

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет історії та філософії

(повне найменування факультету)

Кафедра культурології

(повна назва кафедри)

Д и п л о м н а р о б о т а

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

на тему: «**Особливості культурної апропріації у далекосхідному медійному просторі**»

«Features of cultural appropriation in the Far Eastern media space»

Виконала: студентка денної форми навчання
спеціальності 034 Культурологія
Косогор Тетяна Василівна

Керівник к.філос.н., доц. Сумченко В. І. _____

Рецензент к.філос.н., проф. Левченко В. Л. _____

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ __ від _____ 2021 р.

Завідувач кафедри

_____ Соболевська О.К.

(підпис)

Захищено на засіданні ЕК № __

протокол № __ від _____ 2021 р.

Оцінка _____ / _____ / _____

(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Голова ЕК

_____ Левченко В. Л.

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Одеса – 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. «КУЛЬТУРНА АПРОПРІАЦІЯ»: ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА ЯВИЩА.....	6
1.1. Поняття «культурна апропріація»: історичний екскурс.....	6
1.2. Аналіз позитивної оцінки феномену	13
1.3. Аналіз негативної оцінки явища.	21
Розділ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІАПРОСТОРУ НА ДАЛЕКОМУ СХОДІ	31
2.1 Специфіка функціонування медіапростору в Китаї.....	31
2.2. Особливості функціонування медіа в Японії	35
2.3. Інноваційна крос-медійна система Південної Кореї.....	40
2.4 Медіапростір Таїланду.....	44
2.5. Аналіз медіапростору на території В'єтнаму.....	50
Розділ 3. СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ КУЛЬТУРНОЇ АПРОПРІАЦІЇ У ДАЛЕКОСХІДНОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ.....	56
3.1. Аналіз прояву культурної апропріації у медійному просторі Японії.....	56
3.2. Особливості прояву культурної апропріації у медійному просторі Південної Кореї	60
3.3 Культурна апропріація у медіа просторі Китаю.....	64
3.4. Форми культурного привласнення у медіапросторі країн Таїланду та В'єтнаму.....	68
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	77
ДОДАТКИ.....	89

ВСТУП

Актуальність теми. Проблема взаємодії, взаємопроникнення та встановлення рівноправного діалогу між культурами знаходиться в центрі сучасного культурологічного знання. Епоха глобалізації, масовості культурних явищ та соціальної мобільності тісно переплетені із питаннями культурної ідентифікації, автентичності та соціальної надчутливості. В свою чергу, цей синтез провокує збільшення уваги щодо вивчення національних та етнічних аспектів розвитку культурних одиниць. Як результат, в процесі дослідження історичних особливостей розвитку культури постає проблема культурного привласнення і доцільність її обґрунтування. Основною ідеєю концепції культурної апропріації є твердження, що під час міжкультурного діалогу одна із сторін обов'язково зазнає пригнічення та піддається експлуатації [108, с. 11]. Таким чином, під час встановлення сучасних взаємовідносин між представниками різних культурних угруповань на перше місце виходять питання поваги, обережного застосування під час запозичення та уважного вивчення всіх можливих аспектів привласнення.

Крім того, варто зазначити, що в умовах сучасного технологічного розвитку, ми маємо справу з розширенням форм взаємодії різних культур – як споріднених, так і діаметрально протилежних. Цьому сприяють універсальні та специфічні фактори розвитку сучасного суспільства: покращення комунікаційних технологій, інноваційність розробок в сфері медіа, процеси соціальної інтеграції та уніфікації, які формують окрему позицію з приводу особливостей різних народів та країн, а також виробляють певне відношення до їх культурних атрибутів та нематеріальних аспектів.

Сучасне дослідження питань культурної апропріації в значній мірі опирається на сферу медіа, оскільки останні звертаються та створюються не лише для народу тієї країни, де вони були випущені та функціонують, а й до усього світу загалом, виступаючи рупором на шляху до встановлення рівноправного, обґрунтованого міжкультурного діалогу. Їх мета не лише

розважати чи виступати інформаційним джерелом, але і виконувати просвітницьку діяльність аби у майбутньому уникнути конфліктів.

Актуальність даної роботи зумовлена тим, що сучасне суспільство знаходиться в постійному процесі культурного обміну та культурних запозичень, а тому виникає необхідність в надзвичайній обережності у власних висловлюваннях і використанні різних культурних, а саме національних чи етнічних атрибутів. Зокрема, країни Далекого Сходу відносно молоді постачальники медіа продукції, призначеної для всього світу, а тому найбільш яскраво відображають сучасну проблему недосконалої обізнаності, упередженості чи просто неуважності по відношенню до інших культурних груп під час включення їх до власних атрибутів.

Основна увага в даній роботі буде приділятися не лише питанню вивчення та аналізування практики культурної апропріації, а і її реальному відтворенню та навмисному чи випадковому застосуванню у далекосхідному медійному просторі.

Мета роботи полягає у розкритті поняття «культурна апропріація» або по-іншому «культурне привласнення», а також в аналізі безпосереднього прояву цієї концепції у медіапросторі Далекого Сходу.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд дослідницьких **завдань**, а саме:

- виділити та проаналізувати історичні передумови появи даної концепції;
- ознайомитися із дослідницькими роботами щодо питань культурного привласнення;
- визначити та проаналізувати специфіку роботи медіа у країнах Далекого Сходу;
- виявити прояви культурної апропріації у медіапросторі Японії, Південної Кореї, Китаю, Таїланду та В'єтнаму;

- розкрити сутність та особливості використання концепції у далекосхідному медійному просторі.

Об'єктом дослідження виступає концепція культурної апропріації.

Предметом постають прояви та особливості використання концепції у медіа просторі країн Далекого Сходу.

Методи дослідження, що використовувалися в роботі: 1) метод структурного аналізу – використовується для вивчення поняття «культурна апропріація» та встановлення основних ознак використання цієї концепції; 2) метод порівняльного аналізу – використовується для виявлення особливостей функціонування медіапростору у країнах Далекого Сходу; 3) метод соціокультурного аналізу – використовується для встановлення соціокультурних умов та причин, які спонукають звернутися до концепції культурного привласнення.

Структура роботи включає в себе вступ, три розділи (12 підрозділів), висновки, список використаних джерел та літератури (113 позицій) та додатки.

Розділ 1.

«КУЛЬТУРНА АПРОПРІАЦІЯ»: ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА ЯВИЩА

У цьому розділі ми ознайомимося та проаналізуємо поняття «культурна апропріація». Для цього ми дослідимо історію становлення даної концепції, розглянемо та проаналізуємо роботи спеціалістів на дану тему, а також відзначимо позитивні та негативні аспекти концепції та її роль у сучасному світі.

1.1. Поняття «культурна апропріація»: історичний екскурс. Термін «культурна апропріація» або ж по-іншому «культурне привласнення» має декілька значень, однак найбільш актуальним вважається наступне тлумачення: «це соціологічна концепція, згідно якої елемент або елементи однієї культури чи ідентичності є невизнаним або невідповідним прийняттям представниками іншої культури чи ідентичності» [30].

