты и хваля друг друга в «группе похвалы», тем самым реализуя эмоциональную поддержку и самоидентификацию.

Хотя отношения между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае в целом демонстрируют здоровую и гармоничную тенденцию, все еще существуют некоторые проблемы, которые препятствуют здоровому развитию отношений между ними.

Во-первых, межпоколенческий конфликт между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой в Китае по своей сути является борьбой за культурный дискурс. В китайском интернете молодежь создала уникальный механизм производства смыслов через такие символические системы, как Даньму, Гуйчу и смайлики, который контрастирует с грандиозными нарративами китайской доминирующей культуры. Например, пользователи сайта Bilibili деконструируют классические произведения, такие как «Троецарствие» и «Сон в красном тереме», превращая серьезные исторические сцены в ироничные выражения вроде «процессор перегрелся» или «профессиональная презентация объяснения». Такая символическая реконструкция не только подрывает авторитет традиционной культуры, но и создает культурный разрыв между поколениями. Согласно «52-му статистическому отчету о развитии Интернета в Китае», пользователи младше 39 лет составляют 52,5% аудитории ⁹⁴, а субкультурные практики китайской молодежи уже сформировали независимую символическую систему. Однако стратегии доминирующей культуры Китая по заимствованию символов и стилей молодежной интернет-субкультуры Китая (например, видео в стиле Гуйчу от Центрального комитета Комсомола Китая) часто воспринимаются молодежью как угроза их культурной автономии.

Глубинные противоречия межпоколенческого конфликта коренятся в диалектике культурной преемственности и инноваций. Бирмингемская школа акцентирует «сопротивленческий» характер молодежных субкультур, однако в китайском контексте это сопротивление чаще проявляется через креативное переосмысление традиционных символов. В частности, китайское поколение Z наполнило термины «танпинизм» и «нерациональная конкуренция» новым

⁹⁴ Китайский информационный центр интернета. 52-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае // Китайский информационный центр интернета. 2023.8. С. 31.

социально-критическим содержанием, тогда как официальные СМИ пытаются интегрировать их в дискурсы «упорного труда» и «самоотверженности». Эта борьба за смысловое доминирование приводит к взаимному непониманию между поколениями. Как отмечалось в первой главе, в 2023 году среднемесячная аудитория Bilibili достигала 336 миллионов пользователей, 82% из которых относились к когорте 1990-2009 годов рождения, что свидетельствует о достижении молодежной субкультурой масштабного эффекта в производстве символов. В случае применения доминирующей культурой репрессивных мер или упрощенной инкорпорации возможна эскалация культурного противостояния.

Во-вторых, децентрализация интернета подорвала монополию традиционных медиа, однако китайская доминирующая культура, осуществив «трибализацию», вновь включилась в борьбу за дискурсивное доминирование. В частности, Центральный комитет Комсомола Китая, размещая на сайте Bilibili видеоролики в стиле «Гуйчу» по мотивам мультфильма «Былые дела того зайца в тот год» и организуя коллаборации с виртуальными идолами, стремится трансформировать субкультурные символы в инструменты идеологического воздействия. Тем не менее, данная стратегия сталкивается с дилеммой: с одной стороны, представители китайской молодежной интернет-субкультуры настороженно воспринимают заимствование их стилистики доминирующей культурой, расценивая это как попытку «культурной инкорпорации»; с другой – медиа мейнстрима, адаптируя субкультурные коды, рискуют подорвать собственный авторитет.

Соревнование за каналы распространения по своей сути представляет собой борьбу за дискурсивную гегемонию. Создавая контент на сайте Bilibili, мейнстримные медиа вынуждены следовать правилам субкультуры (таким как фрагментированное повествование и эмоциональный резонанс), однако чрезмерное следование этим правилам может привести к вульгаризации содержания. Например, песня «Тяньсинцзянь», исполненная виртуальным идолом и опубликованная Центральным комитетом Комсомола Китая, хотя и

добилась высокого количества просмотров, вызвала у части пользователей критику за «преобладание формы над содержанием». Более того, алгоритмы рекомендаций ещё больше обостряют конкуренцию за каналы распространения: китайская молодёжная интернет-субкультура, распространяя контент через «замкнутые круги», формирует закрытую экосистему, и если доминирующая культура не сможет точно охватить целевую аудиторию, её дискурсивное влияние может оказаться маргинализированным.

В-третьих, в то время как доминирующая культура Китая передаёт идеологию через символы субкультуры, молодёжная интернет-субкультура Китая осуществляет обратное сопротивление. Например, мультфильм «Былые дела того зайца в тот год» воссоздаёт национальную идентичность через образ «зайца», но в тексте Даньму по-прежнему присутствуют сомнения и шутки относительно исторических деталей. Такое противоборство особенно заметно в острых темах (таких как национализм, социальная справедливость): молодёжная интернет-субкультура Китая часто использует «культуру шуток» для завуалированного выражения недовольства социальными проблемами, в то время как доминирующая культура Китая вынуждена искать баланс между руководством и подавлением.

Сложность идеологического противоборства заключается в текучести смыслов символов. В постмодернистском контексте значение субкультурных символов больше не фиксировано, и идеологическая инфильтрация доминирующей культуры может быть деконструирована или перекодирована молодежью. Например, группа «Сяофэньхун» включает элементы аниме в патриотическое самовыражение, и такое «кавайное» политическое участие одновременно усиливает идентичность и размывает границы традиционной идеологии. Как обеспечить эффективное распространение основных ценностей, уважая автономию молодежной интернет-субкультуры, остается серьезной проблемой.

В-четвёртых, коммерциализация китайской молодёжной интернет-субкультуры, с одной стороны, способствует распространению культуры, а с

другой – ведёт к утрате её самостоятельности. Например, на сайте Bilibili коммерческая стоимость виртуального идола Лю Тяньи уже исчисляется сотнями миллионов юаней, однако её образ и контент, создаваемые под влиянием капитала, могут отходить от первоначальной субкультурной самобытности. Параллельно процесс «ассимиляции» субкультуры китайской доминирующей культурой часто сопровождается коммерческим сотрудничеством (вроде коллабораций с брендами и размещение рекламы), что рискует превратить субкультуру просто в символ потребления.

Противоречие между коммерческими интересами и культурной автономией особенно ярко проявляется в феномене «прорыва за пределы круга». Коммерциализированная вечеринка «Байнянь цзи» на сайте Bilibili добилась такого «прорыва», но чрезмерная зависимость от трафика и рекламных доходов может привести к утрате нишевого характера субкультуры. Более того, процесс коммерциализации ускоряет секуляризацию субкультуры, вызывая опасения части пользователей Bilibili относительно «утраты первоначального духа» под натиском капитала. Поиск баланса между коммерческой выгодой и культурной самостоятельностью остаётся ключевой проблемой во взаимодействии этих двух сторон.

По мнению американского социолога Альберта Коэна, все факторы и обстоятельства, приводящие к субкультурным проблемам, исходят либо из «системы отсчета» акторов, то есть из общепринятых социальных стандартов, либо из «ситуации», то есть из реальной жизненной ситуации, с которой сталкиваются акторы, а субкультура – это способ «воображаемого решения проблем» индивидами путем изменения их ценностных рамок⁹⁵. Поэтому, по сути, молодежная субкультура – это своего рода стрессовая реакция и предупредительная адаптация к доминирующей культуре молодых людей в условиях стремительных социальных изменений. Современная трансформация отношений между доминирующей культурой и молодежной интернет-

95 Цит. по: Тао Дунфэн, Ху Цзяньфэн. Субкультуры: читатель // Пекин: Издательство Пекинского университета, 2011. С. 4.

субкультурой в Китае происходит под влиянием взаимодействия и синтеза социального и индивидуального уровней, которые можно проанализировать на основе множества факторов, таких как социально-культурные изменения, развитие молодежных групп и изменения в новых медиатехнологиях.

(1) Социально-культурные изменения

С точки зрения исторического материализма, молодежные субкультуры являются результатом изменений в общественном и материальном способе производства, адаптированных к конкретному историческому этапу, и их трансформация находится под глубоким влиянием экономического развития и социальных преобразований. С инновационным развитием китайского общества и экономики молодежные группы сформировали свои собственные уникальные жизненные модели в процессе решения своих запутанных проблем, поиска идентичности и проявления своих индивидуальных особенностей, и отношения между молодежными субкультурами, которые строятся на социально-культурных основах, и доминирующей культурой постоянно меняются.

С одной стороны, ощутимые достижения в социальном развитии ослабили сопротивление молодежных субкультур доминирующей культуре. По сути, молодежная субкультура – это своего рода культурное сопротивление молодежных групп перед лицом социальной дисциплины и практических проблем. Такие феномены молодежной субкультуры, как Тедди-бои, скинхеды, хиппи и Моды, обычно связаны с классом, статусом, расой и опытом жизни в обществе и характеризуются очевидными классовыми конфликтами, соперничеством поколений и борьбой за статус. В книге «Культурные противоречия капитализма» американский мыслитель Дэниел Белл анализирует молодежное субкультурное движение в США в 1960-х годах с точки зрения революции поколений: каждая эпоха – сейчас мы считаем эпохи или поколения единицами социального времени – имеет свои собственные маркеры. Отличительной чертой 1960-х годов стал политический и культурный радикализм, который, в конечном счете, был не только бунтарским, но и революционным, стремящимся установить новый социальный порядок взамен

старого⁹⁶. По мере того как Китай вступает в новую эру⁹⁷, его экономическая структура постоянно оптимизируется и модернизируется, структура интересов глубоко корректируется, а форма социокультурного пространства претерпевает глубокие изменения; в частности, полная реализация великой китайской цели «избавления от бедности» и построение умеренно процветающего во всех отношениях общества в установленные сроки создают более благоприятные материальные условия и более богатую духовную жизнь для роста и развития молодых людей. Рост материального благосостояния и все более диверсифицированное культурное производство постепенно ослабили бунтарскую социальную базу, на которой базировались традиционные молодежные субкультуры. Социальные установки и культурные концепции молодых людей изменились с традиционного радикального, явного и насильственного сопротивления на эвфемистическую, постепенную и умеренную форму сопротивления⁹⁸.

С другой стороны, препятствия на пути социального развития сохранили уникальность молодежных субкультур. В новую эпоху «Коммунистическая партия Китая и государство добились исторических успехов и изменений в различных начинаниях»⁹⁹, но мы также должны трезво осознавать, что на пути вперед все еще существует множество трудностей, таких как иерархическая кристаллизация, серьезная нерациональная конкуренция и невидимый «996 график работы» («работа с 9 утра до 9 вечера, шесть дней в неделю»), которые необходимо срочно решить. В настоящее время такие явления, как иерархическая кристаллизация между простонародьем и элитой, обострили реальные социальные противоречия. Множество неопределенностей и перемен в процессе быстрых социальных изменений оказывают большое давление и вызывают

96 Дэниел Белл (автор), Чжао Ифань, Пу Лун, Жэнь Сяоцин (перевод). Культурные противоречия капитализма // Пекин: Объединенная издательская компания СДХ, 1989. С. 169.

97 Новая эра Китая: новая эра социализма с китайской спецификой, 18 октября 2017 года на 19-м Всекитайском съезде Коммунистической партии Китая Си Цзиньпин торжественно заявил: «После долгих усилий социализм с китайской спецификой вступил в новую эру, которая является новым историческим ориентиром для развития Китая».

98 Ван Мэнде, Чжан Мань. Сопротивление, разрушение барьеров, совместное движение вперед: Анализ реальности и пути перехода молодежной интернет-субкультуры в мейнстрим // Введение в теорию, 2023. № 3. С. 102.

99 Си Цзиньпин. Об освоении нового этапа развития, претворении в жизнь новой концепции развития и формировании новой модели развития // Пекин: Издательство центральной партийной литературы, 2021. С. 467.

тревогу за выживание молодежи, а стремление некоторых молодых людей к расширению каналов восходящей мобильности и пространства для развития труднореализуемо, и «ничтожность значения» и «бессмысленна» стали мантрой некоторых молодых людей. Когда разрыв между идеалами и социальной реальностью велик, а давление переносимых социальных конфликтов не может быть вовремя снято, молодые люди часто выбирают для выражения себя и своих личных и групповых идеологических устремлений особые и странные формы поведения, чтобы привлечь к себе внимание общества и добиться признания. Возникшее в результате этого течение молодежной субкультуры – сопротивление – остается неизменным и служит отображением структурных противоречий, существующих в общественном развитии страны. Например, «подавленная культура» и «культура Фоси» (культура Фоси, то есть стремление к внутреннему миру и спокойствию в жизни) отражают негатив и бессилие молодых людей по отношению к застыванию социальных классов, а «нерациональная конкуренция» и «танпинизм» – чрезмерное напряжение или сопротивление и неприятие молодыми людьми социальной конкуренции.

(2) Изменение мышления и ценностей молодежи

Социальная среда и фон времени, в котором живет современная молодежь, заставляют ее по-новому осмысливать свои ценности и жизненные идеалы, формируют уникальный и разнообразный стиль ценностных суждений и идеологии. Исследование «Народной трибуны» показало, что в условиях распространения интернет-субкультуры ценности молодых людей отклонились от общепринятых: более 20 процентов респондентов демонстрируют неидеальные ценности¹⁰⁰. Как видно, в ценностном ядре молодежной субкультуры сосуществуют самые разные ценности.

