Примечания:

1. «Национальные сокровища» — на сайте телеканала CGTN-русский. — URL: https://russian.cgtn.com/documentary/gjbz (дата обращения: 30.03.2023).

2. Ледяной экран, также известный как светодиодный прозрачный экран; корпус экрана близок к прозрачному, в основном, устанавливается за стеклом, максимальная прозрачность может достигать 95% (Патент № CN106205399A).

Список литературы:

1. *Bi Qiliang*. Stage design, science and technology development [J] // Performing arts equipment and technology. — 2004 (01): p. 68–69.

2. *Tony Davis*. Stage design [M]. Translated by Zhang Kangmei et al. — Beijing: China Drama Publishing House, 2005.

3. *Yao Yinya*. Exploration of the diversity of modern stage art forms [J] // Art education research. — 2013 (07): p. 107–108.

4. ICOMOS China. Principles for the Conservation of Heritage Sites in China. — Beijing: Cultural Relics Press. — 2015: p. 35.

Электронные ресурсы:

5. Опера «Троя» в Королевском театре Ковент-Гарден. URL: https://esdevlin.com/work/les-troyens (Дата обращения: 12.02.2023).

6. Спектакль «Алиса в стране страха» в Югославском драматическом театре. URL: http://www.numen.eu/scenography/alice-in-fearland/ (Дата обращения: 20.03.2023).

7. Адольф Аппиа и зарождение современной сцены. URL: https://zhuanlan.zhihu.com/p/498640345 (Дата обращения: 20.03.2023).

НЮ СЮЭБЯО

Соискатель РГХПУ им. С.Г. Строганова, художник-мультипликатор, КНР

e-mail: 330507761@qq.com

NIU XUEBIAO

Researcher, applicant student of the Stroganov Russian State University of Design and Applied Arts. Animator, China

e-mail: 330507761@qq.com

МАРШАЛЛ МАКЛЮЭН И КИТАЙСКИЙ АНИМАТОГРАФ В ЭРУ «ХОЛОДНЫХ» МЕДИА

MARSHALL MCLUHAN AND CHINESE ANIMATOGRAPH IN THE ERA OF «COLD» MEDIA

DOI: 10.37485/1997-4663_2022_2_2_331_339

Статья посвящена рассмотрению культурологической сущности китайских анимационных фильмов как вида киноискусства и средства массовой коммуникации. Автор анализирует китайскую анимацию, используя медиатеорию Маршалла Маклюэна как методологический инструмент. Показано, что китайский аниматограф представляет собой особенно актуальный объект изучения, поскольку является «холодным» медиа, способным вовлекать и интегрировать большие массы людей, транслируя ценности и особенности китайского менталитета, оказавшегося наиболее продуктивными в условиях современного информационного общества.

The article deals with the culturological essence of Chinese animated films as a type of cinema and mass communication medium. The author examines Chinese animation using Marshall McLuhan's media theory as a methodological tool. It is shown that the Chinese animation is a particularly relevant object of study, because it is a «cold» media capable to involve and integrate large masses of people, and because it translates the values and features of the Chinese mental-

ity, which turned out to be the most advanced in the conditions of modern information society.

Ключевые слова: китайская анимация, мультипликационные фильмы, Маршалл Маклюэн, средства массовой коммуникации, киноискусство.
Keywords: Chinese animation, animated films, Marshall McLuhan, mass media, cinema.

Представляется плодотворным рассмотреть сущность и судьбы китайской анимации в свете медиатеории канадского культуролога, литературного критика и философа Маршалла Маклюэна (1911–1980). Этот неожиданный поворот темы, как думается автору, способен внести новые ноты в трактовку темы мультипликации вообще и китайской мультипликации в частности [1].

Концепция Маршалла Маклюэна касается культур Европы и США по преимуществу, а именно — культур с фонетическим алфавитом, то есть напрямую к Китаю, который пользуется иероглифическим письмом, отношения не имеет. Но при этом философ сам делает интересные замечания относительно судеб китайской культуры, и, кроме того, можно сделать любопытные выводы касательно культуры Китая и роли китайского мира, которых философ не сформулировал сам, но они следуют в целом из его теории.