Найчастіше таке явище спостерігається у взаємовідносинах між представниками доміантної культури та представниками меншин, які функціонують в межах цієї культури. Перші намагаються привласнити і таким чином експлуатувати культурне надбання та зовнішні елементи культури та мистецтва у останніх. Меншинами це сприймається, зазвичай, як суто негативне явище [108, с. 59].

Слід зазначити, що привласнення, частіше, відбувається у колоніальній манері, тобто члени доміантної культури використовують елементи культури членів меншин поза їх оригінального культурного контексту – саме цим і відрізняється апропріація від акультурації чи асиміляції [95].

Часто в процесі такої взаємодії оригінальне значення запозичених елементів втрачається або спотворюється. Початковий «глибокий» або «сакральний» зміст елемента у підпорядкованій культурі може зводитися до, виключно, «екзотичного» тренду в домінуючій культурі [43].

Саме поняття «культурна апропріація» як предмет академічного вивчення є недавнім. Термін виник у 1980-х роках під час обговорення постколоніальної критики західного експансіонізму [31].

Сама ж концепція вперше згадувалась та досліджувалась в роботі Кеннета Коуттса-Сміта «Деякі загальні спостереження щодо проблеми культурного колоніалізму» у 1976 році [45, с. 49].

В цей же час подібний термін використав культурний та расовий теоретик Джордж Ліпсіц для позначення прорахованого та цілеспрямованого використання культурної форми, яка лежить за межами власної культури. При цьому, він зазначав, що подібний симбіоз можливо побачити «як у культурах меншості, так і в культурах більшості, і він не обмежується лише використанням одного культурного елемента чи форми» [77, с. 80].

Однак, при такій взаємодії, стверджував Ліпсіц, коли домінуюча культура намагається стратегічно та систематично привласнювати чужі елементи, вона повинна враховувати та визначати соціально-історичні обставини та значення тих культурних форм, які збирається використовувати, аби не увічнити та не продовжити вже існуючу нерівноправність у відносинах між домінуючою більшістю та меншинами [77, с. 105-106].

Проте, незважаючи на те, що наукове вивчення та обґрунтування цієї концепції відносно молоде, елементи культурної апропріації ми можемо спостерігати у європейській культурі ще у сімнадцятому столітті, зокрема, у сфері моди. Попередник відомого костюма-трійки був адаптований англійською та французькою аристократією з традиційного одягу різних східноєвропейських та ісламських країн [86, с. 103-114]. Сюртук жустокор був скопійований з довгих жупанів, які носили в Речі Посполитій [24]. Краватка або галстук походить від шарфа, який носили хорватські найманці, що воювали за Людовика XIII, а яскраві шовкові жилети, популяризовані за часів Карла II в Англії, були адаптацією турецького, індійського та перського вбрання, що були придбані багатими англійськими мандрівниками [37, с. 30-37].

У вікторіанську епоху британська аристократія присвоїла собі традиційне хайлендське вбрання після примусового виселення корінного населення під час хайлендських розчисток. Тканина тартан отримала помилкову асоціацію з конкретними поселеннями Хайленда після публікацій роботи Джеймса Логана «Шотландський Гаель» та спонукала шотландську індустрію популяризувати та широко використовувати тартан. Так тканина стала бажаним матеріалом для суконь, жилетів і галстуків [19, с. 106-108]. В Америці картата фланель тартан була робочим одягом, доки не відбулось розширення територій на Захід, і згодом її широко носили представники Старого Світу та ковбої, які не мали шотландського походження [17, с. 30-36].

Починаючи з дев'ятнадцятого століття, захоплення перемістилося на азійську культуру. Денді епохи Англійського Регентства адаптували індійський костюм чурідар у приталені панталони і часто носили тюрбани у своїх будинках. Пізніше вікторіанські джентльмени носили кепки для куріння, що по формі нагадували ісламські фески, а модні дами початку століття носили сукні кімоно, натхненні японською культурою [29, с. 44-50].

Під час моди на культуру тікі у 1950-х роках білі жінки часто одягали сукню ціпао, щоб створити враження ніби вони відвідали Гонконг, хоча сукні в Америці часто шили швачки з віскози, а не з натурального шовку. У той же час британські дівчата-підлітки носили китайські капелюхи-брить через їх екзотичний підтекст [97].

Щодо розвитку американської культури, то елементи культурного привласнення можна спостерігати, починаючи з вісімнадцятого століття. У Мексиці сомбреро асоціювалось з класом селян-метисів, однак воно було адаптоване іспанськими колоніалістами в звичайні капелюхи. У свою чергу, ці капелюхи були адаптовані в різновид ковбойського капелюха, який носили американські ковбої після Громадянської війни в США [35, с. 139-146].

Американський західний одяг був скопійований з робочого одягу мексиканських вакерос (пастухів) дев'ятнадцятого століття, особливо

гострокінцеві ковбойські чоботи та лляні сорочки гуявера, які були адаптовані у вишиті західні сорочки [104, с. 93].

Сукня China poblana, яка асоціюється з мексиканськими жінками, є варіацією індійсько-пакистанського одягу лехенга-чолі, який носили індійські служниці, що прибули з Азії [39, с. 178].

Повертаючись до європейської культури, слід зазначити, що класичний твідовий костюм, який звикли асоціювати із елегантністю, строгістю та манірністю історично відносився до одягу ірландського, англійського та шотландського селянства, включаючи плоскі кепки та ірландські капелюхи. Ці елементи були привласнені на початку двадцятого століття вищими класами як британський сільський одяг, що носили для таких видів спорту, як полювання або рибальство, наслідуючи тодішнього принца Уельського [16].

Сільський одяг, у свою чергу, був привласнений багатими американськими представниками Ліги плюща, а потім субкультурами преппі протягом 1950-х і 1980-х років як через його практичність, так і через асоціацію з англійською елітою [21, с. 288-303].

За останні двадцять років велика кількість сучасних модних домів та незалежних модельєрів звертались у своїх колекціях до використання зовнішніх елементів чужої культури. Так, кілька модельєрів і моделей неодноразово демонстрували імітацію бойових капелюшок індіанців у своїх модних показах [81].

Це викликало обурення серед представників цієї культури. Так, представник народів черокі академік Едрієн Кін зауважила наступне: «Для спільнот (індіанців), які носять ці головні убори, вони символізують повагу, владу та відповідальність. Головний убір потрібно заслужити, подарувати лідеру, якому довіряє громада. Коли це стає дешевим товаром, який кожен може купити і одягнути на вечірку, цей сенс стирається і не поважається, а корінні народи нагадують, що наші культури все ще розглядаються як щось у минулому, що не є неважливим у сучасному суспільстві і не гідне поваги» [50].