Первый – это ослабление значения бунтарского сопротивления доминирующей культуре в идеологической позиции молодежи и усиление силы конструирования национальной идентичности. Молодежь – главная объект

¹⁰⁰ Чэнь Линь. Общественный опрос о «тенденции к отчуждению» в интернет-субкультурах // Народная трибуна, 2020. № 662. С. 68.

идеологического и политического воспитания. Коммунистическая партия Китая и китайское правительство придают большое значение идеологическому руководству и гуманистической заботе о молодежи и всегда настаивали на воспитании молодежи в свете основных социалистических ценностей, укреплении национальной и социальной идентичности молодежных групп, чтобы сопротивление, противостояние и конфликт между молодежными субкультурами и доминирующей культурой постепенно сошли на нет. Придерживаясь ценностей, совместимых с мейнстримом, молодые люди формируют национальную идентичность через формы самовыражения в интернет-субкультуре. Они часто используют коллаж, апроприацию и другие методы смешения цифр, слов и изображений, формируя такие явления интернет-субкультуры, как графическая анимация и рэп-музыка. Во время празднования 70-й годовщины основания Китайской Народной Республики в 2019 году на сайте Bilibili были размещены тысячи видеороликов на тему «Моя Родина и я», включая кино- и теледрамы, анимацию, музыку, танцы, документальные фильмы и другие формы. Созданный нетизенами короткометражный фильм «Господа, прислушайтесь к голосу дракона» показал героические поступки, совершенные во время разработки Китаем атомной бомбы, и прославил самоотверженность старого поколения ученых; объем просмотров видео составил более 8 миллионов и более 30 000 всплывающих комментариев, полных патриотических чувств молодых нетизенов.

Во-вторых, ценности молодежных групп изменились: от борьбы и сопротивления до стремления выразить свою индивидуальность. На ранних этапах формирования молодежных субкультур общие стили преобладают над индивидуальными, а панорамные – над индивидуализированными¹⁰¹. Однако с развитием эпохи Интернета и ослаблением классового сознания главной целью молодежной интернет-субкультуры становится уже не общество, а большее внимание к себе. В результате борьба и сопротивление перестали быть главными

101 Ао Чэнбин. Гражданское неповиновение молодежной интернет-субкультуры: Черты, причины и исследование // Современные исследования молодежи, 2019. № 2. С. 80.

требованиями интернет-субкультурных групп, а проявление самосубъектности и поиск признания со стороны внешнего мира стали отличительными предложениями молодежных групп. С развитием общества все большее уважение вызывают инициатива и творческие способности молодых людей, а присущие им потребности становятся все более индивидуализированными и разнообразными. Молодые люди полностью отдаются своим увлечениям, выставляют напоказ свою индивидуальность, активно проявляют и выражают себя, пытаются создать свой собственный стиль, особенно в мире мобильного Интернета, где каждый человек стал новым субъектом дискурса. Молодежная интернет-субкультура стала для молодых людей способом выразить смысл своего существования и заявить о своем праве говорить, при этом формы выражения становятся все более разнообразными, наблюдается тенденция к индивидуализации и рассеиванию, а также постепенное снижение и рассеивание значения сопротивления.

(3) Новые технологические изменения в области медиа расширили механизмы и формы культурной коммуникации

Рождение мобильного интернета и наступление цифровой эры привели нас в эпоху взаимосвязи всего и вся. Интернет стал уникальным культурным полем и основным пространством для создания и распространения культурного контента. Взаимодействие и интеграция между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае становятся все более частыми. Под руководством идеологии мейнстрима молодежная интернет-субкультура Китая демонстрирует тенденцию изменения от нишевой к массовой, от периферийной к универсальной и от альтернативной к общей, что способствует ее интеграции в доминирующую культуру.

Во-первых, изменения в механизмах медийной коммуникации замедлили связь между субкультурой и доминирующей культурой. Традиционные молодежные субкультуры в прошлом подвергались пресечению и сопротивлению со стороны основного общества из-за яростных противоречивых форм сопротивления. Перед лицом различных субкультур, таких как странная

одежда и поведение, люди, как правило, занимают позицию неприятия и сопротивления. Однако широкое распространение социальных медиа-платформ обеспечивает естественный канал для создания и распространения контента. Открытость и плюрализм культурной среды привели к относительному снижению неприятия молодежных субкультур и постепенному принятию и приспособлению к их существованию и развитию. Молодежная субкультура получила возможность дышать и расти, переходя от радикализма к спокойствию. В то же время с углублением развития медиаинтеграции конкуренция между доминирующей культурой и молодежной субкультурой за каналы связи и ресурсы уменьшилась, что разрушило традиционную дихотомию между субкультурой и доминирующей культурой и позволило двум типам культуры взаимодействовать и интегрироваться в киберпространстве и развиваться вместе. В современном Китае в определенной степени молодежная интернет-субкультура ориентируется на доминирующую культуру, в то время как основные СМИ черпают питательные вещества из молодежной интернет-субкультуры и внедряют инновации с помощью молодежной интернет-субкультуры, чтобы усилить свою собственную коммуникационную мощь и влияние.

Во-вторых, появление современных информационных технологий создает совершенно новое пространство для конструирования идентичности молодых субъектов. Объединение молодежи в новом медиапространстве и ее субкультурные практики являются неизбежным условием изменения молодежной субкультуры в процессе модернизации. Новые медиатехнологии предоставляют молодежным группам пространство и средства для передачи и высвобождения негативных эмоций, ослабляя их сильное чувство сопротивления. В то же время, наряду с развитием компьютерных и информационных технологий, децентрализация и сильная интерактивность Интернета расширили пространство и время, разрушив традиционный механизм субкультурных сообществ, заключающийся в обособлении и поощрении закрытости, и изменив внешнюю и внутреннюю структуру круговых групп, так что чувство идентичности людей по отношению к определенному сообществу постепенно

размывается. С помощью разнообразных новых медиа-форм, таких как текст, язык, изображения, аудио, видео и мгновенные интерактивные тексты Даньму, все больше и больше молодых людей-единомышленников могут достичь эмпатии в киберпространстве. Круг молодежной интернет-субкультуры Китая сузился, а ее мобильность возросла, что создает условия для того, чтобы доминирующая культура направляла ее и обращалась к ней.

3.2 Перспективы взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае

3.2.1 Пути взаимодействия: от «противоборства» к «симбиозу»

Взаимодействие между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае эволюционирует от бинарной оппозиции к симбиотическому сосуществованию. Данная трансформация представляет собой не только закономерный этап социокультурного развития, но и результат технологических изменений и смены поколений. В будущем интеграция будет характеризоваться следующими особенностями:

Во-первых, совместное использование символов доминирующей культуры и молодёжной интернет-субкультуры в Китае стало устойчивой тенденцией. Например, такие субкультурные выражения, как «YYDS» и «цзюецзюе цзы», активно используются официальными СМИ: газета «Жэньминь жибао», освещая достижения олимпийских чемпионов, употребляла «YYDS», что не только сократило дистанцию с молодёжью, но и придало этому символу новое значение. Данное заимствование представляет собой не простое использование символов, а сотрудничество в производстве смыслов. Классические символы, «деконструированные» китайской молодёжной интернет-субкультурой (например, наполнение термина «нерациональная конкуренция» социально-критическим содержанием), доминирующая культура затем «перекодирует», включая их в позитивную систему ценностей (например, придавая «нерациональной конкуренции» значение «усердия»).

Глубинная логика совместного использования символов заключается в со-творчестве культурных смыслов. Например, один аплоудер на сайте Bilibili, воссоздав золотой жезл из Саньсиндуя, преобразовал традиционный культурный символ в субкультурный контент, собрав более 10 миллионов просмотров, а в тексте даньму преобладали такие комментарии, как «культурная уверенность» и «расцвет национального стиля». Подобное со-творчество не только сохраняет инновационность субкультуры, но и вдохновляет китайскую доминирующую культуру, придавая ей новую жизненную силу.

Во-вторых, в Китае сотрудничество между официальными СМИ и субкультурными сообществами эволюционировало от односторонней «ассимиляции» к взаимному обогащению. Ярким примером стало аниме «Китайская древняя поэзия», созданное совместно телеканалом CCTV и платформой Bilibili. Проект, сочетающий классическую поэзию с стилистикой аниме, реализовал омоложенную интерпретацию традиционной культуры. На Bilibili этот мультсериал получил рейтинг 9.9 при 79 миллионах просмотров, с частым упоминанием в текстах даньму таких ключевых слов, как «слезы на глазах» и «культурное наследие». Данная модель сотрудничества разрушила традиционную одностороннюю коммуникацию СМИ, достигнув через интеграцию ресурсов двойной выгоды – передачи ценностей и монетизации трафика. Другим показательным случаем платформенного сотрудничества стала «Программа поддержки национальной анимации». Инициатива Bilibili по поддержке отечественных анимационных проектов уже породила такие феноменальные работы, как «Ушань у-син» и «Посредник во времени», которые, транслируя основные ценности, сохраняют при этом инновационный дух субкультуры. Подобная модель взаимодействия не только повышает социальное признание субкультуры, но и предоставляет доминирующей культуре новые средства распространения.

В-третьих, технологическое развитие открыло новые пути для взаимодействия между ними. Такие технологии, как VR и ИИ, создают иммерсивный культурный опыт. Например, интерактивная VR-версия

мультфильма «Былые дела того зайца в тот год» позволяет пользователям «воплотиться» в зайца и участвовать в исторических событиях, усиливая эффект присутствия. Генерируемый ИИ контент (AIGC) снизил порог вхождения в творчество: на Bilibili видео аплоудеров «Рисование ИИ» набрали более 2 миллиардов просмотров. Молодые создатели используют технологические инструменты для соединения субкультурных символов с доминирующими ценностями.

Алгоритмические рекомендации также трансформируют ландшафт распространения контента. «Система рекомендаций» Bilibili предлагает пользователям материалы на основе их интересов, позволяя официальным СМИ осуществлять точечную идеологическую диффузию. Например, аниме «Пионер» («Лидер: Карл Маркс»), продвигаемое Центральным комитетом Комсомола, получило более 50 миллионов показов на главной странице их аккаунта, с заметным увеличением частоты слов «вера» и «дань уважения» в текстах даньму. Такое технологическое усиление делает распространение доминирующей культуры более целенаправленным, одновременно сохраняя уважение к особенностям субкультурных сообществ.

3.2.2 Изменение мейнстриминга в молодежной интернет-субкультуре Китая

С развитием постмодернистской медиасреды и молодежной интернет-субкультуры доминирующая культура способствует тому, что СМИ приспособляются к племенной коммуникационной среде в макрокосмическом поле культурных групп и захватывают коммуникационные позиции. В области мезоскопической личной идентичности они используют характеристики мобильности постмодернистской личной идентичности для восстановления личной идентичности с помощью грандиозных нарративов и эмоциональных переживаний. В области микростиля символы репрезентации стиля молодежной интернет-субкультуры Китая заимствуются для создания смыслов, содержащих идеологию мейнстрима. С точки зрения доминирующей культуры, основная цель изменения ее отношений с молодежными интернет-субкультурами в Китае

заключается в том, чтобы заново воспроизвести идеологическое поучение молодежной интернет-субкультуры Китая в постмодернистском контексте. С этой целью в Китае доминирующая культура изменила такие методы, как «прикрепление ярлыков» и «дискредитация», используемые при инкорпорации молодежной интернет-субкультуры, но способствовала ее интеграции с доминирующей культурой путем принятия или даже «коронации» молодежной интернет-субкультуры. В конечном итоге перспектива взаимодействия между ними заключается в том, что молодежная интернет-субкультура постепенно приближается к мейнстриму.

Хотя количество групп молодежной интернет-субкультуры и их размер являются важными критериями для определения того, является ли она мейнстримом или нет, основное внимание уделяется проникновению в нее идеологии мейнстрима и ее тенденции к постепенному приближению к мейнстриму в идеологической сфере. Если взять в качестве примера субкультуру виртуальных миров, то аниме постепенно получает признание со стороны ведущих СМИ или официальных пропагандистских агентств, и даже появился ряд аниме-произведений, которые были спродюсированы совместно или непосредственно официальными лицами. Игры также превратились из «интернет-зависимости», которую в СМИ раньше называли психическим заболеванием, в спортивное событие, способствующее прославлению страны, тем самым завершив свой собственный идеологический сдвиг в мейнстриме. Ведущие СМИ, в основном агентство Синьхуа и CCTV, также не раз сообщали об игроках и их командах, победивших в национальных игровых турнирах. Субкультура Гуйчу изначально была молодежной интернет-субкультурой, родившейся в постмодернистской медиасреде и отражавшей идеологию сопротивления через коллаж и изоморфизм присвоенных текстов. С постепенным принятием стиля Гуйчу Центральным комитетом Комсомола Китая и CCTV, а также представителями доминирующей культуры, такими как китайский военный теоретик Чжан Чжаочжун, демонстрирующими толерантное

и узнаваемое отношение к Гуйчу, субкультура Гуйчу также демонстрирует тенденцию превращения из периферийной культуры в популярную культуру.

