

**«Идеология детства» и ее реализация в материальной культуре Японии
послевоенного периода XX века**

Научный руководитель – Конкина Ксения Михайловна

Панова Мария Ивановна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Москва, Россия
E-mail: butdalova@gmail.com

Относительно недавно детство как феномен стало объектом самостоятельных исследований, а ребенок — субъектом с правами, которые должны защищаться. Анализируя ребенка и детства, исследовательница Шэрон Брукшо предложила различать два термина — «материальная культура детства» и «материальная культура детей», с оглядкой на то, кто производит предметы для игры. «Материальная культура детства» отличается от «материальной культуры детей» тем, что первая создается взрослыми для детей, с учетом того, как дети предполагаемо видят мир, с точки зрения самих взрослых [1]. Историк-искусствовед Меган Брендоу-Фаллер пишет, что в послевоенное время взрослые покупали новые игрушки не только чтобы вызвать у ребенка чувство восторга, но и чтобы «вновь пережить свое собственное детство» [1].

Стоит отметить, в послевоенное время активно развивался разговор о постпамяти — теоретиков интересовало, как работает прошлое в сознании людей, которое они не переживали самостоятельно, а «унаследовали» от предков. Отмечается, что часто постпамять обращается к хорошо известным образам, Аби Варбург назвал это «резервуаром предустановленных выразительных форм». В качестве примера он отмечал архетипические образы утраченной матери и утраченного ребенка в разговоре о постпамяти [2]. В разговоре о травматических событиях прошлого могут возникать медиа и тексты травмирующего характера; в этом плане феминизация и инфантилизация берут на себя роль дезинфектора, образы матерей и детей «нейтрализуют эти изображения и позволяют переосмыслить их в искусстве представителей постпоколения», а «изображения детей часто становятся каноническими» [2].

В разговоре о культуре и социо-политическом курсе Японии невозможно не отметить курс на «инфантилизацию», связанную с попыткой переписать историю. В каком-то смысле преследуемые военными преступлениями и разбитые поражением, японскими идеологами была предпринята попытка создания т.н. «гегемонической национальной памяти» [4], включающую в себя процесс самовиктимизации и преуменьшения собственного участия во Второй Мировой войне. Теоретик и искусствовед Инухико Ёмота связывает это с появившимся феноменом каваии, которое по его собственной одноименной теории состоит из нескольких компонентов, включая ностальгию как апогей идеализации прошлого, олицетворяющего «святость начала и происхождения» [3]. Как пишут исследователи явления постпамяти, это практика не революционна, и часто «официально санкционированные господствующие нарративы о прошлом оказываются на службе у государств и меняются вместе со сменой государственных идеологий» [2]. В данной работе будет проанализирована материальная культура Японии послевоенного периода XX века с точки зрения «идеологии детства»: как она сформировала культуру и какие ключевые модели были произведены в этот отрезок времени.

Источники и литература

- 1) Дизайн детства: Игрушки и материальная культура детства с 1700 года до наших дней / Под ред. М. Брендоу-Фаллер; пер. с англ. А. Ландиховой. — М.: Новое литературное обозрение, 2021. — 488 с.: ил. (Серия «Культура повседневности»).
- 2) Хирш М. Поколение постпамяти: Письмо и визуальная культура после Холокоста. — М.: Новое издательство, 2021. — 428 с.
- 3) Емота И. Теория каваяи / Пер. с японского, вступ. статья А. Беляева. М.: Новое литературное обозрение – 2018.
- 4) He Y. Remembering and forgetting the war: Elite mythmaking, mass reaction, and Sino-Japanese relations, 1950–2006 // History & Memory. – 2007. – Т. 19. – №2. – С. 43-74.