Окрім того, також неодноразово мода та сучасні тенденції зверталися не лише до представників інших культур, але і релігійних конфесій. Так, у 2018 році дизайнерів Gucci розкритикували за те, що вони відправили білі моделі на подіум Тижня моди в Мілані, одягнені у релігійний головний убір сикхів. Традиційно в сикхизмі тюрбан носять як чоловіки, так і жінки як символ благочестя, честі та духовності, однак багато людей із сикхської громади вважали це «образливим» та «безвідповідальним» для білої моделі, яка носить тюрбан [75].

Однак, мода є не єдиним елементом, який використовував явище культурної апропріації. Мистецтво, література, іконографія, ювелірна майстерність та розпис посуду, спорт також часто зверталися до культурного привласнення. Так, поширеним прикладом культурної апропріації є прийняття іконографії іншої культури та використання її для цілей, які не є наміром оригінальної культури або навіть є образливими для звичаїв цієї культури. Яскравим прикладом є використання спортивними командами назв та зображень індіанських племен як талісманів, носіння ювелірних прикрас або розписаного одягу, де зображені релігійні символи, такі як, ведичне колесо, розп'яття чи ікона [49].

Копіювання сакральних зображень з історії іншої культури, наприклад, полінезійських племінних тату, китайських ієрогліфів або кельтського мистецтва, нанесення рун, які носять без урахування їх первісного культурного значення, також може вважатися привласненням. Критики практики культурного привласнення стверджують, що відірвання цієї іконографії від її культурного контексту або ставлення до неї як до кітч ризикує образити людей, які шанують і бажають зберегти свої культурні традиції [34].

В Австралії представники мистецтва аборигенів обговорювали «бренд автентичності», щоб переконатися, що споживачі знають про твори мистецтва та їх сакральне та контекстуальне значення для аборигенів [46].

Історично деякі з найбільш гострих обговорюваних випадків культурного привласнення відбувалися там, де культурний обмін є найвищим та неминучим, наприклад, уздовж торгових шляхів у Південно-Західній Азії та Південно-Східній Європі. Деякі вчені, які спеціалізуються на вивченні культур Османської імперії та Стародавнього Єгипту стверджували, що османські та єгипетські архітектурні традиції довгий час помилково стверджувалися та вихвалялися як перські чи арабські [73, с. 48-62].

Окрім того, в контексті історичного аналізу такого явища, як «культурне привласнення» неможливо оминати питання корінних культур та історичних процесів завоювання. Починаючи з Середньовіччя, неслов'янські правителі у Східній Європі привласнювали культуру своїх підданих, щоб завоювати їхню довіру. Варяги в Київській Русі наслідували костюм і поголені голови слов'янського населення, прийняли православне християнство, русифікували свої первісні скандинавські імена, що також є елементом привласнення [94, с. 172].

У сучасній концепції культурної апропріації, зловживання та хибне уявлення про культуру корінних народів розглядається як експлуаторська форма колоніалізму та один із кроків у знищенні корінних культур [102, с. 132].

У статті 31 Декларації ООН про права корінних народів зазначено: «Корінні народи мають право підтримувати, контролювати, охороняти та розвивати свою культурну спадщину, традиційні знання та традиційні вирази культури, а також прояви своїх наук, технологій і культури, включаючи людські та генетичні ресурси, насіння, ліки, знання про властивості фауни і флори, усних традицій, літератури, дизайну, спортивних і традиційних ігор, образотворчого та сценічного мистецтва. Вони також мають право підтримувати, контролювати, захищати та розвивати свою інтелектуальну власність на таку культурну спадщину, традиційні знання та традиційні вирази культури» [32].

Використання мов меншин також називають культурним привласненням, коли люди, наприклад, які не говорять шотландською, гельською чи ірландською, роблять татуювання цими мовами [68].

Аналогічною є ситуація використання ієрогліфів, деванагарі, корейських літер людьми не азіатського походження, які часто не знають справжнє значення символів, що використовуються. Це стосується і використання літер кирилиці та словосполучень діалектичного мовлення народів, які проживають на території Східної Європи, Північної та Центральної Азії без знання їх значення та контексту [101].

Слід зазначити, що сьогодення світова спільнота стурбована глобальними проблемами, зокрема, соціального, політичного, економічного, національного та екологічного характеру. І питання культурної ідентифікації без привласнення, утисків та дискримінації є досить важливим. Збереження культурного надбання, традицій, елементів мистецтва та культури в тій формі, яку закладали в це предки без стороннього втручання зі сторони культури, яка не має жодного уявлення про функціонування цих елементів є невід'ємною частиною для виникнення дискусій чи суперечок. Вирішення цих проблем, багато в чому, залежать від згуртованості і взаєморозуміння людства, а також від уміння вести діалог між собою. В силу відкритості і космополітизму з одного боку, та надзвичайної чутливості в питаннях втручання в особистий простір з іншого - існують і багато негативних суспільних явищ, таких як: екстремізм, расизм, релігійна нетерпимість або тероризм.

Становлення і глокалізація світу, що охоплює і соціокультурні аспекти людського життя, породжують нові форми культурного «діалогу» і моральних цінностей. Культура стає свого роду символом, економічним ресурсом, який підтримується політикою та збільшує масштаби наступності і, одночасно, розмінною монетою в питаннях привласнення та унікальності. В результаті, ми отримуємо мультикультуралізм, котрий спрямований на інтегрування і

приживання в новому середовищі з одного боку, а також на збереження культурних та етнічних груп та їх унікальної ідентичності – з іншого.

1.2. Аналіз позитивної оцінки феномену. Серед дослідників питання культурної апропріації виділяють дві протилежні позиції. Хтось підкреслює позитивну значимість цієї концепції, а хтось її різко критикує. Варто зазначити, що відношення до цього явища будується на тому, що той чи інший дослідник має на увазі, використовуючи не лише термін «апропріація» чи «привласнення», але і їх симбіоз із такими термінами, як «асиміляція», «взаємодія» та «культурний обмін». Окрім представників критики чи прихильності по відношенню до концепції є і третя категорія вчених, які не приймають однозначної позиції, а намагаються розібрати як плюси, так і мінуси такого явища.

Так, канадський дослідник Джеймс Янг під час аналізу такого явища як «культурна апропріація» виділяв дві категорії учасників: «інсайдери» та «аутсайдери». «Інсайдери» - це учасники, представники культури, а от «аутсайдери» - це ті, хто здійснюють акт культурного привласнення. Окрім того, в своєму дослідженні професор Янг наголошував, що сам акт привласнення є неоднорідним та залежить від сторін, які беруть в цьому участь. В результаті, умовно, культурну апропріацію ми можемо розділити на три типи:

1) Контентна апропріація. Зазвичай, такий акт здійснюється в сфері мистецтва. Митець використовує культурні продукти інсайдерів у виробництві і як елемент свого власного продукту. Даний вид є доволі популярним та різноманітним. Це і письменники, які за основу своїх творів беруть міфи чи легенди створені в середовищі іншої культури, це і музиканти, які виконують музику, що історично належить чи відноситься до конкретної культурної групи людей. Найбільш відомим прикладом є Елвіс Преслі, який виконував музику, що була притаманна темношкірим виконавцям. Іноді, привласнення відбувається частково – не цілий твір, а лише окремий елемент чи мотив, як наприклад зображення європейських

жінок у японському кімоно чи використання китайського інструменту ерху у поєднанні з класичним оркестром.