В процессе постепенного приближения китайской молодежной интернет-субкультуры к доминирующей культуре естественным образом сформировались племена молодежной интернет-субкультуры с доминирующей идеологией. Эти племена могут формироваться вокруг определенной работы или конкретной интернет-субкультуры и характеризуются следующими моментами: Во-первых, оно тесно интегрировано с идеологией мейнстрима; во-вторых, оно конструирует идентификацию с идеологией мейнстрима через молодежную интернет-субкультуру и общие эмоциональные переживания; в-третьих, интернет является его основным пространством деятельности; в-четвертых, его внутренняя структура демонстрирует очевидные характеристики трибализации. Как существование этой группы, так и ее деятельность в Интернете оказали глубокое влияние на интернет-среду и общественное мнение. Например, группа «фанатов кролика», сформировавшаяся вокруг феноменального мультфильма «Былые дела того зайца в тот год», относительно велика по масштабам и развита настолько, что стала связующим звеном между различными молодежными интернет-субкультурами и распространением идеологии мейнстрима, а ее знаковый стилистический символ – «кролик» – также стал символом идентичности. Пользователи, называющие себя кроликами (пекинскими кроликами, хэбэйскими кроликами и т. д.) или использующие символ кролика в качестве аватара, в основном указывают на свою национальную принадлежность. Например, во время беспорядков в Гонконге в 2019 году такие события, как «Диба чучжэн» и «Исход девушек из фанатов в Facebook», представляют собой новые типы молодежных субкультур, сформировавшихся под влиянием идеологии мейнстрима, поскольку молодежные интернет-субкультуры постепенно сближаются с доминирующей культурой. Эти группы не являются жестко организованными и связанными с идентичностью, а скорее постмодернистскими, племенными и слабо связанными, с идентичностью,

созданной на основе общего эмоционального опыта. Их внутренняя структура свободна, децентрирована и изменчива.

3.2.3 Формирование новой культурной экосистемы

В будущем культурная экосистема приобретёт характеристику «многообразия в единстве», где доминирующая культура и молодёжная интернет-субкультура в Китае достигнут динамического баланса в процессе взаимодействия.

(1) Многоуровневое взаимодействие и управление субкультурными кругами

Различные круги молодёжной интернет-субкультуры Китая будут по-разному взаимодействовать с китайской доминирующей культурой. Например, круг аниме-культуры транслирует ценности через виртуальных идолов, а игровое сообщество укрепляет коллективную идентичность через киберспортивные турниры. Доминирующая культура должна разрабатывать дифференцированные стратегии для разных кругов: в сфере аниме – передавать историко-культурное наследие через анимацию и комиксы; в игровой сфере – усиливать национальную гордость через создание киберспортивных национальных сборных. Управление субкультурными кругами требует сочетания принципов «самоуправления и внешнего регулирования». Например, «Сообщественное соглашение» Bilibili разрабатывается самими пользователями, а официальные СМИ через «этикет Даньму» направляют конструктивные обсуждения. Такая модель управления одновременно уважает автономию субкультуры и поддерживает общественный порядок.

(2) Динамический баланс и культурная безопасность

Поддержание динамического баланса требует сохранения за субкультурой пространства для критики при одновременном направлении её ценностных установок через диалог. Ярким примером служат обсуждения социальных проблем пользователями Bilibili в формате «игровых шуток», которые не только снимают напряжение среди молодёжи, но и предоставляют доминирующей культуре Китая инструмент мониторинга общественных настроений.

Официальные СМИ могут преобразовывать критику в конструктивные предложения через «управление дискурсом», как в случае с инициированием дискуссии «Как относиться к танпинизму?», направляя обсуждение в рациональное русло. Культурная безопасность является важным аспектом поддержания баланса. В качестве примера можно привести специальную кампанию китайского правительства «Чистое и ясное лето: улучшение интернет-среды для несовершеннолетних», направленную на регулирование контента молодёжной интернет-субкультуры Китая и защиту подростков от вредоносной информации. Такое регулирование не является подавлением, а создаёт гарантии для здорового развития китайской молодёжной интернет-субкультуры.

(3) Взаимовлияние поколений и реконструкция ценностей

Взаимовлияние поколений будет углублять культурную преемственность и инновации. Например, пожилой аплоудер «Минчи еще не старая» способствует межпоколенческому диалогу, делится жизненным опытом; «Папа Заика» передаёт семейные ценности через кулинарные видео, смягчая строгость доминирующей культуры Китая. Глубинная логика такого взаимовлияния заключается в перераспределении культурного капитала. Когда «Минчи еще не старая» рассказывает на Bilibili о своём жизненном пути, она не только транслирует традиционные ценности, но и реконструирует собственный культурный капитал через цифровые технологии. Эта трансформация разрушает линейную зависимость между возрастом и опытом, давая старшему поколению новые возможности для самовыражения в цифровом пространстве.

Реконструкция ценностей разрушит межпоколенческие барьеры. Например, анимационный проект «Китайская древняя поэзия» позволяет подросткам изучать классические стихи через призму субкультуры, в то время как пожилые пользователи осваивают создание коротких видео на Bilibili, интегрируясь в цифровую жизнь. Это двустороннее обучение способствует единству культурной преемственности и инноваций. Взаимовлияние поколений придает реконструкции ценностей двойное измерение: на индивидуальном уровне молодежь обретает самоидентификацию через практики интернет-

субкультуры, а старшее поколение получает новые социальные роли через участие в ней. Независимый дух, демонстрируемый «Минчи еще не старая» в своих видео, не только меняет представления молодежи о «серебряном поколении», но и трансформирует самовосприятие пожилых людей. На социальном уровне межпоколенческое взаимодействие обогащает культурное разнообразие, создавая баланс между «традиционным» и «современным». Реконструкция древней поэзии через анимацию сохраняет суть традиционной культуры, облекая ее в эстетику субкультуры, что реализует социальную функцию ценностной трансформации. По своей сути, эта реконструкция представляет собой динамический процесс переговоров о культурной идентичности.

Перспектива взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае демонстрирует эффект, схожий с эффектом «инкорпорации», в результате чего формируется новая культурная форма, обладающая стилем молодежной интернет-субкультуры и идеологией мейнстрима, причем молодежная интернет-субкультура взаимодействует с доминирующей культурой, но при этом независима друг от друга. Они не являются «подчиненными» и «лидерами», а ведут переговоры и развиваются вместе в рамках взаимного влияния, достигая сбалансированного режима гармоничного симбиоза. Это привнесет новую движущую силу в социальное развитие, сохраняя культурное многообразие и одновременно укрепляя социальную сплоченность, достигая органического единства традиционной культуры и современной цивилизации.

В данной главе мы системно исследовали трансформацию взаимодействия между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае, изучив процесс, причины, вызовы и перспективы этого взаимодействия, а также раскрыв динамическую эволюцию от противостояния к симбиозу и её глубинные механизмы. Мы полагаем, что данное взаимодействие прошло три этапа: смягчение ценностных конфликтов, усиление индивидуального самовыражения и эмоциональное сближение. Молодёжная субкультура создаёт напряжение с

доминирующей культурой через реконструкцию символов, одновременно используя технологические возможности для повседневного выражения политического участия, что в итоге приводит к межпоколенческому взаимодействию через механизмы эмоционального резонанса.

Однако в процессе взаимодействия сохраняются четыре ключевых вызова: размывание смыслов символов из-за межпоколенческих культурных конфликтов, борьба за коммуникационные каналы и право голоса, сложная игра идеологического проникновения и сопротивления ему, а также эрозия культурной автономии под влиянием коммерческих интересов.

В перспективе стороны будут искать пути интеграции через технологические инновации, политическое регулирование и межпоколенческий обмен: достижение двустороннего потока культурного капитала через совместное использование символов и сотворчество смыслов, усиление иммерсивного опыта передачи ценностей с помощью VR/ИИ-технологий, а также формирование новой культурной экосистемы с многоуровневым взаимодействием. Эта экосистема, с одной стороны, уважает автономность субкультурных кругов, а с другой – обеспечивает культурную безопасность через политическое регулирование. В процессе взаимного влияния стороны находят баланс, в конечном итоге достигая гармоничной модели «многообразия в единстве», основанной на симбиозе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Молодежная интернет-субкультура – это культурная форма, созданная и распространяемая молодежью в Интернете, отделенная от доминирующей культуры и являющаяся основным способом восстания молодежных групп против взрослого общества, а также образ жизни, общепризнанный молодыми людьми. Интернет преодолевает ограничения реального физического пространства и социальных отношений, благодаря чему молодое поколение освобождается от традиционного общества и традиционной культуры, осуществляет межрегиональную коммуникацию и формирует свои союзы. Именно благодаря существованию такого свободного и открытого пространства молодежная интернет-субкультура постоянно наследует, подрывает, обновляет и эволюционирует в виртуальном пространстве, вытесняя дискурсивное пространство доминирующей культуры и формируя разнообразные стили для свободного выбора молодых людей.

Под влиянием стремительной популяризации и развития интернет-технологий молодежная интернет-субкультура стала заметным культурным симптомом в современном Китае. По сравнению с отношениями между доминирующей культурой и субкультурой на Западе, китайские интернет-субкультуры уходят корнями в эпоху и социальную среду, в которой живет Китай, а разнообразные нишевые культуры, которые формируются и распространяются благодаря использованию Интернета, тесно связаны с культурным развитием страны и вместе с доминирующей культурой составляют богатый подтекст китайской культуры в новую эпоху. В последние годы, с углублением развития интеграции средств массовой информации, молодежные интернет-субкультуры Китая спонтанно преодолевают границы, в то время как доминирующие культуры также проявляют инициативу по разрушению барьеров, и в результате столкновения между ними возникают сложные отношения.

С тех пор как в 1990-х годах Китай получил полный доступ к интернету, возникла китайская молодежная интернет-субкультура. В настоящее время сайт Bilibili – многогранное интернет-сообщество и видеоплатформа, которая охватывает различные круги интересов, предоставляет пользователям богатый видеоконтент, предлагает активную среду, позволяет делиться своими интересами и обмениваться идеями – стал центром китайской молодежной интернет-субкультуры. Постоянно растущее число интернет-пользователей в Китае и преобладание среди них молодежи создают все условия для того, чтобы сайт Bilibili стал местом сбора молодежной интернет-субкультуры. Модель пользовательского контента на основе загрузчика предполагает, что загрузчики с большим количеством последователей вовлекаются в деятельность по производству контента в определенном кругу. Специальная функция сайта – Даньму – является важным средством для сохранения интереса пользователей, создавая сильную молодежную интернет-субкультуру Китая. Молодые люди используют кибертехнологии в киберпространстве для участия в различных интернет-мероприятиях, формируя китайскую молодежную интернет-субкультуру, которая соответствует особенностям физического и умственного развития молодых людей и отражает общие ценности молодежи. Сочетая собственные методы производства контента и специальные функции Bilibili, а также работу официальных СМИ на данном сайте, мы утверждаем, что китайская молодежная интернет-субкультура в настоящее время характеризуется бунтарством, компартиментализацией, участием и реверсом.

В отличие от того, что Бирмингемская школа называет «сопротивлением», бунтарство молодежной интернет-субкультуры Китая – это гораздо более низкий уровень сопротивления. По сути, это подростковый бунт, который является для молодых людей способом занять свое место в обществе и привлечь общественное внимание. Прочность и непрерывность основ китайской цивилизации привела к тому, что дискурсивная деятельность и запасы знаний этой группы молодых людей по-прежнему привязаны к основам традиционной культуры, и в то же время молодежные субкультуры, которые принято считать

обладающими сопротивлением, остаются лишь на символическом уровне, ритуальном сопротивлении.

С точки зрения компартиментализации, В молодежной интернет-субкультуре молодые люди, являющиеся основными пользователями, умело используют различные методы для создания собственных доминирующих «культурных кругов» на основе своих интересов и увлечений. Эти «круги» одновременно изолируют определенные культурные типы от доминирующей культуры и проводят различие между различными молодежными субкультурами. Сайт Bilibili представляет собой пространство, где представители «поколения Z» собираются вместе. В этом пространстве молодые люди свободно самовыражаются и взаимодействуют друг с другом, формируя уникальную общую семантическую систему, присваивая медиасимволы популярной культуры и участвуя в воспроизводстве собственных социальных смыслов. Так они реализуют свою групповую идентичность и создают сообщество. Углубление сайта Bilibili, основанного на сообществе, сопровождалось появлением культурной гегемонии «поколения Z», что привело к углублению межпоколенческого разрыва между младшим и старшим поколениями.

Формирование взаиморазделенных «племен» в молодежной интернет-субкультуре является продуктом участия Интернет-пользователей, а их участие – это эмоциональное выражение чувств. Пользователи участвуют свободно, без ограничений по социальному статусу, идентичности, месту проживания и другим факторам, что можно рассматривать как своего рода карнавальным ритуал. Захватывая и фиксируя эмоции и мнения зрителей в определенный момент сюжета, уникальная технология Даньму сайта Bilibili формирует новый способ «группового» просмотра, создавая коллективное присутствие участников: они убеждены в присутствии общих представлений и воображений на платформе, создавая ощущение «все вместе в этот момент».