Маклюэн полагал, что тип культуры и ее динамика определяются единственным фактором — доминирующими средствами массовой коммуникации (СМК). СМК трактуются автором этой медиатеории как внешние «расширения» органов чувств человека: радио «расширяет» слух, визуальные искусства «расширяют» зрение и т.д.

Все СМК, или медиа, философ делит на «горячие» и «холодные». «Горячие» медиа расширяют одно какое-либо чувство, например слух, зрение, для них характерна высокая определенность (большое количество информации на единицу поля зрения или слуха) и невысокая вовлеченность аудитории. Радио, кино, фотография — «горячие» медиа. «Холодным» СМК присуще свойство расширять несколько чувств одновременно, они обладают низкой определенностью и могут глубоко вовлекать свою аудиторию вплоть до зависимости. Телефон, телевидение, комикс — «холодные» медиа.

«Горячее средство, — пишет Маклюэн, — это такое средство, которое расширяет одно-единственное чувство до степени “высокой определенности”. Высокая определенность — это состояние наполненности данными. Фотография, с визуальной точки зрения, обладает “высокой определенностью”. Комикс же — “низкой определенностью”, просто потому что он дает очень мало визуальной информации. Телефон является холодным средством коммуникации, или средством с низкой определенностью, так как ухо получает скудное количество информации. Речь тоже является холодным средством с низкой определенностью, поскольку слушателю передается очень мало, и очень многое ему приходится додумывать самому. С другой стороны, горячие средства коммуникации оставляют аудитории не очень много простора для заполнения или довершения. Горячие средства характеризуются, стало быть, низкой степенью участия аудитории, а холодные — высокой степенью ее участия, или достраивания ею недостающего» [2, с. 27].

В зависимости от разных обстоятельств, СМК могут «остывать» или «разогреваться».

Исходя из определения Маклюэна, интернет представляет собой очень «холодное» медиа, ибо одновременно действует на несколько органов чувств, характеризуется низкой определенностью (процессы и образы там всегда имеют незавершенный характер) и вовлекает свою аудитории сильнейшим образом, это очень активное СМК, такое, что телевизионная зависимость не идет ни в какое сравнение с интернет-зависимостью: первая — существенно менее жесткая, чем вторая.

Существует большое количество способов периодизации истории, и Маклюэн предлагает свой, основанием которого выступают доминирующие средства массовой коммуникации.

Все древние народы, полагал канадский философ, проходили этап аудиотактильной культуры, когда доминировали слух и осязание. Другое название для таких культур — устные культуры, а соответствующий тип человека называется у медиатеоретика человеком уха. Это тип человека с целостным характером и мироощущением. Рациональность этого человека, полагает Маклюэн, в отличие от других авторов, делящих историю сознания на дологическое и логическое, мифологическое и рациональное, — особая, мифологического характера, но она есть. Эта рациональность ориентирована на практическое знание и интуитивное схватывание смыслов, мифологических по своему происхождению и передающихся из поколения в поколение устным путем. Пространство и время видятся не континуальными и обратимыми: у каждой вещи — свое время и свое пространство. Причинные связи не определяются через вре-

менную последовательность. Аудиотактильная и сегодняшняя электронная культуры очень похожи: «имплозивное сжатие» является центром обоих, поэтому в информационный социум гораздо легче войти тем народам, которые продолжают иметь скорее устный, не визуальный характер (по мнению Маклюэна, это, например, славяне и баварцы), но самое большое будущее имеют в этом отношении культуры Азии с нефонетическим алфавитом и, прежде всего, Китай. Устные культуры — трайбалистские, «холодные» — вовлекающие.

С появлением письменности у народов (при фонетическом алфавите) начинает доминировать зрение, миру является человек глаза, это визуальный тип культуры, и ее вершина — книгопечатание. На смену эпохе книжной печати и человеку книгопечатного общества в конце XIX века приходит общество электрическое и человек электрической культуры, при этом с полным основанием мы сегодня можем говорить о том, что канадский философ предвидел наступление электронной эпохи и рождение сетевого типа человека, которые стали вершиной развития электрической эпохи и «электрического» человека. Разберем эти положения немного подробнее.