2) Предметна апропріація. Під час такої взаємодії, аутсайдери роблять культуру або життя інсайдерів предметами картин, історії, фільмів або іншого витвору мистецтва. До такого елемента часто звертаються японські мангака, які створюють свої історії, опираючись на європейську культуру або історію.

3) Об'єктна апропріація. Акт, який передбачає наявність та володіння матеріальним об'єктом. Може бути переданий від членів культури, які виготовили його до сторони аутсайдерів. Сам автор наводить приклад перевезення фризів із Парфенону до Британського музею [109, с. 139-143].

Джемс Янг наголошував, що основною проблемою сучасного питання щодо культурного привласнення є те, що не завжди можливо визначити, де закінчується культурний елемент, виключно, однієї культури і починається культурне надбання іншої. В реаліях сучасної комунікації культури переплітаються, пересікаються та синтезуються, створюючи новий, не менш унікальний продукт, який сам може претендувати в майбутньому на позицію інсайдера. Неможливо, також, точно стверджувати, що культурна апропріація завжди носить негативний та образливий характер – для цього необхідно точно знати, наскільки сильно інсайдери будуть обурені діями аутсайдерів по відношенню до того чи іншого культурного елемента. Окрім того, необхідно також виявити та оцінити соціальну значущість мистецтва [109, с. 143].

Одним із основних аргументів прихильників культурної апропріації є концепція свободи самовираження. Мистецтво є формою реалізації внутрішнього бачення чи відчуття митця, воно направлене на самореалізацію особистості. У своїх пошуках митці часто використовують ті елементи, які, як їм здається, найбільш точно зможуть передати те, що вони намагаються донести. І не завжди ці елементи є спадщиною власного культурного надбання.

Однак, в питаннях такого використання завжди має бути присутня, як зазначав у своїй роботі Джонатан Едельман «ерудована обізнаність», особливо по відношенню до сумнівних елементів культури. Окрім того, при використанні таких елементів фактор поваги виключити неможливо, особливо, якщо використовується привласнення у культури меншості, яка довгий період була пригноблена. Автор відзначав, що процес апропріації тісно пов'язаний із асиміляцією в соціумі, коли меншість намагається увійти в нове для себе суспільство. Цей процес передбачає зміну або відмову від власних практик і переконань у відповідності до переконань домінуючої групи [33].

Повертаючись до робіт Джеймса Янга, необхідно відзначити, що автор помічав як в деяких випадках, апропріація культури мистецтвом дає змогу популяризувати інсайдерів. Він наводив приклад колекціонерів австралійського мистецтва аборигенів, які купують роботи виключно місцевих художників – вони вважаються найбільш автентичними. Аналогічним чином, автор наголошував, що читачі та поціновувачі певної культури швидше будуть купувати роботи представників культури інсайдерів, аніж тих, хто лише знаходиться поряд з ними, переймаючи ці елементи. Як писав автор: «Подібна модальність з боку меншин фактично корелює відношення до них і дає змогу розповсюдити свою культуру, а також дозволити почути голоси самих представників культури» [110, с. 268].

Однак, професор Янг наголошував: «Навіть якщо інсайдери не позбавлені чогось через культурне присвоєння, їм все одно може бути завдано серйозної шкоди. Найбільш очевидний спосіб, яким вони можуть постраждати, – це спотворення інформації. Помилкове уявлення також може бути глибоко образливим» [110, с. 270].

Далі автор наводив приклади із сфери художньої літератури, кінематографу та фотографії, наголошуючи на тому, що автентичний продукт дуже легко відрізнити від такого, в якому відбувається спотворення інформації. Наприклад, класичні вестерни Голівуду, де племена корінного населення

Америку виступають емпівалентними персонажами: варварськими жорстокими нападниками або недолугими комічними дернями. Автор робив акцент на тому, що шкідливою може бути не лише апропріація, але і помилкова інтерпретація [110, с. 272].

Інший американський дослідник Річард Роджерс в своїй концепції визначав культурну апропріацію як процес використання символів культури, жанрів, ритуалів або артефактів представниками іншої культури. Автор писав, що в епоху міжкультурного діалогу подібні явища неминучі. Окрім того, він наголошував, що процес культурного присвоєння невід'ємно пов'язаний з культурною політикою. Політика також бере участь в експлуатації маргінальних та колонізованих культур, при чому це відбувається незалежно від намірів, етики, функцій та результату подібних дій. Дослідник наголошував: «Культурне присвоєння є активним процесом де сенс і контекст «прийняття» в акті зберігається. Ступінь і масштаб добровільності, симетрія чи асиметрія відносин влади, роль та функція присвоєння в домінуванні чи опорі, характер задіяних культурних кордонів та безліч інших факторів формуються саме актами культурної апропріації» [83, с. 480].

Таким чином, він розділяє культурну апропріацію на 4 категорії:

1) Культурне домінування, що характеризується використанням елементів домінуючої культури членами культури меншості в такому контексті, в якому домінуюча культура була накладена на підпорядковану культуру, в тому числі і за допомогою привласнення, включаючи рухи опору в процесі встановлення контролю.

2) Культурна експлуатація, що має на меті привласнення елементів підпорядкованої культури домінуючою без взаємного дозволу та компенсації за скоєні акти.

3) Культурний обмін, який включає в себе взаємний обмін символами, артефактами, жанрами, ритуалами та технологіями між культурами з приблизно рівним рівнем влади.

4) Транскультурація, яка характеризується проблематичністю виявлення культури походження, оскільки задіяні культурні елементи були створення за допомогою множинних культур – як результат, постає гібрид такої взаємодії [83, с. 495-500].

Один із дослідників, який стояв біля витоків дослідження культурного діалогу в контексті присвоєння, Едвард Саїд в своїй роботі «Орієнталізм» запропонував бінарну модель культурний відносин. За його концепцією, в кожному акті культурної апропріації присутні ті, хто діє і ті, на кого впливають, а також ті, чії спогади та культурна ідентичність керуються естетичними, науковими, політичними або економічними призначеннями, наслідки яких можуть бути болючими або тривожними. Згідно цього твердження акт присвоєння завжди являє собою взаємозв'язок між культурою, яка привласнює і більш слабкою культурою, котра не має контролю над власними продуктами, артефактами та уявленнями [8, с. 262-293].