Реверс проявляется в обратном воздействии молодежной интернет-субкультуры на отцовскую и доминирующую культуры. Старшее поколение поначалу отвергает или даже ненавидит появляющиеся популярные субкультуры,

но по мере общения с молодым поколением постепенно меняет свои взгляды и частично принимает новые идеи и культурные коды молодежи. Именно благодаря интегративной культурной атмосфере Bilibili оба поколения подсознательно играют двойную роль – воспитателей и реципиентов. Благодаря постоянному взаимодействию и обмену мнениями молодое поколение помогает старшему интегрироваться в окружающую среду, овладеть новыми навыками выживания, устранить дискомфорт и панику, вызванные присущими ему культурными особенностями. Таким образом, в виртуальной сетевой среде можно построить более инклюзивное «совместное существование», а также повысить способность к обратной передаче и воспроизводству культуры, что открывает новые возможности для преодоления разрыва цифрового межпоколенческого неравенства.

Рождение Интернета изменило медиасреду и традиционную центральную роль доминирующей культуры. С снижением влияния традиционных средств массовой информации и ослаблением пирамидальной модели коммуникации доминирующей культуре трудно получить абсолютное центральное положение через традиционные средства массовой информации, а маргинальная культура может распространяться с помощью интернета, что приводит к кризису идентичности людей с доминирующей культурой. Поэтому, чтобы адаптироваться к новой медиасреде и вернуть себе доминирующее положение и влияние гранд-нарративов и идеологии мейнстрима, доминирующая культура активно трансформировалась: это проявилось в форме «новых племен» молодежных интернет-субкультур, о которых говорилось в первой главе. На уровне СМИ китайская доминирующая культура начала широкомасштабное вмешательство в платформы молодежных интернет-субкультур Китая. На идеологическом уровне мейнстримная идеология начала распространяться в разрозненном виде.

В эпоху постмодернизма и постсубкультуры личная идентичность доминирующей культуры изменилась, и субкультура стала выбором личной идентичности. Молодые люди строят свою идентичность под влиянием

грандиозных нарративов доминирующей культуры и полагаются на «новые племена» эмоциональных сообществ для достижения коллективной идентичности, противоречащей относительно стабильной идентичности доминирующей культуры в скрытой и конфронтационной манере. Личная идентичность групп китайской молодежной интернет-субкультуры характеризуется децентрализацией и фрагментацией. Во-первых, в идентичности молодежной интернет-субкультуры нет фиксированного центра идентичности, подобного национальной идентичности. Во-вторых, их идентичность часто не имеет глубины, деисторизирована и прерывиста. Это привело к распаду того, что тесная связь и идентичность между индивидами и молодежными субкультурами, описанная Бирмингемской школой, распалась и была заменена племенной идентичностью с более постмодернистскими характеристиками. доминирующая культура попыталась принять грандиозные нарративы, чтобы воссоединить личную идентичность, подвергаясь при этом трайбализации. Сочетая грандиозные повествования со стилем молодежных интернет-субкультур, перед лицом этого доминирующая культура хочет создать сообщество семьи и нации, выходящее за рамки племен, и таким образом воссоединить разрушенную личную идентичность с традиционной государственной и национальной идентичностью.

Для Бирмингемской школы традиционные отношения между доминирующей культурой и молодежными субкультурами часто представляют собой инкорпорацию и анти-инкорпорацию. С развитием постмодернистской медиа-среды сама молодежная интернет-субкультура также претерпела изменения, что является предпосылкой для изменения ее отношений с доминирующей культурой. Стилистические символы в постмодернистском контексте постепенно разлагаются, что, во-первых, проявляется в том, что границы стиля начинают размываться, во-вторых, это проявляется в том, что стиль постепенно теряет свои первоначальные характеристики. Это позволяет людям с разным образом жизни участвовать в одной и той же субкультурной группе или деятельности, поэтому их стиль использования не требует какой-то

идеологической общей приверженности. Исходя из этого, в Китае традиционный способ взаимодействия между доминирующей культурой и молодежной субкультурой постепенно распадается. Исходя из того, что сам стиль был разобщен и потерял свою аутентичность, доминирующая культура пытается заимствовать или интегрировать стиль молодежной интернет-субкультуры, суть которого заключается в том, чтобы разорвать связь между символами и значениями молодежной интернет-субкультуры и производить значения через представление символов, чтобы в конечном итоге завершить экспорт и регулирование идеологии мейнстрима.

В современном Китае взаимодействие между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой прошел четыре стадии развития: взаимное сопротивление; постепенное смягчение ценностных конфликтов и ослабление бунтарского характера молодежной интернет-субкультуры; персонифицированное выражение молодежной интернет-субкультуры в контексте доминирующей культуры; эмоциональное взаимопроникновение молодежной интернет-субкультуры и доминирующей культуры.

Хотя отношения между доминирующей культурой и молодежной интернет-субкультурой в Китае в целом демонстрируют здоровую и гармоничную тенденцию, все еще существуют некоторые проблемы, которые препятствуют здоровому развитию отношений между ними. Межпоколенческий культурный конфликт приводит к деконструкции символических значений: уникальная семиотическая система китайской молодёжной интернет-субкультуры существенно отличается от метанарративов доминирующей культуры Китая, а конкуренция за смысловое наполнение терминов порождает культурный барьер и когнитивный диссонанс. Острая конкуренция за медийные каналы и дискурсивное доминирование усугубляется тем, что доминирующая культура Китая, ограниченная своим официальным статусом, с трудом осуществляет «трибализацию», тогда как чрезмерное заимствование субкультурных кодов рискует привести к вульгаризации, а алгоритмические рекомендации дополнительно обостряют это соперничество. Идеологическое противоборство

проникновения и контпроникновения приобретает особую сложность: когда китайская доминирующая культура использует субкультурные символы для идеологической трансляции, она сталкивается с контрезонансом со стороны китайской молодёжной интернет-субкультуры, при этом изменчивость субкультурных символов значительно осложняет этот процесс. Коммерциализация подрывает культурную автономию: превращение молодёжной интернет-субкультуры Китая в товар угрожает утратой её аутентичности, редуцируя её до уровня потребительского знака.

Взаимоотношения между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае формируются под комплексным воздействием социальных и индивидуальных факторов. Социокультурные трансформации играют ключевую роль: экономическое развитие и социальные преобразования ослабили протестный потенциал молодёжной интернет-субкультуры Китая, так как достижения общества создали благоприятные условия для молодёжи, подорвав основы для бунтарства. Однако сохраняющиеся социальные проблемы, такие как классовая ригидность, поддерживают протестные элементы в субкультуре. Не менее важна эволюция мировоззрения и ценностей молодёжи. Современная молодёжь демонстрирует плюрализм ценностных ориентаций: снижение протестного отношения к доминирующей культуре Китая сочетается с усилением национально-гражданской идентичности, а акцент сместился с противостояния на самовыражение. Технологическая революция в медиа трансформировала механизмы культурной трансляции. Изменения в медиапространстве смягчили отношения между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае, цифровые технологии предоставили новые возможности для конструирования идентичности, ослабили протестные настроения и способствовали взаимной интеграции.

Перспективы взаимодействия между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китая представляются оптимистичными. В плане интеграции наблюдается тенденция к совместному использованию символов и сотворчеству смыслов: официальные СМИ и субкультурные

сообщества переходят от односторонней «ассимиляции» к взаимному обогащению, а технологическое развитие открывает новые пути для взаимодействия, усиливая эффективность коммуникации. Молодёжная интернет-субкультура Китая демонстрирует тенденцию к мейнстримизации: такие направления, как аниме, видеоигры и Гуйчу, под влиянием доминирующей идеологии постепенно входят в мейнстрим, формируя специфические субкультурные сообщества с элементами официальной идеологии. В перспективе будет сформирована новая культурная экосистема «многообразия в единстве». Посредством многоуровневого взаимодействия и управления субкультурными сообществами, поддержания динамического баланса и обеспечения культурной безопасности, взаимовлияния поколений и реконструкции ценностей будет достигнуто: содействие инновационному развитию культурного наследия, преодоление межпоколенческих барьеров, гармоничное сосуществование доминирующей культуры и молодёжной интернет-субкультуры в Китае и стимулирование процветания социокультурной сферы.

Взаимодействие между доминирующей культурой и молодёжной интернет-субкультурой в Китае, преодолевая существующие вызовы, развивается в направлении симбиоза и взаимного обогащения. Этот процесс привнесёт новую энергию в социокультурное развитие и сформирует более богатую и многообразную культурную палитру.

Потенциал дальнейшего развития темы видится в расширении сравнений ситуации в различных культурах и совершенствовании теории и методологии постсубкультурных исследований с учетом стремительно меняющихся технологий.

С усилением интеграции традиционных и электронных СМИ и развитием диалога поколений ожидается, что доминирующие культуры и молодежные субкультуры смогут сосуществовать и взаимодействовать благодаря тренду на «многообразие и единство». Однако сохраняются риски девальвации смыслов локальных культур и их чрезмерной коммерциализации. Необходимы

совместные усилия политического руководства, СМИ и интернет-платформ, а также исследователей для сохранения культурного разнообразия и продвижения позитивной и устойчивой модели взаимодействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Генова Н.М. Исследование субкультурных объединений молодежи в современной России / Генова Н.М., Стебляк В.В., Пищагина Ю.А. // Культура и цивилизация. 2023. Т. 13. № 3А-4А. С. 15-22.
2. Глебова Е.А. Влияние компьютерных технологий на развитие молодежной субкультуры // Сибирский педагогический журнал. 2012. № 3. С. 135-138.
3. Глебова Е.А. Интернетизация современной молодежной субкультуры / Глебова Е.А., Бганцева И.В., Тисленкова И.А., Тихаева В.В. // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2020. № 3 (47). С. 24-37.
4. Костикова Ю.В., Григорян М.И. «Граммар-наци» как представители интернет молодежной субкультуры // Социология. 2022. № 1. С. 193-198.
5. Костикова Ю.В., Толкунова М.С. «Падонки» как феномен интернет-субкультуры России начала 2000-х. 2023. №1. С. 11-14.
6. Куликов С.В., Курбатов В.И. Сетевая субкультура компьютерного андеграунда // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. № 3. С. 69-74.
7. Лукьянов О.В., Частокотенко Я.Б., Котикова К.О. Аутентификация свободы в творческих молодежных субкультурах // Сибирский психологический журнал. 2016. № 61. С. 91-108.
8. Малахова Е.В. Молодежная субкультура и социальная мифология // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2014. № 4 (22). С. 116-121.
9. Пасынкова С.Д. Молодежные субкультуры в современной России // Вестник науки. 2022. № 4 (49). С. 7-16.
10. Рябичева А.П., Степанов С.А. Особенности развития молодежных субкультур в сети интернет // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2024. Т. 14. № 2. С. 97-101.

11. Смирнова Р.В. Сущностные характеристики девиантных субкультур подростков: социально-культурные, социально-экономические, социально-педагогические, социально-психологические / Смирнова Р.В., Палаткина Г.В., Тарасова И.В., Подлипалин А.А. // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. Т. 8. № 6. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/120PDMN620.pdf>
12. Харланова Е.М. Вовлеченность подростков цифрового поколения в субкультурные сообщества / Харланова Е.М., Черникова Е.Г., Лукичева Е.А., Пташко Т.Г. // Мир науки. Педагогика и психология. 2023. № 5. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/16PDMN523.pdf>.
13. Шапоренко А.Н. Влияние субкультур на процесс социализации подростков, оставшихся без попечения родителей // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 1. С. 306-312.
14. Щукина Е.Л. Возможности распространения установок экстремизма через молодежные субкультурные объединения // Обзор.НЦПТИ. 2020. № 4(23). С. 54-59.
15. Kumar V. Youth Culture: Influence of Media and Globalization // Journal of Linguistics and Communication Studies. 2023. № 4 (2). С. 115-120.
16. Margaret Mead. Culture and Commitment: A Study of the generation gap // Natural History Press. 1970. 91 p.
17. 敖成兵. 青年网络亚文化的温和抵抗: 特质、缘由及审视 // 当代青年研究. 2019 (2): 78-84.
 Ао Чэнбин. Гражданское неповиновение молодежной интернет-субкультуры: Черты, причины и исследование // Современные исследования молодежи, 2019. № 2. С. 78-84.
18. [英]班尼特, 哈里斯编; 中国青年政治学院青年文化译介小组译. 亚文化之后: 对于当代青年文化的批判研究 // 北京: 中国青年出版社, 2012. 240 p.
 Беннетт Э., Кан-Харрис К. (Англия). После субкультуры: Критические исследования современной молодежной культуры (Переведено Группой перевода и интерпретации молодежной культуры Китайского института