Печатный станок определил, согласно М. Маклюэну, тип ментальности людей Нового времени в Европе. Печатный текст — «горячее» медиа: тут превалирует зрение, он обладает высокой степенью определенности и разделяет человека и мир. Человек может действовать при этом, не особенно вовлекаясь в сам процесс действия, не переживая гаммы чувств, в связи с этим, как человек уха, и не будучи очень к миру привязанным, а напротив, постоянно выставляя миру претензии в том, что он «неправильный», при вечном разрыве ума и сердца, слова и дела, что медиафилософ называет «шизофренией». Эпоха книгопечатания, или Гутенбергова эпоха, как ее называет теоретик, требует мобильности, движения, активности в высокой степени, но, как указывает Маклюэн, базируется на статике — как основой движения в кино оказывается прокручивающаяся лента с неподвижными кадрами. Типографский станок сделал нормами устроения среды обитания и самих людей гомогенность, единообразие и линейность как принципы. Статика диктует и позицию единственной «точки зрения» или ряда фиксированных «точек зрения», расположенных в однородной среде, благодаря чему развилась прямая перспектива, которую теперь европейцы считают врожденным качеством зрения [3, ч. 92]. Такая привилегированная «точка зрения» рождает антропоцентрическую цивилизацию. Здесь уместно заметить, что для традиционной китайской живописи характерна многофокусная перспектива, и это связано с радикальным различием китайского и

европейского менталитетов. И, в частности, что важно, никакого антропоцентризма, сходного с европейским, в Китае нет и никогда не было.

Новое время, эпоха Гутенберга — механическая эпоха, в отличие от органической электрической эпохи. Она основывается на принципах сегментации действий, ролей и функций, на повторяемости, линейности и дискретности, на индивидуализме и потребности в комфорте. Причинно-следственные связи выглядят для человека книгопечатной культуры исключительно однолинейно, как последование во времени, другой каузальности эти люди не видят [4, с. 174]. Фонетическое письмо, как считает Маклюэн, породило и ньютоново «унылое» пространство — однородное, единообразное, при этом фиктивное. Иными словами, то, что в эту эпоху называлось «реальным пространством», на самом деле представляло собой то качество виртуальности, которое сегодня приписывается пространству Сети.

С появлением и распространением электрических медиа рождается «электрическая» эпоха. Складывающееся на этой основе общество канадский ученый называет «глобальной деревней». Вовлеченность в жизнь друг друга у людей в этом социуме достигает высокой степени при повышении рисков и уязвимости. Социальные структуры в целом децентрализуются. Глобальная деревня представляет собой аудиотактильное сетевое общество с групповой идентичностью, прошедшее, однако, через опыт эпохи печатной книги. Пространство и время как бы сжимаются и проникают друг в друга — все происходит практически одновременно и в разных направлениях, и это оказывается и характеристиками представлений современных физиков и биологов, и качеством процессов, происходящих в объективной реальности. Всеобщая компьютеризация сливает воедино компьютер и тело человека. Востребована холистическая картина мира, целостное мироотношение вполне мифологического типа. Соответственно, на историческую арену Европы и США выходит и новый человек — сетевой.

Этот сетевой человек, в отличие от человека книжной цивилизации, глубоко вовлечен в свои действия и вообще в процессы, в среде которых он проживает. При такой вовлеченности возрастает мера ответственности, и, если люди не научатся ее нести, их и планету в целом ожидают катастрофы.

Среда проживания новому человеку видится неоднородной, в его деятельности ему важны не только начало и конец, как было у человека предшествующей эпохи, но и сам процесс прохождения от старта к финалу. Он обладает новой рациональностью — не визуальной и не линейной. В будущем обществе нет специализации в профессиях, востребованы

люди, способные к быстрой смене деятельности. Этот человек нередко отличается поверхностным самомнением, но он же решителен и готов действовать не по готовым лекалам (их он презирает, как нормы, навязанные старой книжной культурой и устаревшие), а путем проб и ошибок. Он гибок, способен адаптироваться в разных средах. Исчезает различие между автором и публикой, между элитарным и массовым. Нормы как таковые, как уже отмечалось, чужды сетевому человеку, ему свойственна ситуативная этика, а не кодексы для всех случаев и на всю жизнь. Сетевое сообщество гораздо более устойчиво к внешним и внутренним пертурбациям, чем общества, организованные по иным принципам.