Автор зазначав, що виходячи з досвіду розвитку історії та культур, апропріація сприяє розвитку формування колективної ідентичності, на кшталт нації, міста, народу, сім'ї чи культу. І оскільки, подібні практики повторюються безпричинно – це також процес прийняття чужої історії для себе і на себе. Як зазначалося на самому початку, існує категорія дослідників, які виступають прихильниками процесу апропріації та не зважають на негативні аспекти цього явища. Більшість із них зазначає, що це природні та незмінні елементи розвитку суспільства та людства в цілому.

Так, Сяо Чен Хань писав, що з розвитком сучасного світу медіа – культурна апропріація є невід'ємною частиною глобальних процесів, що відбуваються в контексті встановлення міжкультурного діалогу. Окрім того, автор наполягав на тому, що з таким підходом права інтелектуальної власності втрачають свою чинність. Він наголошував: «В процесі апропріації створюються та розповсюджуються нові значення. При цьому процес спотворення початкового сенсу об'єкта, що привласнюється, з іншої культури є

неминучим, оскільки мистецтво та культура повинні звертатися до своєї аудиторії зрозумілою йому мовою. Привласнення – це практика, яка лежить в основі культурного розвитку та виробництва» [44, с. 8-13].

Інша дослідниця цього питання Марина Маркеллу робила акцент на історичних прикладах в мистецтві. Вона зазначала, що подібні процеси відбувалися і до того, як напрям отримав своє пояснення в дослідницьких кругах. Найбільш яскравим прикладом та «батьком» подібної практики в мистецтві вона вважала Марселя Дюшана та рух дадаїстів. Вони використовували вже готові художні елементи різних культур, створюючи щось нове. Сама Маркеллу писала наступне: «практика апропріації – це абсолютно законна художній прийом в світі мистецтва. Художників та митців завжди приваблювали нові техніки, матеріали, зміна традиціоналізму, а згодом і медіа» [65, с. 148].

Російська дослідниця Олена Миколаївна Журавльова у своїх тезах визначала процес культурної апропріації як одна із форм існування культури. Сама ж культура, як вона писала, поділяється на інші, більш дрібні культурні угруповання, що об'єднуються на основі національних традицій, вірувань або звичаїв. В контексті подібної взаємодії, опираючись на роботи Біблера, автор виділяла декілька варіантів міжкультурної взаємодії:

- 1) Симбіоз, в результаті якого одна культура зникає під натиском іншої;
- 2) Відособлення, за яким одна із культур повністю ізолює себе від чужих культурних віянь та впливів. В результаті, через певний час, така культура втрачає свою актуальність, починається період застою та загнивання;
- 3) Міжкультурний діалог, в результаті чого відбувається всебічний та рівноправний обмін, що сприяє розвитку обох сторін.

Авторка наголошувала, що культура, як і людина є живим організмом і для повноцінного функціонування їй необхідне спілкування, взаємодія та обмін

інформацією. Саме подібне взаємопроникнення та взаємодія може виховати в суспільстві такі якості як: толерантність, взаємодопомога, гуманність та терпимість по відношенню до інших. Однак, це можливо лише в тому випадку, якщо культурні угруповання ведуть свій діалог рівноправно. Також дослідниця виділила рівні взаємодії культур, що також, лежать в основі концепції Біблера, а саме:

- 1) Етнічний рівень;
- 2) Національний рівень;
- 3) Цивілізаційний рівень [4, с. 144-145].

Американська дослідниця Керол Козіол у своїй статті виступила на захист практики масової тенденції культурного привласнення. Авторка висунула припущення, згідно із яким, негативний відтінок апропріації зумовлений неправильною інтерпретацією терміна «глобальний», який почали прирівнювати до терміну «колоніальний» з боку західних культур по відношенню до інших. Місіс Козіол назвала сучасне суспільство глобальним селом, де кожен взаємодіє один із одним та переймає звичаї, традиції та звички в контексті взаємодії. Дослідниця визначила процес культурної апропріації як процес культурного відбору ідей, стилів, предметів, символів чи артефактів із інших культур. Загалом, вона називала це «загальним крос-культурним заплідненням, яке відбувається ненавмисно і часто через культурне захоплення тим чи іншим елементом або елементами» [56, с. 16-18].

Проблеми під час діалогу виникають тоді, коли групи меншості починають експлуатуватися культурами більшості і таким чином безшумно розповсюджують та закріплюють встановлений негласний колоніалізм. Звертаючись до історичного контексту, авторка пояснювала, що процес апропріації на Заході розпочався через кризу ідентичності, спустошеність власного культурного «я». Під час такої «культурної порожнечі» культури іншого походження почали сприйматися як «екзотичні», а тому і цікаві. Західний світ забув, що таке природність і як встановлюється зв'язок із

природою, тому пішов по найбільш простому шляху і почав привласнювати ідеї вже існуючих культурних угруповань [56, с. 16-18].

Турецький соціолог та філософ Баріс Буюкокутан у своїй статті акцентував увагу на тому, що на основі культурного привласнення можуть з'являтися нові сенси та значення. Він наводив приклад розповсюдження японської філософії дзен та її вплив на поезію бітників. Автор вважав, що процес культурної апропріації оптимальніше розглядати як приклад взаємного культурного обміну [22].

Подібної думки дотримується і Елішева Перельман. У своєму дослідженні вона акцентувала увагу на тому, що культурна апропріація спонукає людей цікавитися культурою, яка розповсюджується шляхом привласнення. Так, вона наводила приклад розповсюдження образу гейші в європейській та американській культурі, що у великій кількості викликало сплеск інтересу до японської культури у 60-80-х роках двадцятого століття. [74, с. 70-72].

Загалом, підсумувати позитивну оцінку по відношенню до культурної апропріації можна думкою Джорджа Ніколаса та Елісон Вайлі. У своїй роботі вони писали про те, що людське суспільство тягне за собою багатовікову історію, одними із елементів якої є включення культурних елементів інших культур у свої власні. Однак, ніколи це не відбувалося настільки швидко та глобально, як відбувається сьогодні. Протягом століть митці в різних сферах мистецтва вільно запозичували матеріальну та нематеріальну спадщину різних культурних угруповань. Існує безліч свідчень того, що людські досягнення напряду залежать від міжкультурної комунікації, завдяки якій передається не лише інформація, але і різноманітні знання та уміння. На сьогоднішній день, таким прикладом можуть слугувати технології, що формують наш світ. Відкритий обмін традиційними предметами, практиками, ідеями та знаннями може відігравати роль послів, сприяючи встановленню міжкультурного взаєморозуміння та поваги [38].

1.3. Аналіз негативної оцінки явища. Як зазначалося вище, окрім тих, хто дотримується нейтралітету або ж виступають прихильниками концепції – існують також і ті дослідники, які різко критикують практику привласнення чужих атрибутів культури. У більшості випадків критика пов'язана не лише з питаннями культури – часто це явище також пов'язують із проявами расизму. Так, американський дослідник єврейського походження Джошуа Рейес у своєму дослідженні дає наступне визначення для практики культурної апропріації: «це форма гноблення домінуючої культури над культурою меншин та корінних народів. Простіше кажучи, це привілей білих, який виступає в якості без свідомої форми гноблення, яке створює нерівність серед людей різних рас, релігій та культур» [47].