- молодежной политики), Пекин: Издательство «Китайская молодежь», 2012. 240 с.
19. 保罗·莱文森, 何道宽, 译. 数字麦克卢汉 // 北京: 社会科学文献出版社, 2001. 328 p.
Пол Левинсон, Хэ Даокуань (перевод). Цифровой Маклюэн: Путеводитель по информационному тысячелетию // Пекин: Издательство литературы по общественным наукам, 2001. 328 с.
 20. 贝尔. 资本主义文化矛盾. 赵一凡, 普隆, 任晓晋, 译 // 北京: 生活·读书·新知三联书店. 1989. 359 p.
Дэниел Белл (автор), Чжао Ифань, Пу Лун, Жэнь Сяоцзинь (перевод). Культурные противоречия капитализма // Пекин: Объединенная издательская компания СДХ, 1989. 359 с.
 21. 陈殿林. 青年亚文化对大学生思想政治教育的影响机制研究 // 北京: 光明日报出版社, 2010. 243 p.
Чэнь Дяньлинь. Исследование механизма влияния молодежной субкультуры на идеологическое и политическое образование студентов // Пекин: Издательство «Гуанмин жибао», 2010. 243 с.
 22. 陈琳. 关于网络亚文化“疏离倾向”的公众调查 // 人民论坛. 2020 (662): 66-71.
Чэнь Линь. Общественный опрос о «тенденции к отчуждению» в интернет-субкультурах // Народная трибуна, 2020. № 662. С. 66-71.
 23. 陈龙, 李超. 网络社会的“新部落”: 后亚文化圈层研究 // 传媒观察, 2021 (6): 5-12.
Чэнь Лон, Ли Чао. «Новое племя» в сетевом обществе: исследование постсубкультурных кругов // Обозреватель СМИ. 2021. № 6. С. 5-12.
 24. 陈敏. 青年亚文化批评话语研究 // 北京: 知识产权出版社, 2016. 240 p.
Чэнь Минь. Исследование критического дискурса молодежной субкультуры // Пекин: Издательство «Интеллектуальная собственность», 2016. 240 с.
 25. 大塚英志, 周以量 译. “御宅族”的精神史: 1980 年代论 // 北京: 北京大学

出版社, 2015. 345 p.

Эйдзи Оцука, Чжоу Илян (перевод). Духовная история «отаку» // Пекин: Издательство Пекинского университета, 2015. 345 с.

26. 迪克·赫伯迪格 著, 陆道夫, 胡疆锋 译. 亚文化: 风格的意义 // 北京: 北京大学出版社. 2009. 216 p.

Дик Хебдиге, Лу Даофу, Ху Цзяньфэн (перевод). Субкультура: Значение стиля // Пекин: Издательство Пекинского университета, 2009. 216 с.

27. 第 52 次中国互联网络发展状况统计报告 // 中国互联网信息中心. 2023. 99 p.

Китайский информационный центр интернета. 52-й статистический отчет о развитии Интернета в Китае // Китайский информационный центр интернета. 2023.8. 99 с.

28. 丁天宇. 风格·抵抗·收编: “三和大神”亚文化研究 // 传媒论坛, 2023 (6): 77-80.

Дин Тяньюй. Стил, сопротивление, инкорпорация: исследование субкультуры «знаток Саньхэ» // Медиафорум, 2023. № 6. С. 77-80.

29. 东浩纪, 褚炫初. 动物化的后现代: 御宅族如何影响日本社会 // 台北: 大鸿艺术, 2012. 189 p.

Адзума Хироки, Чу Сюаньчу. Анимализированный постмодернизм: как отаку влияют на японское общество // Тайбэй: Искусство Дахун, 2012. 189 с.

30. 董长弟. “火星文”现象评析 // 当代青年研究, 2008 (2): 39-42.

Дун Чанди. Комментарий к феномену «марсианских писем» // Современные молодежные исследования, 2008. № 2. С. 39-42.

31. 方兴东, 金皓清, 钟祥铭. 中国互联网 30 年: 一种全球史的视角——基于布罗代尔“中时段”的“社会时间”视角 // 传媒观察, 2022 (11): 26-42.

Фан Синдун, Цзинь Хаоцин, Чжун Сянмин. Тридцатилетнее развитие Интернета в Китае: Перспектива глобальной истории // Обозреватель СМИ. 2022, № 11. С. 26-42.

32. 高中华, 张德义. 当代中国主流文化的困境及主流地位重塑 // 中国文化发

展论坛辑刊, 2014: 155-159.

Гао Чжунхуа, Чжан Дэи. Дилемма современной китайской доминирующей культуры и восстановление ее доминирующей позиции // Сборник Китайского форума культурного развития, 2014. С. 155-159.

33. 葛涛. 互联网上的“作家迷”虚拟社区研究 // 北京语言大学, 2005. 274 p.

Гэ Тао. Исследование виртуального сообщества поклонников писателя в центре Интернета // Пекинский университет языка и культуры, 2005. 274 с.

34. 亨利·詹金斯, 郑熙青 (译). 文本盗猎者: 电视粉丝与参与式文化 // 北京: 北京大学出版社, 2016. 398 p.

Генри Дженкинс, Чжэн Сицин (перевод). Текстовые браконьеры: Фанаты телевидения и культура участия // Пекин: Издательство Пекинского университета. 2016. 398 с.

35. 胡疆锋, 陆道夫. 抵抗·风格·收编——英国伯明翰学派亚文化理论关键词解读 // 南京社会科学, 2006 (4): 87-92.

Ху Цзяньфэн, Лу Даофу. Сопротивление, стиль, инкорпорация – ключевые слова субкультурной теории в Бирмингемской школе // Нанкинские общественные науки. 2006. № 4. С. 87-92.

36. 胡疆锋. 伯明翰学派青年亚文化理论研究 // 北京: 中国社会科学出版社, 2012. 295 p.

Ху Цзяньфэн. Исследование теории молодежной субкультуры в Бирмингемской школе // Пекин: Издательство «Китайские общественные науки», 2012. 295 с.

37. 胡疆锋. 恶搞与青年亚文化 // 中国青年研究, 2008 (6): 5-12.

Ху Цзяньфэн. Пранк и молодежная субкультура // Китайские молодежные исследования. 2008. № 6. С. 5–12.

38. 胡疆锋. 反文化、大众文化与中国当代青年亚文化 // 新疆社会科学, 2008 (1): 108-112.

Ху Цзяньфэн. Контркультура, массовая культура и современная молодежная субкультура в Китае // Синьцзянские общественные науки. 2008. № 1. С. 108-

112.

39. 胡疆锋. 亚文化的风格: 抵抗与收编 // 北京: 首都师范大学. 2007. 148 p.
Ху Цзяньфэн. Стили субкультуры: сопротивление и инкорпорация // Пекин: Столичный педагогический университет, 2007. 148 с.
40. 雷吉斯·德布雷, 陈卫星, 王杨 (译). 普通媒介学教程 // 北京: 清华大学出版社, 2014. 458 p.
Реджис Дебрей, Чэнь Вэйсин, Ван Ян, перевод. Курс общей медиологии // Пекин: Издательство Университета Цинхуа. 2014. 458 с.
41. 李可奕. “鬼畜”流行的文化现象批判分析——以 B 站鬼畜视频为例 // 新闻采编, 2023 (5): 62-64.
Ли Кэи. Критический анализ культурного феномена популярности Гуйчу: на примере видеороликов Гуйчу на сайте Bilibili // Журналистика. 2023. № 5. С. 62-64.
42. 李良荣. 新生态、新业态、新取向: 2016 年网络舆论场特征概述 // 新闻记者. 2017 (1): 16-19.
Ли Лянжун. Обзор характеристик онлайн-арены общественного мнения в 2016 году // Журналистское обозрение, 2017. № 1. С. 16-19.
43. 李梁. 论网络传播中的文化现象 // 现代传播, 1999(3): 1-9.
Ли Лян. О культурном феномене в сетевой коммуникации // Современная коммуникация. 1999. № 3. С. 1-9.
44. 李文瑶. “丧文化”的抵抗与收编: 青年亚文化视域下“利路修热”现象研究 // 美与时代, 2023. (3): 65-69.
Ли Вэньяо. Сопротивление и инкорпорация в «культуре разочарования» // Красота и времена, 2023. № 3. С. 65-69.
45. 廖声武. 中国主流媒体如何传播主流文化 // 新闻与写作. 2016 (5): 16-19.
Ляо Шэнгу. Как государственные СМИ Китая распространяют доминирующую культуру // Новости и письма, 2016. № 5. С. 16-19.
46. 刘芳. “制造青春”: 当代流行文化与青少年的自我认同 // 北京: 中国社会科学出版社, 2014. 148 p.

学出版社, 2015. 344 p.

Лю Фан. «Создание молодежи»: современная популярная культура и самоидентичность подростков // Пекин: Издательство общественных наук Китая, 2015. 344 с.

47. 刘康. 对话的喧声——巴赫金的文化转型理论 // 北京: 中国人民大学出版社, 1995. 264 p.

Лю Кан. Шум диалога – теория Бахтина о культурной трансформации // Пекин: Издательство Китайского народного университета. 1995. 264 с.

48. 陆扬. 文化研究概论 // 上海: 复旦大学出版社, 2008. 328 p.

Лу Ян. Введение в культурологию // Шанхай: Издательство Фуданьского университета, 2008. 328 с.

49. 栾开印. 对斯图亚特·霍尔“文化循环”理论体系的解读 // 艺术百家. 2017 (S1): 6-10.

Луань Кайинь. Интерпретация системы теорий «культурного цикла» Стюарта Холла // Сто школ искусств, 2017. № S1. С. 6-10.

50. 马中红, 陈霖. 无法忽视的另一种力量——新媒介与青年亚文化研究 // 北京: 清华大学出版社, 2015. 376 p.

Ма Чжунхун, Чэнь Линь. Неудобная сила: новые медиа и исследования молодежной субкультуры // Пекин: Издательство Университета Цинхуа. 2015. 376 с.

51. 马中红. 二次元文化及其对青少年的影响 // 中国德育, 2017 (6): 34-39.

Ма Чжунхун. Двухмерная культура и ее влияние на подростков // Китайское нравственное воспитание, 2017. № 6. С. 34–39.

52. 马中红. 国内网络青年亚文化研究现状及反思 // 青年探索, 2011 (4): 5-11.

Ма Чжунхун. Текущая ситуация и размышления об исследовании молодежной субкультуры китайского Интернета // Исследование молодежи, 2011. № 4. С. 5–11.

53. 马中红. 国内网络青年亚文化研究现状及反思 // 青年探索. 2011 (4): 5-11.

- Ма Чжунхун. Текущая ситуация и размышления об исследовании отечественной молодежной интернет-субкультуры // Исследование молодежи, 2011. № 4. 5-11.
54. 马中红. 文化资本: 青年话语权获取的路径分析 // 中国青年社会科学, 2016 (3): 53-57.
- Ма Чжунхун. Культурный капитал: анализ пути приобретения молодежного дискурса // Китайская молодежная социальная наука. 2016. № 3, С. 53-57.
55. 马中红. 西方后亚文化研究的理论走向 // 国外社会科学. 2010 (01): 137-142.
- Ма Чжунхун. Теоретические направления западных постсубкультурных исследований // Зарубежные общественные науки. 2010. № 1. С. 137-142.
56. 马中红. 新媒介与青年亚文化转向 // 文艺研究, 2010 (12): 104-112.
- Ма Чжунхун. Новые медиа и молодежный субкультурный поворот // Литературные исследования, 2010. № 12. С. 104-112.
57. 曼纽尔·卡斯特, 曹荣湘, 译. 认同的力量 (第二版) // 北京: 社会科学文献出版社. 2006. 488 p.
- Мануэль Кастельс, Цао Жунсян, перевод. Сила идентичности (второе издание) // Пекин: Академическое издательство социальных наук (Китай). 2006. 488 с.
58. 尼克·库尔德里, 崔玺译. 媒介仪式: 一种批判的视角 // 北京: 中国人民大学出版社, 2016. 211 p.
- Ник Кулдри, Цуй Си (перевод). Медиа-ритуалы: Критический подход // Пекин: Издательство Китайского народного университета, 2016. 211 с.
59. 平章起, 魏晓冉. 网络青年亚文化的社会冲突、传播及治理 // 中国青年研究, 2018 (11): 35-41.
- Пин Чжанци, Вэй Сяожань. Социальный конфликт, распространение и управление молодежными субкультурами в Интернете // Исследование молодежи Китая. 2018. № 11. С. 35-41.
60. 齐伟, 冯帆. 论“鬼畜”视频的文化特征 // 文艺理论与批评, 2018 (1): 130-135.
- Ци Вэй, Фэн Фань. О культурных особенностях видео otomAD // Теория и критика литературы и искусства. 2018. № 1. С. 130-135.