Человек будущего, по Маклюэну, — это кочевник, легкий на подъем, нетребовательный к условиям быта и сочетающий собственные интересы с интересами своей группы.

Медиатеория Маршалла Маклюэна небезупречна, имеет пробелы и нерешенные методологические вопросы, однако приобрела много последователей и позволяет прийти к нетривиальным выводам — в частности, в нашем случае, в теме о сущности и судьбе китайской анимации.

Анимация, возникшая в конце XIX века, в начале электрической эры, согласно периодизации и классификации Маклюэна, но имеющая различных предшественников в виде теневого театра и других, уже аппаратных средств демонстрации, как медиа — очень «холодное», как и вся электронная эра интернета, до которой канадский философ не дожил, но которая, если применять его критерии, является высшей стадией развития электрической культуры: анимация расширяет многие чувства, обладает, как и комикс, низкой определенностью, что взывает к достраиванию зрителем образов и динамики, а это и есть признак уровня высокой вовлеченности аудитории. На таком основании отдельные авторы даже отказываются относить анимацию к киноискусству и числят ее исключительно по ведомству СМК [5]. Автор же настоящей работы считает, что анимационные фильмы являются подвидом киноискусства, что вовсе не мешает им быть также и специфическим средством массовой коммуникации.

Зафиксируем вывод: независимо от содержания, которое транслирует данное СМК, анимационное кино, в отличие от кино не анимационного, является «холодным» медиа, а значит, само по себе способно на сильное вовлечение публики.

Совершенно не случайно именно анимационные фильмы сыграли роль лакмусовой бумажки при выявлении немецких диверсантов

в 1944 г.: при предъявлении кадров диснеевских мультфильмов немцы, пытавшиеся прикинуться своими для американцев, не смогли назвать имена персонажей, знакомых всем гражданам США [6]. Эти мультфильмы оказались одной из связующих нации. Нет оснований утверждать, что анимация всегда и везде будет такой скрепой и признаком массовой вовлеченности, поскольку одно и то же медиа в разных обществах может «разогреваться» или остывать», а также может исполнять разные функции. Но факт заключается в том, что анимации как «холодному» СМК особенно свойственно вовлекать публику и даже, как показывает приведенный пример, исполнять интегрирующую функцию для огромных масс людей, отделяя их от других обществ и культур.

Отметим отдельно, что переход от книгопечатной культуры к электронной является очень болезненным, и успешнее всего отвечают на вызовы нового мира именно люди нефонетических цивилизаций, прежде всего Китай. Разберем это подробнее.

Представление о мире как постоянно движущейся сети без начала, в которой каждая ячейка зависит от других ячеек и от функционирования сети в целом, взаимодействуя с ними одновременно и по разным векторам и траекториям, и о человеке как такой сети, поскольку микрокосм, согласно древнему представлению, отражает макрокосм, — такое представление издавна характерно для Китая, сохраняясь, несмотря на множественные опыты адаптации европейских норм и учений к условиям Поднебесной. Само китайское мышление — сетевое, и Н.А. Спешнев прав, говоря об этом: «Для китайцев характерен метафорический способ мышления, когда незнакомое “то” понимается в свете знакомого “это”. Метафорическое мышление движется от “этот” здесь к “тот” там. Это движение отсюда туда есть движение в пространстве, оно требует времени. Таким образом, метафорическое мышление является “сетевым” в плане пространственно-временном» [7, с. 63]. Однако исследователь не учитывает, что в эпоху Всемирной паутины пространство и время сжимаются, стремясь к «имплозивному взрыву», по слову Маклюэна, при этом мышление не перестает быть сетевым. Таким образом, характерная для китайской речи и визуальности цветистость и как бы сверхбарочная избыточность, с точки зрения европейского восприятия, сегодня оказывается формой совершенно прагматичного мышления.