Автор наголошував, що не дивлячись на те, що подібна практика, особливо на території США є, якщо не постійною, то регулярно, відомо про неї стало відносно нещодавно, у зв'язку із розповсюдженням мережі Інтернет. У той же час автор відзначав, що помічається це лише зі сторони меншин – більшості представників білого населення в Америці це явище здається невинним та таким, яке не завдає нікому шкоди, хоча вони і визнають – спостерігається відчутний застій у процесі розвитку расових комунікацій. У своїй роботі Рейес неодноразово наголошував, що Америка завжди вважалась, так званим культурним «Melting pot» - плавильним казаном, бо в своєму складі мав велику кількість різноманітних етнічних угруповань. Діапазон настільки великий, що домінуючі представники білої культури вважають цілком нормальним та прийнятним використання культурних аспектів маргінальних груп задля власної наживи та вигоди. По суті, саме це і є культурне привласнення. Сам автор писав: «Переважна більшість білих домінуючих груп Америки вірить в те, що акти привласнення культурних цінностей розглядається як акт «співпраці із групою меншин». Вони виправдовують власні дії та вчинки тим, що, нібито, вихваляють, розповсюджують та популяризують культуру, яка так довго залишалася маргінальною» [47].

На думку автора, культурне привласнення є доволі проблематичним явищем, оскільки зменшує значущість культури, яку намагаються привласнити. Так, наприклад, для корінних народів, що проживали на території Америки, культура є невід'ємним атрибутом життя, тому для них важливе її збереження в тому вигляді, в якому її залишили предки. Тому ними різко негативно сприймається практика використання їх культурних атрибутів та культурного надбання як частини маркетингової компанії з просування американської культури. Наприклад, стереотипні вестерни чи індіанські символи і амулети у спортивних команд. Рейес також звертав увагу на те, що часто домінуючі та привілейовані білі американці, використовуючи таку стратегію просування, претендують на роль унікального товарного знаку при використанні чужих культурних елементів. Це відбувається в моді, кінематографі, телебаченні, фотографії та рекламі. І, навіть, якщо хтось і помічає акт апропріації – продукт все одно хвалять за те, що він вийшов приголомшливим, унікальним та освіжаючим [47].

Різко негативну позицію по відношенню до явища культурної апропріації має Джейсон Родрікес. Дослідник вивчав ідеологію такого американського руху кінця 1950-х початку 1960-х, як «Color-Blind». Свого часу саме цей рух за допомогою власної ідеології пропагував ідею рівності в середовищі американського суспільства. Представники «Color-Blind» наголошували на тому, що: «расова класифікація не впливає на соціальні можливості людини. Таке рівноправне суспільство вільне від різного правого чи соціального ставлення на основі їх раси чи кольору шкіри. Суспільство, сформоване за допомогою «Color-Blind», має расово нейтральну політику, яка відкидає дискримінацію в будь-якій формі з метою просування ідеї расової рівності» [80, с. 320-322].

У своєму дослідженні Родрікес дійшов висновку, що даний рух на сьогоднішній день, - це лише зручний та гнучкий набір ідей, який, прикриваючись ідеологією, в багатьох відношеннях використовується якраз для

заперечення реальності нерівності. В якості прикладу він наводить білих підлітків, які, прикриваючись ідеями руху, намагаються стати частиною місцевої «чорної» хіп-хоп сцени. Сам автор наголошував в роботі, що «Color-Blind» спирається на абстрактні ліберальні поняття рівності – «рівні можливості для всіх» - з ціллю відокремити певну расу від владних відносин, у яких закладено нерівність та расові дискурси. За допомогою такого механізму та ідеології, представники білої культури формують расову ідентичність як «безкультурну», бо навіщо ідентифікація за етнічною, расовою чи кольоровою приналежністю, якщо «всі ми – просто люди». В цей же час відбувається активне привласнення білими культурних течій, які від самого початку були відмінною характеристикою інших расових груп. Наприклад, блюз, рок-н-рол, джаз – це жанри, які історично виконувалися представниками чорної культури. Зараз цю нішу перейняла культура хіп-хоп та реп сцени. Однак, в результаті симбіозу, який на думку автора, більше підходить під визначення апропріація, представники білої культури намагаються зробити частиною власного культурного надбання. Маючи вже існуючі приклади в історії, Родрікес наголошував на тому, що: «Коли культурна практика чорних стає визнаною серед білих – її починають «відбілювати» останні для того, щоб вона була для них прийнятна з точки зору етики, виховання та комфорту» [82, с. 653-654].

Як результат, подібна практика призводить до збільшення кількості білих представників всередині культурної течії, а це, в свою чергу, призводить до знищення витоків даного напрямку і віднесення до суто білої культури [82].

Наступник Родрікеса, американський соціолог Девід Потер розглядав практику культурної апропріації в американських медіа. В його роботі культурне привласнення розглядається як один із проявів расизму. Потер вважав, що культурний обмін, який здійснюється за допомогою засобів масової інформації та розважальних шоу на телебаченні, дає глибоке уявлення про підхід американського суспільства щодо расового дискурсу. А також акцентує увагу на опорі з боку глядачів щодо культурного розмаїття на екранах. Даний

прояв культурного обміну, зазвичай, опирається на комедію як засіб вираження основоположних ідеологій як прямими, так і прихованими способами. Оскільки відкритий прояв упередженості та культурного неприйняття є небажаним на екранах телебачення та у публічному дискурсі, віддають перевагу використанню такої ідеології, яку автор назвав замаскованим расизмом. Для демонстрації такого відношення, Потер привів приклад відомих американських ток-шоу: шоу Джиммі Феллона та Еллен Дедженерес. В таких шоу, як правило, опираються на расовий юмор. Сам автор дав цьому визначення наступним чином: «Расовий юмор – це процес використання культурних відмінностей в якості джерела комедії» [76].

В шоу Джиммі Феллона замасковано одразу декілька проявів такого расизму. Наприклад, для підтримки білого ведучого використовується відомий хіп-хоп гурт, більшість учасників якого є афроамериканцями. Не дивлячись на те, що гурт, як і сам ведучий, є центральною та невід'ємною частиною шоу, їх сприймають лишень як другорядних учасників програми. Щодо ток-шоу Еллен Дедженерес – тут також є завуальовані прояви расизму, однак проявляються вони не в організації програми, а під час діалогу ведучої із запрошеними гостями, які є представниками кольорової культури. І, автор акцентував на цьому увагу, слід зважати, що шоу позиціонує себе як повністю толерантне [76].