61. 邵培仁, 范红霞. 传播仪式与中国文化认同的重塑 // 当代传播, 2010 (3): 15-18.
 Шао Пэйжэнь, Фань Хунся. Коммуникационные ритуалы и изменение китайской культурной идентичности // Современная коммуникация, 2010. № 3. С. 15-18.
62. 邵燕君. “宏大叙事”解体后如何进行“宏大的叙事”? 近年长篇创作的“史诗化”追求及其困境 // 南方文坛. 2006 (6): 32-38.
 Шао Яньцзюнь. Как «повествовать грандиозно» после распада «грандиозных повествований»? Стремление к «эпизации» и его дилемма в полнометражных произведениях последних лет // Южная литературная трибуна, 2006. № 6. С. 32-38.
63. 邵燕君. 美女文学现象研究: 从 70 后到 80 后 // 桂林: 广西师范大学出版社. 2005. 135 p.
 Шао Яньцзюнь. Исследование феномена литературы красоты: от пост-70-х до пост-80-х годов // Гуйлинь: Издательство Гуансийского педагогического университета, 2005. 135 с.
64. 沈杰. 青年世界的社会学洞见 // 北京: 人民出版社. 2018. 345 p.
 Шэнь Цзе. Социологический взгляд на мир молодежи // Пекин: Народное издательство, 2018. 345 с.
65. 石伟权. 暴走漫画的青年亚文化特征研究 // 云南大学, 2017. 45 p.
 Ши Вэйцюань. Исследование особенностей молодежной субкультуры Комикс Ярость // Юньнаньский университет, 2017. 45 с.
66. 斯图亚特·霍尔 编, 徐亮, 陆兴华 译. 表征: 文化表象与意指实践 // 北京: 商务印书馆. 2003. 418 p.
 Стюарт Холл (под ред.), Сюй Лян, Лу Синхуа (перевод). Репрезентация: Культурные репрезентации и знаковые практики // Пекин: Коммерческое издательство, 2003. 418 с.
67. 斯图亚特·霍尔, 保罗·杜盖伊, 庞璃, 译. 文化身份问题研究 // 开封: 河南

大学出版社. 2010. 235 p.

Стьюарт Холл, Пол Дю Гей, Перевод Пан Ли. Вопросы культурной идентичности // Кайфэн: Издательство Хэнаньского университета, 2010. 235 с.

68. 斯图亚特·霍尔, 托尼·杰斐逊. 孟登迎, 胡疆锋, 王蕙 译. 通过仪式抵抗: 战后英国的青年亚文化 // 北京: 中国青年出版社. 2015. 451 p.

Стьюарт Холл, Тони Джефферсон (ред), Мэн Дэнин, Ху Цзяньфэн, Ван Хуэй (перевод). Сопротивление через ритуалы: Молодежные субкультуры в послевоенной Британии // Пекин: Издательство «Китайская молодежь», 2015. 451 с.

69. 孙黎. 数字平面中书写的“观看化”: “弹幕”媒介史之思 // 新闻记者, 2022 (12): 41-52.

Сунь Ли. «Просмотр» письма в цифровой плоскости: размышления об истории «Даньму» медиа // Журналист. 2022. № 12. С. 41-52.

70. 陶东风, 胡疆锋. 亚文化读本 // 北京: 北京大学出版社, 2011. 469 p.

Тао Дунфэн, Ху Цзяньфэн. Субкультуры: читатель // Пекин: Издательство Пекинского университета, 2011. 469 с.

71. 王桂兰. 当代中国知识分子认同主流文化的路径 // 马克思主义与现实, 2012 (6): 67-71.

Ван Гуйлань. Путь современных китайских интеллектуалов к доминирующей культуре // Марксизм и реальность, 2012. №. 6. С. 67-71.

72. 王薏. “御宅”词源释义及宅文化之演进 // 武汉理工大学学报 (社会科学版), 2013 (3): 401-404.

Ван Мэн. Этимология отаку и эволюция культуры отаку // Вестник Уханьского технологического университета (издание по общественным наукам), 2013. № 3. С. 401-404.

73. 王梦蝶, 张曼. 抵抗·破壁·同行: 网络青年亚文化主流化转向的现实审思与路径探析 // 理论导刊. 2023 (3): 99-106.

Ван Мэнде, Чжан Мань. Сопротивление, разрушение барьеров, совместное

- движение вперед: Анализ реальности и пути перехода молодежной интернет-субкультуры в мейнстрим // Введение в теорию, 2023. № 3. С. 99-106.
74. 王铮. 同人的世界——对一种网络小众文化的研究 // 北京: 新华出版社, 2008. 285 p.
- Ван Чжэн. Мир додзина – исследование онлайн-нишевой культуры // Пекин: Издательство Синьхуа, 2008. 285 с.
75. 温志篙. KUSO 文化——一种网络族群的生活方式 // 中国青年研究, 2006 (10): 57-59.
- Вэнь Чжигао. Культура KUSO – образ жизни интернет-сообщества // Китайские молодежные исследования, 2006. № 10. С. 57–59.
76. 吴玮. 浅析弹幕视频中的参与式文化——以 Bilibili 为例 // 新闻传播, 2023(5): 24-26.
- Ву Вэй. Анализ культуры участия в видео Даньму на примере Bilibili // Новостная коммуникация. 2023. № 5. С. 24-26.
77. 习近平. 论把握新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局 // 北京: 中央文献出版社, 2021. 543 p.
- Си Цзиньпин. Об освоении нового этапа развития, претворении в жизнь новой концепции развития и формировании новой модели развития // Пекин: Издательство центральной партийной литературы, 2021. 543 с.
78. 夏天一, 姜琳琳. 深度参与·融合叙事·记忆复现: 哔哩哔哩 2023 年拜年纪评析 // 当代电视, 2023 (3): 44-48.
- Ся Тяньи, Цзян Линьлинь. Глубокое участие, конвергентный нарратив, воспроизведение памяти: анализ вечеринки «Байнянь цзи» Билибили 2023 // Современное телевидение. 2023. № 3. С. 44-48.
79. 谢新洲, 赵洛琳. 网络参与式文化研究进展综述 // 理论前沿. 2017 (5): 27-33.
- Се Синьчжоу, Чжао Лолинь. Обзор прогресса исследований партиципаторной культуры в Интернете // Грани теории. 2017. № 5. С. 27-33.
80. 许轶冰. 米歇尔·马费索利和他的后现代性 // 江南大学学报 (人文社会科学

版). 2012 (2): 45-52.

Сюй Ибин. Мишель Маффесоли и его постмодернизм // Вестник Цзяннаньского университета (Гуманитарные науки & Общественные науки). 2012. № 2. С. 45-52.

81. 许哲, 吴家清. 去中介化与再中介化: 自媒体语境下意识形态话语权的“脱媒”困境及对策 // 天津师范大学学报 (社会科学版). 2018 (2): 46-52.

Сюй Чжэ, У Цяцин. Дезинтермедиа́ция и редезинтермедиа́ция: Дилемма дезинтермедиа́ции и контрмеры идеологического дискурса в контексте Мы-Медиа // Вестник Тяньцзиньского педагогического университета (издание по общественным наукам), 2018. № 2. С. 46-52.

82. 闫翠娟. “嘲讽文化”的历史追思与当代启示 // 学术探索, 2019 (12): 63-69.

Янь Цуйцзюань. Историческая ретроспекция и современное раскрытие «культуры насмешек» // Академическая разведка, 2019 № 12. С. 63–69.

83. 闫翠娟. “愤青文化”的历史追思与当代启示 // 中国青年研究, 2018 (8): 87-93.

Янь Цуйцзюань. Историческая память и современное откровение «культуры сердитой молодёжи» // Китайские молодежные исследования, 2018. № 8. С. 87-93.

84. 杨伯激. 宏大叙事与碎片化: 全球化进程中互联网传播及其意义 // 现代传播, 2019 (11): 138-143.

Ян Босюй. Грандиозные нарративы и фрагментация: интернет-коммуникация и ее последствия в процессе глобализации // современная коммуникация, 2019. № 11. С. 138-143.

85. 杨鹏. 网络文化与青年 // 北京: 清华大学出版社, 2006. 196 p.

Ян Пэн. Интернет-культура и молодежь // Пекин: Издательство Университета Цинхуа, 2006. 196 с.

86. 于萍. 斯图尔特·霍尔“文化表征”理论的意义生成与话语权力 // 外语学刊. 2024 (3): 91-98.

Юй Пин. Генерация смысла и сила дискурса в теории культурной репрезентации Стюарта Холла // Исследование иностранных языков, 2024. №

3. С. 91-98.

87. 约翰·费斯克等, 李彬, 译. 关键概念: 传播与文化研究辞典 (第二版) // 北京: 新华出版社, 2004. 330 p.

Джон Фиск и др. Ли Бинь (перевод). Ключевые понятия в коммуникационных и культурных исследованиях // Пекин: Издательство Синьхуа. 2004. 330 с.

88. 曾一果. 后浪: 代际更迭与我国当代青年亚文化的转向 // 广州大学学报 (社会科学版), 2022 (1): 52-63.

Цзэн Иго. Новая волна: Смена поколений и субкультурный поворот современной молодежи в Китае // Вестник Гуанчжоуского университета (издание по общественным наукам), 2022. № 1. С. 52–63.

89. 张梅兰, 钟瑛. 自我存续: 论当代二次元粉丝的反收编 // 湖北大学学报 (哲学社会科学版). 2021 (5): 69-78.

Чжан Мэйлань, Чжун Ин. Самовывживание: Анти-инкорпорация современных вторичных энтузиастов // Вестник Хубэйского университета (издание по философии и социальным наукам), 2021. № 5. С. 69-78.

90. 张锐. “载体”还是“本体”? ——互联网意识形态属性研究. 北京: 中央党校 (国家行政学院), 2019. 236 p.

Чжан Жуй. «Носитель» или «онтология»: Исследование идеологических атрибутов Интернета // Пекин: Центральная партийная школа (Государственная административная академия), 2019. 236 с.

91. 张智华, 李赟. 当“代际”遇见网络: 青年亚文化与主流文化的共存与交融 // 现代视听. 2021 (6): 55-59.

Чжан Чжихуа, Ли Юнь. Когда «межпоколение» встречает сеть: сосуществование и взаимопроникновение молодежной субкультуры и доминирующей культуры // Современное Аудио-видео Искусство. 2021. № 6. С. 55-59.

92. 赵寰, 侯清鹏. 融合与反哺: B 站破圈的后喻文化解读 // 新闻与传播评论, 2021 (6): 45-53.

- Чжао Хуань, Хоу Цинпэн. Слияние и обратная связь: интерпретация разорванного круга Bilibili с точки зрения постфигуративной культуры // Журналистика и коммуникационное обозрение. 2021. № 6. С. 45-53.
93. 赵仁青, 黄志斌. 孤独与狂欢: 青年网络圈层化生活的情感透视及其调控 // 西华师范大学学报 (哲学社会科学版), 2023 (3): 49-57.
- Чжао Жэньцин, Хуан Чжибинь. Одиночество и карнавал: эмоциональная перспектива и ее регулирование в жизнимолодежи в сетевом социальном сообществе // Вестник нормального университета Западного Китая (Философия и социальные науки). 2023. № 3. С. 49-57.
94. 郑永年, 邱道隆, 译. 技术赋权: 中国的互联网、国家与社会. 北京: 东方出版社, 2014. 247 p.
- Чжэн Юннйань, Цю Даолун (перевод). Расширение технологических возможностей: Интернет, государство и общество в Китае // Пекин: Издательство «Восток», 2014. 247 с.
95. 周敏, 杨富春. 新媒介环境与网络青年亚文化现象 // 新闻爱好者, 2011 (19): 24-25.
- Чжоу Минь, Ян Фучунь. Новая медиасреда и феномен молодежной интернет-субкультуры // Любители новостей, 2011. № 19. С. 24-25.
96. 周晓虹. 试论当代中国青年文化的反哺意义 // 青年研究. 1988 (11): 22-26.
- Чжоу Сяохун. Попытка обсудить значение реверса молодежной культуры в современном Китае // Молодежные исследования. 1988. № 11. С. 22-26.
97. 周晓虹. 文化反哺: 生发动因与社会意义 // 青年探索, 2017 (5): 78-87.
- Чжоу Сяохун. Культурный реверс: истоки и социальное значение // Исследование молодежи, 2017. № 5. С. 78-87.
98. 周晓虹. 文化反哺与媒介影响的代际差异 // 江苏行政学院学报, 2016 (2): 63-70.
- Чжоу Сяохун. Разрыв между поколениями в культурном возвращении и влиянии СМИ // Вестник Цзянсуского административного института. 2016. № 2. С. 63-70.