При разрушении части таких сетей они достаточно легко восстанавливают свое функционирование, подобные повреждения для них не

фатальны. Человек всегда в динамике и нигде не фиксирован, он, по существу, — кочевник и легко адаптируется к разным средам обитания и способен легко переносить неудобства и лишения. Менталитет диктует: чтобы существовать, надо беспрестанно двигаться, и это реальное движение, не основанное на статике, как в европейской книгопечатной цивилизации. При своей кажущейся монументальной малоподвижности китайская культура динамична по определению. Китайский мир — мир вовлеченных людей, инклюзивный мир, а именно эти качества сегодня востребованы. Недаром боевые искусства в Китае предполагают предельную концентрацию «телесного сознания» (термин известного синолога В.В. Малявина), когда практически совпадают действие и ответ на него, так, что мастер отводит удар, который еще не нанесен. В китайской ментальности, ориентированной прагматически, нет универсальных норм, но есть ситуативная этика. Парадоксальность этой ментальности проявляется и в том, что из самой традиционности вырастают новации. В.В. Малявин пишет: «…“социальное тело” по-китайски существует как рассеянная или даже, скорее, рассеивающаяся структура, где центр и периферия, внутреннее и внешнее переходят друг в друга, где каждая точка соприкасает с “инобытием”, где видимое есть образ (подобие) отсутствующего, и где человек в конечном счете живет по пределу своего существования, пребывает в непрерывных превращениях подобно тому, как бытие “самоподобия” есть постоянная метаморфоза, удостоверяющая… вечносущие качества бытия» [8].

Есть основания говорить о невизуальной и нелинейной рациональности китайцев. Они способны одновременно заниматься разными делами и достаточно легко расширяют компетенции. Граница между автором и читателем, автором и пользователем, оригиналом и копией в Китае очень условна, но в эпоху интернета авторское право объективно клонится к упадку, а копии становятся неотличимыми от оригинала, таков тренд времени.

Китайцы традиционно используют ситуативные этические нормы. Таким образом, проживая на протяжении своей истории в сетевом мире, китаец как сетевой человек гораздо легче вписывается в информационное общество и гораздо в нем успешнее, чем европеец или американец, с трудом переходящие от своих книгопечатных представлений о мире и человеке к электронным, сетевым. И это второй наш вывод.

Итак, есть основания заключить, что именно китайский анимаграф представляет собой особенно интересный и перспективный объект

исследования, поскольку анимация сама по себе является мощным интегрирующим средством массовой коммуникации, потенциал которого пока не раскрыт полностью и не осознан концептуально, и поскольку именно китайские мультипликационные фильмы, как можно предполагать, транслируют ценности нового мира, к которым менталитет носителей китайских культурных кодов оказался наиболее приспособленным и которые отвечают на сегодняшние вызовы времени. Иными словами, форма, способная к сильному вовлечению людей безотносительно к своему содержанию, по-видимому, многократно усиливает свое влияние в случае, когда медиа транслирует и тем самым формирует наиболее востребованные качества — человека новой эпохи — как свое содержание. Такая вероятность существует, и это значимый факт. Возможно, мы видим тот случай, когда особенности национального менталитета, до сих пор представлявшиеся нефункциональными и имеющими только национальное значение, обретают прагматическое значение в общемировом поле.

Примечания:

1. Термины «анимация» и «мультипликация» используются автором как синонимы. — Н.С.

2. *Маклюэн М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека / перевод с английского В. Николаева. — М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.

3. *Мак-Люэн М.* Галактика Гутенберга… Сотворение человека печатной культуры. — Киев: Ника-Центр, 2003 [Электронный ресурс]. — URL: http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan%3Dgalaktika_gutenberga.pdf (дата обращения: 07.02.2022).

4. Там же.

5. *Тарасов В.И.* Мультипликация в системе современных культурных коммуникаций [Электронный ресурс]. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/multiplikatsiya-v-sisteme-sovremennyh-kulturnyh-kommunikatsii/viewer (дата обращения: 06.02.2023).

6. Там же.

7. *Спешнев Н.А.* Китайцы. Особенности национальной психологии времени. — СП.: Каро, 2011. — 336 с.

8. *Малявин В.В.* Модернизация и капитализм в Китае. По поводу гипотезы Макса Вебера [Электронный ресурс]. — URL: https://www.synologia.ru/a/Модернизация%20и%20капитализм%20в%20Китае.%20По%20поводу%20гипотезы%20Макса%20Вебера (дата обращения: 08.02.2023).