Як і Родрікес, Потер критикує ідеологію «Color-Blind». Сам він писав: «Ідеальне уявлення про ідеологію руху заключається в побудові суспільства майбутнього, в якому люди не бачать расу і, відповідно, не враховують расові характеристики чи фактори в стосунках із суспільством та одне з одним. Однак, знищення або стирання рамок расової відмінності практично не впливає на реальність расової соціальної стратифікації та дискримінації. Усунення свідомої дискримінації щодо расової приналежності не торкається незбалансованої реальності силових та державних структур. Замість цього, вона виступає та слугує лише для підтримки несвідомого статуса-кво представників

білої культури шляхом використання швидкого рішення проблем стереотипів, забобонів та нерівності» [76].

Одним із найбільш проблематичних наслідків утворення та функціонування ідеології «Color-Blind» є функція «щита», який охороняє статус-кво білих, ізолюючи його від історичного контексту та його наслідків. Замість цього, рух, навпаки, статус закріплює, прикриваючись активною боротьбою із проявами расизму. Подібні акти, на думку автора, виходять за межі звичайної апропріації елементів чужої культури, а сам процес можна віднести до незаконних дій, враховуючи ігнорування останніми значень певних виражень культури, яку намагаються привласнити [76].

Професорка університету Маккуорі та дослідниця питань привласнення культурної спадщини корінних народів Австралії Аманда Вайс у своїй статті відмічала, що практика культурної апропріації, сама по собі, важлива в мультикультурному суспільстві. Однак, бувають випадки, коли відбувається нанесення образи культурній групі та спотворення сенсу культурної практики найгіршим чином. Найчастіше це відбувається через недостатню обізнаність з боку домінуючої сторони. Авторка наводила приклад вечірки під назвою «Гомосутра», яка проходила в Сідней у 1999 році. Причина образи зі сторони представників індуської групи населення полягала в тому, що організаторами було використано декорації із використанням символів індуїстської релігії. Як зазначала професор Вайс, в епіцентрі сутички постало одразу дві проблеми: культурно-релігійне привласнення з одного боку та збереження релігійної традиції – з іншого. Використання «священних» елементів іншої культури як акт народного експлуатації у суто розважальному контексті авторка відносить до різновиду прояву постмодернізму. Адже саме тут популярні культурні практики інтенсивно інтегруються в процес культурного привласнення. Вайс наголошувала, що використання індуїстських образів та ікон на вечірці носило виключно декоративний характер. Організатори самі того не розуміючи, продемонстрували власну необізнаність та високий рівень культурної

нечутливості. Самі ж представники культури у подібному жесті вгледіли акт демонстрації символічної колонізації, шляхом якої духовний контекст індуїзму був зміщений, а то і не врахований взагалі [105, с. 146-160].

Не дивлячись на наявність критики в бік явища апропріації, професорка відмічала факт неминучості подібної практики, а також наголошувала на процесі росту кількості випадків культурного привласнення. Це пояснюється тим, писала вона, «що вводиться все менше нововведень та внаслідок жаги до нових вражень люди все більше звертаються до чужих культурних практик» [105, с. 158].

Американський журналіст індійського походження Арджун Раджхова в своїй статті відмічав, що витоки і суперечки на рахунок культурної апропріації виходять із американської та європейської білої гегемонії. Особливо, акцентував увагу автор, це видно серед американського населення. Так звані американські ліберали вже почали диктувати умови розвитку культурної політики, яка розповсюджується та закріплюється у всьому світі. Оскільки більшість протестів та актів проти культурної апропріації у сучасному світі відбуваються або починаються саме на території США – це цілком можливо назвати уособленням та увіковіченням американської гегемонії на інтелектуальній арені.

Як писав автор: «Американські настрої, американські міжрасові відносини та американські проблеми наповнюють та переповнюють всі розмови щодо культурного привласнення, роблячи подібні новини і представлену концепцію своєрідним американським інтелектуальним експортом» [78].

Раджхова підкреслював, що поняття шкода – це термін, котрий має доволі серйозні конотації і коли його використовують для того аби охарактеризувати вплив витвору мистецтва на людину чи групу людей – це неминуче викличе шквал незадоволення, протестів та проблем щодо вирішення цього питання. Злість, яка спрямована на запобігання процесів привласнення, може також

розглядатися як злість, яка спрямована проти колоніалізму та західної гегемонії. Однак, подібні протести та акти гніву щодо культурної апропріації являються, на думку автора, тимчасовими явищами. Бо з одного боку, це механізм, який здатний впливати на результати та думку оточуючих, формуючи нове відношення до тих чи інших культурних елементів. Таким чином, подібні акти є небезпечними для митців, бо шкодять можливості самовираження. А з іншого боку, саме акти протестів та відчуття гніву і упередженості живить дух часу, який лежить в основі сучасної політики, норм та практик, що призвані подолати нерівність та історичну несправедливість [78].

У підсумку своєї статті автор стверджував, що сама по собі така боротьба проти несправедливості та упередженості важлива, однак методи, якими користуються прибічники цього процесу, нікчемні та неоднозначні. Дебати необхідні для введення полеміки, однак в них не має бути величних, позивних, недолугих та гидких заяв про наміри і характери авторів, митців чи критиків. Бо в результаті, це звичайний акт спроби перекласти відповідальність за свої переконання на інших [78].

Професор коледжу Веллслі Еріх Хатала Маттес у своєму дослідженні прийшов до висновку, що культурна апропріація в мистецтві – є явищем не новим та унікальним. Воно зустрічається повсюди та є досить різностороннім у своєму прояві. В результаті, воно має як позитивні, так і негативні якості.

Автор відзначав, основним аргументом критики концепції виступає стереотипізація культури, що піддалась апропріації з подальшою ізоляцією в комунікації з оточуючим світом. До прикладу, він підкреслював наступне: «білі американці неспроможні зрозуміти корінні народи, зокрема індіанців. Європейці не стануть мислити категоріями азійських народів, а представники латиноамериканської культури не будуть переймати культурні елементи представників африканських племен. Члени домінуючих культури, в силу свого соціального статусу, вже мають в своєму арсеналі, так звану, «надлишкову довіру» - тобто, їх довіра перебільшена і виходить за рамки того, що є дійсно

виправданим. Якщо члени домінуючої культурної групи виступають на захист або від імені членів маргінальних груп, навіть за умови, що говорять вони цілковиту правду і точно передають зміст невдоволення, надлишок довіри до них сприяє появі недостатньої довіри до представників самих маргінальних груп» [67, с. 350].

Ще одним проявом негативної оцінки апропріації є те, що, користуючись вже існуючим досвідом, нові групи-представники домінуючої культури стають більш обізнаними в питаннях культурного привласнення і тим самим зменшують заслуги маргінальних груп, що беруть участь в цьому процесі, знецінюючи їх роль [67, с. 343-366].

Відомий американський філософ та культуролог Кваме Ентоні Аппія у своїй монографії «Color Conscious: The Political Morality of Race» відмітив наступне: «домінуюча культура в історії розвитку культури Сполучених Штатів була не просто наслідком, але і інструментом панування та влади» [57, с. 44].