99. 周晓虹. 文化反哺: 变迁社会中的代际传承 // 北京: 商务印书馆, 2015. 505 р.
Чжоу Сяохун. Культурный реверс: передача информации от поколения к поколению в меняющемся обществе // Пекин: Коммерческое издательство. 2015. 505 с.
100. 周馨. 另类: 对主导文化的偏离 // 社会, 2002 (06): 17-19.
Чжоу Синь. Альтернатива: отклонение от доминирующей культуры // Общество, 2002. № 6. С. 17–19.
101. 周媛. 网络青年亚文化对大学生政治价值观的影响及对策研究 // 西南大学, 2023. 209 р.
Чжоу Юань. Исследование влияния молодежной субкультуры Интернета на политические ценности студентов вузов и меры противодействия // Юго-Западный университет, 2023. 209 с.
102. 周振甫. 周易译注 // 北京: 中华书局, 2013. 322 р.
Чжоу Чжэньфу. Перевод и примечания к «Чжоу и» // Пекин: Китайское книгоиздательство, 2013. 322 с.
103. 朱居悦, 张平. 后亚文化视域下主流文化身份认同建构: 以文艺青年群体为例 // 文化创新比较研究. 2024 (6): 55-60.
Чжу Цзюйюе, Чжан Пин. Построение доминирующей культурной идентичности с точки зрения постсубкультуры // Сравнительное исследование культурных инноваций, 2024. № 6. С. 55-60.
104. 朱亮. 弹幕文化对主流文化的象征性抵抗 // 青年记者, 2016 (12): 4-5.
Чжу Лян. Символическое сопротивление Культуры Даньму доминирующей культуре // Молодой журналист. 2016. № 12. С. 4-5.
105. 邹欣, 宋思宇. 女性独白中的凝视: 视觉消费中的身份认同 // 中国新闻传播研究, 2024: 107-115.
Цзоу Синь, Сун Сиюй. Взгляд в женском монологе: идентичность в визуальном потреблении // Китайская журналистика и коммуникационные

исследования, 2024. С. 107-115.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Список иллюстративного материала

1. «Сон в красном тереме»



2. «Троецарствие»



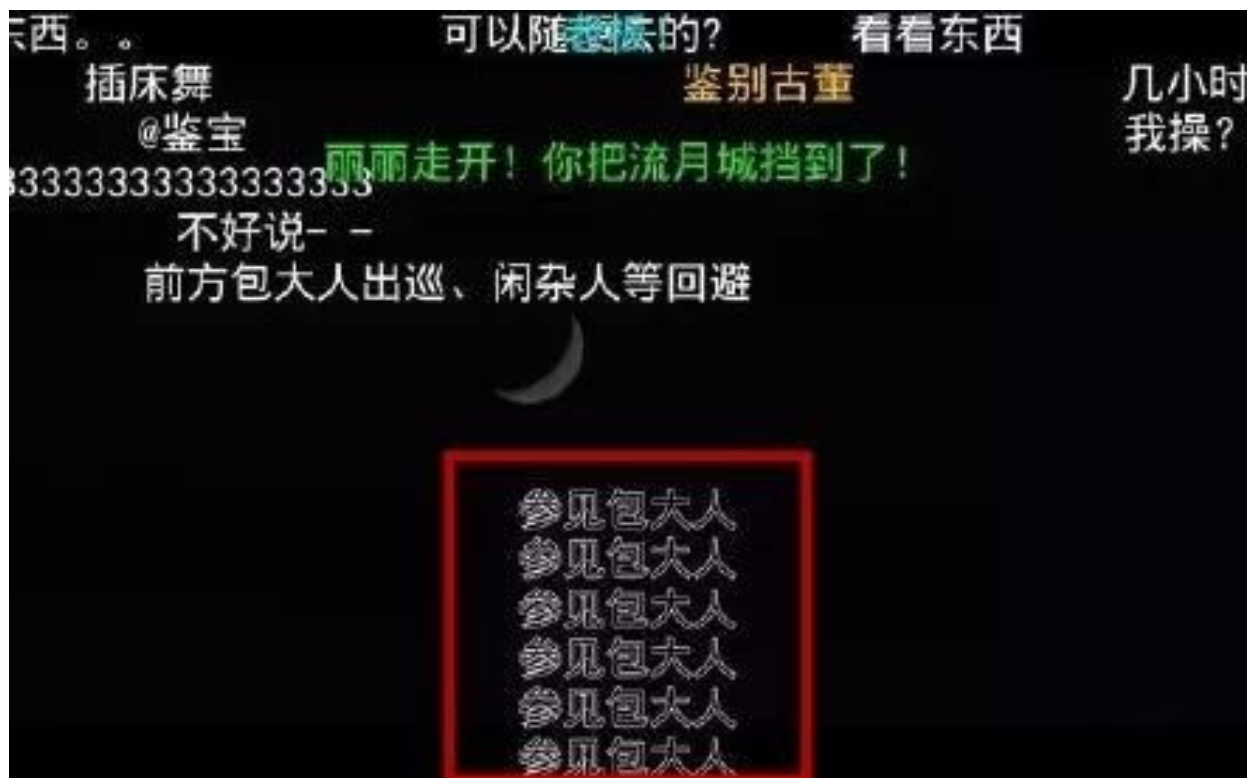
3. Видео «Новый мир Гуйчу – Миссия продолжает звать» на сайте Vilibili



4. Фейерверки из кроликов вечеринки «Байняньци»



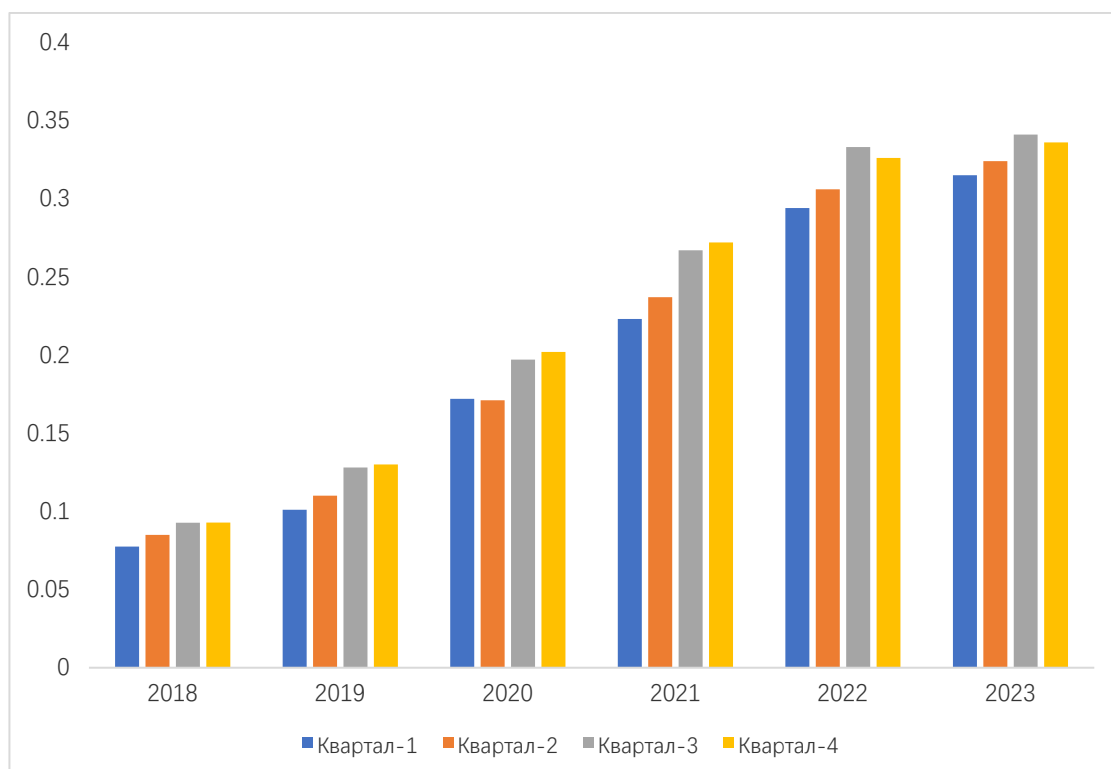
5. Текст Даньму «Увидеть лорда Бао»



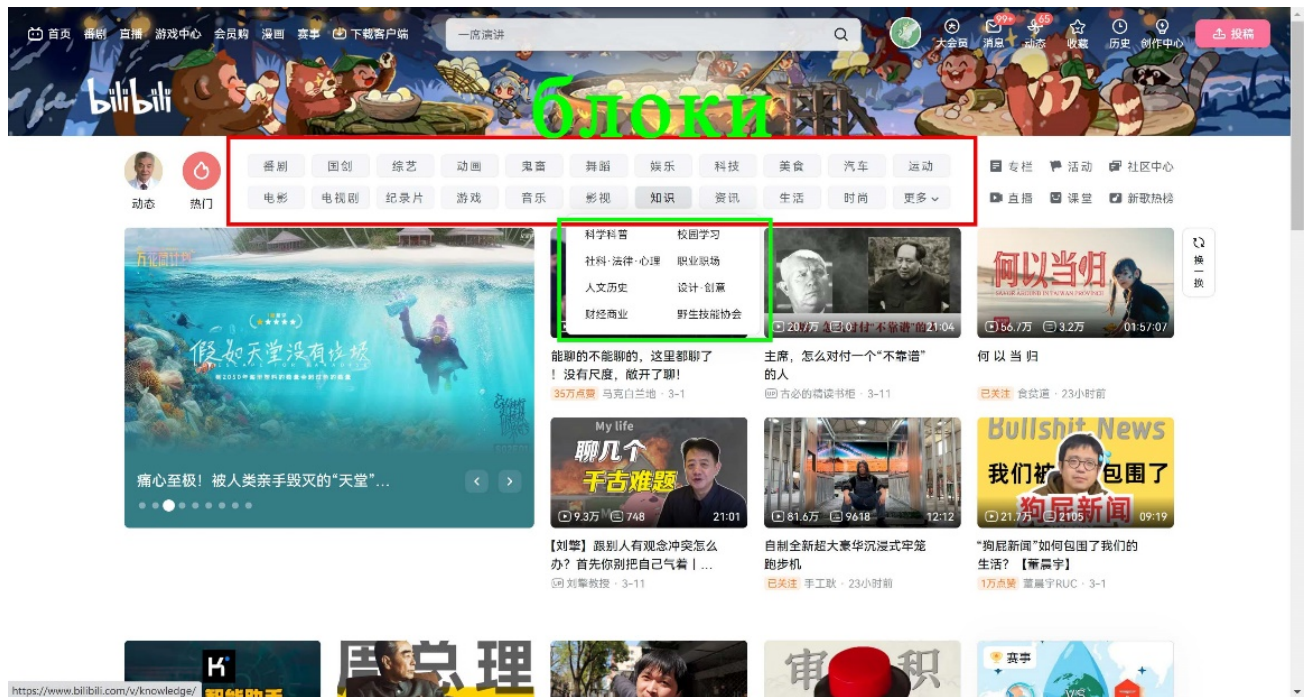
6. Образ «Лорд Бао» в древнем Китае



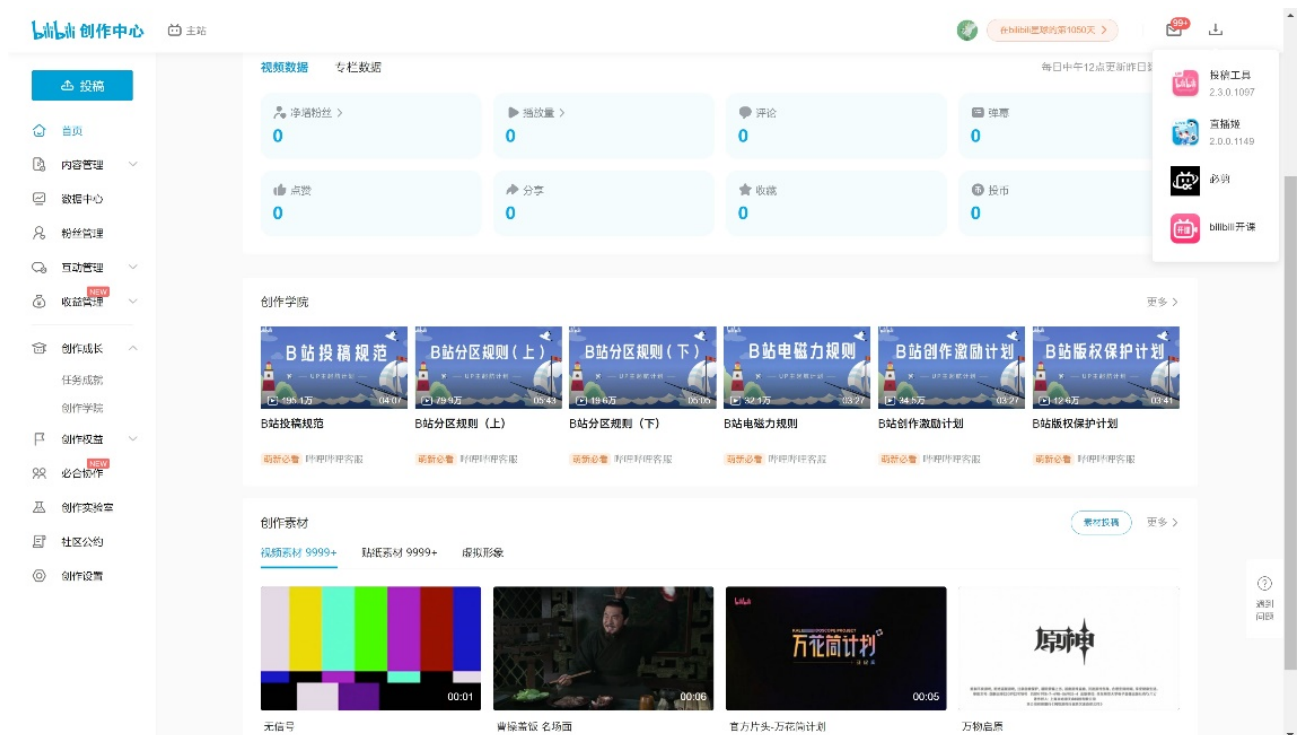
7. Среднемесячное количество активных пользователей сайта Bilibili (2018-2023 гг.) (Цифровая единица: миллиард)



8. Блоки на главной странице сайта Bilibili.



9. Центр создания сайта Bilibili



10. Даньму в видео на сайте Bilibili

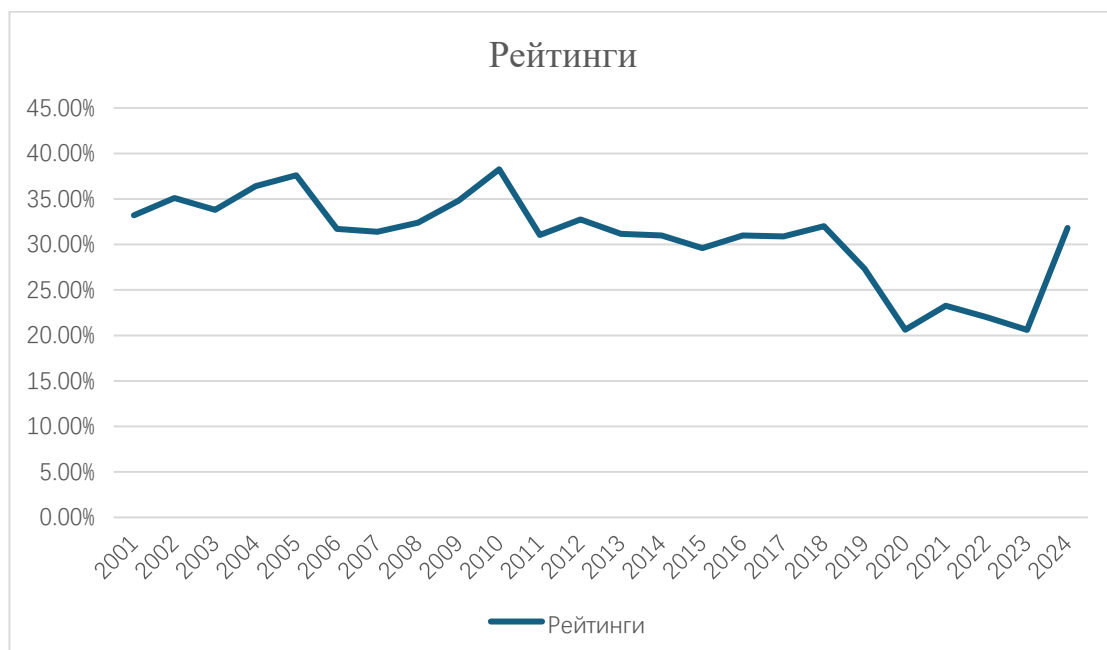
自制全新超大豪华沉浸式牢笼跑步机

第261期每周必看 > 90.0万 1.0万 2024-03-21 15:00:00 未经作者授权，禁止转载

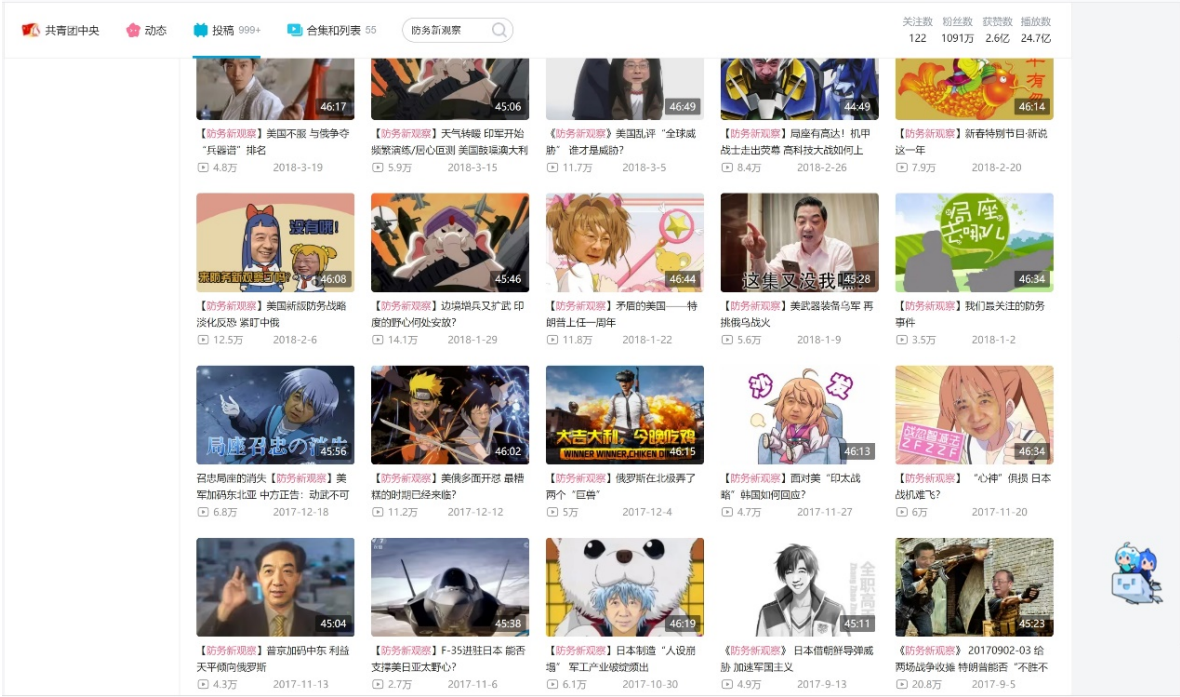


11. Рейтинги предыдущего «Гала-концерта Праздника весны» (2001-2024)

Источник: <https://bbs.hupu.com/624813449.html>



12. Изображение обложки «Новое наблюдение за обороной» с сайта Bilibili



13. В январе 2024 г. Центральный комитет Комсомола Китая выпустил на сайте Bilibili

№	Дата	Продолжительность	Тема	Жанр
1	01.01.24	00:02:40	Пользователь Интернета: Как ты узнал, что я сегодня наблюдал восход солнца с линкора?	Оказывать поддержку армии
2	01.01.24	00:09:37	«Романтика китайцев – это превращение мифов в реальность...»	Любить Родину
3	02.01.24	00:01:14	Пользователь Интернета: Что? Кто научил тебя так редактировать промо?	Наука и техника

4	03.01.24	00:02:54	Вклад в великое дело продвижения строительства сильной нации и национального омоложения – новогоднее послание председателя КНР Си Цзиньпина в 2024 году вызвало горячий отклик во всех вооруженных силах.	Выступления лидеров стран и любовь к Родине
5	04.01.24	00:00:28	«😁 Харбин, ты кажешься мне странным...»	Любить Родину
6	05.01.24	00:00:17	Милые и симпатичные! «Маленькие сахарные апельсины» («Дети») выиграли перетягивание каната у пожарных.	Любить Родину
7	06.01.24	00:02:28	Красота гор и рек Родины сияет в звездном небе~	Любить Родину
8	07.01.24	00:04:07	Думаю, именно она изменила мою судьбу.	Учёба
9	08.01.24	00:01:14	Очень важная новость! Органы государственной безопасности раскрыли	Государственная безопасность

			дело о шпионаже со стороны британской секретной разведывательной службы (MI6).	
10	09.01.24	00:00:34	«Ему не нужна была эта карта, если это вообще возможно...»	Оказывать поддержку армии
11	09.01.24	00:00:43	Очень шокирующее зрелище! Погоня, прыжки в реку, арест... Появилось видео, как наркополиция арестовывает наркоторговцев.	Запрещение наркотиков
12	10.01.24	00:00:32	«Мы не супергерои, но мы все – китайские полицейские!»	Любить Родину и полицию
13	10.01.24	00:02:03	Полиция: Этот «YYDS», что он означает?	Любить Родину и полицию
14	11.01.24	00:01:15	Я – «маленький зеленый дракон», и у меня есть «маленький секрет».	Наука и техника
15	11.01.24	00:01:07	Новый рекорд! Успешный запуск ракеты-носителя «YL-1».	Наука и техника

16	12.01.24	00:00:40	Пользователь Интернета: Мой друг, благодарю вас за то, что вы приехали сюда во время вашей поездки на северо-восток Китая...	История и любовь к Родине
17	12.01.24	00:01:35	«Где есть потребность, там есть и “молодежная шоковая бригада”!»	История и любовь к Родине
18	14.01.24	00:02:05	-273.056°C! Ученые из Китая совершили прорыв в исследовании сверхнизкотемпературн ого охлаждения без жидкого гелия.	Наука и техника
19	15.01.24	00:04:25	В ответ на провокацию со стороны иностранных судов рулевой 10 000-тонного крупнотоннажного судна сказал: «Боритесь!»	Оказывать поддержку армии
20	16.01.24	00:00:23	Новинка! Пограничники во время патрулирования носят ботинки с подогревом на аккумуляторах.	Оказывать поддержку армии
21	17.01.24	00:01:42	Проверка личности, потеря и находка...	Повседневная жизнь

			Раскройте эти «скрытые возможности» приложения 12306.	
22	18.01.24	00:02:13	Пользователь Интернета: Быстрые доставки доставляются на следующий день, а «новогодние товары» с нашей космической станции были получены за три часа?!	Наука и техника
23	18.01.24	00:00:29	Внезапная лавина! Вертолеты китайского военно-воздушного корпуса срочно перебрасывают пострадавших туристов.	Спасение
24	19.01.24	00:02:43	Китай проверит, могут ли примитивные организмы выжить во Вселенной.	Наука и техника
25	20.01.24	00:00:34	Первый крупномасштабный полетный испытательный полет ракеты-носителя многоразового использования ZQ-3 с вертикальным взлетом	Наука и техника

			и посадкой завершился полным успехом	
26	21.01.24	00:00:15	Пользователь Интернета: Встать спозаранку, дрон «использует меч», чтобы очистить лед?	Повседневная жизнь
27	22.01.24	00:02:01	Си Цзиньпин дает важные указания по поводу оползня в уезде Чжэньсюн города Чжаотун провинции Юньнань.	Оказывать помощь бедствующим
28	23.01.24	00:00:48	Надеюсь, люди в безопасности! Землетрясение магнитудой 7,1 произошло в уезде Уши, Синьцзян, сводка последних данных.	Оказывать помощь бедствующим
29	23.01.24	00:01:02	Поздравляем! Наша страна успешно запустила еще одну пятизвездочную ракету.	Наука и техника
30	24.01.24	00:02:10	Кабельное телевидение, открывающее рекламу, отменено полностью!	Повседневная жизнь

31	25.01.20 24	00:00:22	«Я спасаю пациента. Я не могу уйти даже во время землетрясения!»	Преданность работе
32	26.01.24	00:01:21	Пользователь Интернета: Что? Что? «Толстой леди» («транспортный самолёт Сиань Y-20») сегодня исполняется 11 лет!	Оказывать поддержку армии
33	27.01.24	00:01:23	«ДНК» двигается! Они перенесли эту песню из «Площади» в видео.	Любить Родину
34	28.01.24	00:03:54	Как железнодорожные диспетчеры обеспечивают безопасное путешествие 150 миллионов пассажиров с 719 станций?	Преданность работе
35	29.01.24	00:03:56	Пользователь Интернета: Они действительно поют эту песню со своей молодежью!	Любить Родину
36	30.01.24	00:01:43	Заполнить пробел на внутреннем рынке Китая! Крупнейшее в Китае глубоководное	Наука и техника

			многофункциональное спасательное судно введено в эксплуатацию.	
37	31.01.24	00:02:28	Крупные результаты сражения! Пак Сок Сенг и еще 10 подозреваемых в совершении крупных преступлений на севере Мьянмы были успешно вывезены обратно в Китай.	Борьба с мошенничеств ом

14. Аниме «Китайская древняя поэзия»

中国古诗词动画

总播放
7594.7万

追番人数
377.9万

弹幕总数
47.4万

2017年10月10日开播 连载中

简介:【不定期更新】“中国唱诗班”系列动画由中共浙江省委宣传部投资出品,已列为重点900年重点项目之一。这部动画完全由中国青年团队独立原创手绘,在故事、场景、人物、服饰方面都取材历史文献,进行反复考证修改,以期能在细节上最大程度还原当时历史情景,使影片不仅成为一个有故事的动画作品,更成为一个可以窥视一个时代风貌的载体。

追番

9.9

53621人评

作品详情

长评 (128)

短评 (18639)

相关视频

正片

第1话_第6话

上次观看

第1话
《相思》(上)

第2话
《元日》

第3话
《游子吟》

第4话
《秋上初晴后雨》

第5话
《夜雨》

第6话
《待雪》

预告

《待雪》定档PV

1/7日预告片剪辑

角色配音

配音: 王梓
朱济之: 孟祥龙
徐学谦: 苏鑫
小童: 徐慧
唐时升: 高昌昌
群妇人: 杨娟
张其康: 苏鑫

展开更多

STAFF