В контексті прояву подібного панування автор описував два взаємопов'язані способи. Він назвав їх культурним присвоєнням та концептуальним обмеженням. Якщо заявлений випадок культурного присвоєння не базується на відмінностях між домінуючою та маргінальною групами, то це і не є актом привласнення, а лиш концептуальним обмеженням. Однак, у випадку, якщо полеміка, яка оточує процес привласнення, базується на есенціалістській практиці розрізнення домінуючих культур від сторонніх осіб та маргінальних груп, то подача заперечень проти присвоєння культурних цінностей сама по собі може бути предметом моральних заперечень.

Філософ акцентував увагу на тому, що більшість подібних заперечень та конфліктів відбуваються на стику раси та культури. Питання приналежності до певної расової групи є не менш важким, чим питання приналежності до певної культурної групи. Особливо, якщо це стосується змішаних сімей. Складність визначення власної приналежності та питань привласнення в цьому контексті, полягає в тому, що:

- по-перше, культурні групи не завжди визначаються та детермінуються частково расовими чи етнічними термінами. Тому корисно підійти до цього питання таким чином, аби звернення було спрямоване до всіх видів груп. Тут Аппія наводив приклад культурних груп, які відносяться до категорії інвалідів, які не об'єднані на основі раси, єдиної етнічної чи національної культури. Сюди ж він включив і представників маргінальних груп, що об'єднуються на основі релігії, сексуальної орієнтації чи гендерної самоідентифікації.

- по-друге, навіть якщо раса є першочерговим показником до співвіднесення себе з якоюсь із культурних груп, то між расовими групами та культурними формами немає співвідношення 1 до 1. Тут філософом наводився приклад «корінних народів американців». У такому визначенні групи немає єдиної культурної форми, а є безліч мілких культурних елементів, які відповідають тому чи іншому етнічному угрупованню, яке проживало на території сучасних США. Це ж стосується і чорної культури – вона не однорідна та немає єдиної форми самовираження. А тому і привласнити її неможливо [57, с. 120-154].

Сам Аппія наголошував, що саме останній пункт дає владу в руки білому населенню у питаннях культурної апропріації. Бо довести, що саме цей акт було здійснено по відношенню до певної культурної групи, майже неможливо.

Американська дослідниця моди та телебачення в'єтнамського походження Мін-Ха Фам у своїх статті щодо плагіату на основі расових відмінностей в моді звернула увагу не на критику самої концепції культурної апропріації, а проблеми, які постають перед тими, хто її критикує. Вона відзначила той факт, що, зазвичай, ті дослідники, які виступають із жорсткою критикою культурного привласнення, у висновках підтверджують ту гіпотезу, проти якої виступали, а саме: біле західне домінування над культурою та експлуатація її за рахунок інших. Для прикладу, авторка приводить безліч

випадків, коли білі американці або західні європейці використовували елементи одягу та аксесуари, які традиційно носили в азіатських країнах.

Мін-Ха відзначала, що більшість критичних оцінок щодо культурного привласнення звучать так, ніби в світі всього два місця: «західне капіталістичне суспільство» і «нетрі». В результаті введення дискусії у подібному контексті, критики самі ж і підтверджують ті самі взаємостосунки між культурами, які спочатку намагалися критикувати. Розповсюдження ідеї, за якою обидві сторони виступають рівноправними учасниками діалогу є «недоречною», оскільки не відповідає бінарному уявленню про «високу» та «низьку» культури, які лежать в основі концепції культурної апропріації [71, с. 67-80].

Розділ 2.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДІАПРОСТОРУ НА ДАЛЕКОМУ СХОДІ

Другий розділ роботи присвячено вивченню специфіки формування, становлення та функціонування медіапростору на Далекому Сході. Зокрема, нами буде розглядатися та піддаватися аналізу робота медіа у країнах Китаю, Японії, Південної Кореї, В'єтнаму і Таїланду. Для цього ми дослідимо історію становлення їх медіапростору, а також відзначимо специфічні риси, завдяки яким їх медіа продукти є унікальними.

2.1 Специфіка функціонування медіапростору в Китаї. Знайомлячись та вивчаючи специфіку функціонування медіа в Китаї, неможливо оминати питання політики, оскільки в даній країні вона відіграє ключову роль у формуванні інформаційного та розважального простору. Більшість телевізійного наповнення формує центральне телебачення Китаю (CCTV). Це мережа, яка об'єднує навколо себе близько п'ятдесяти каналів, що формують сітку мовлення, включаючи в себе роботу ЗМІ та новин, демонстрацію документальних фільмів, програм соціального, навчального та розважального характеру, а також здійснюють просвітницьку діяльність щодо роботи комуністичної партії.

Умовно медійний простір сучасного материкового Китаю можливо вистроїти у треступеневий «модельний ряд»:

- ідеологічний. Ця модель побудови медіа служить реалізації службових завдань та підтримує офіційну ідеологію партії;
- економічний. Медіа орієнтовані на розвиток умов ринкових відносин та встановлення тісних взаємовідносин із міжнародними медіа ресурсами, хоча і з певними обмеженнями;
- відносно незалежний. Так звані, «нові медіа» які в самій Піднебесній прийнято називати соціальними, тільки набирають обертів у власній діяльності. Вони, більшою мірою, обслуговують населення країни

та зорієнтовані на інтереси простих людей, висловлюючи їх думки [64, с. 51-52].

Передумовами формування саме такої моделі модіапростору слугувала історія становлення Китайської народної республіки. Починаючи з 1949 року, в країні активно будувалася та встановлювалася політика соціалізму, багато в чому опираючись на досвід формування СРСР. Функція сформованих на той момент ЗМІ була покликана відображати концепти прийнятого політичного курсу та ідеології.

Досить швидко стало зрозуміло, що лише однієї роботи ЗМІ для пропаганди недостатньо, тому у 1954 році голова КПК Мао Цзедун запропонував Китаю створити власну телевізійну станцію. Вже у 1958 році Пекінське телебачення розпочало тестові передачі, і вперше в Пекіні транслювалися телевізійні сигнали Компартії Китаю. 2 вересня того ж року ССТV вперше вело офіційне мовлення.

До кінця 1970-х років ССТV вело лише вечірнє мовлення, яке зазвичай закривалося опівночі. У 1985 році ССТV вже стало провідною телевізійною мережею в Китаї, а у 1987 році популярність ССТV зростає завдяки спробі до сітки мовлення додати програми розважального характеру та показ серіалів [53, с. 33-50].

Від самого початку робота медіа чітко контролювалась та розвивалась в дусі тоталітаризму. Особливо це стосується періоду «культурної революції», що припадає на 1966-1978 роки. Всі газети, радіостанції і телебачення жорстко контролювалися правлячою партією на чолі з Мао Цзедуном. Це був час повного підпорядкування китайського суспільства інтересам влади.

Від самого початку відділ пропаганди КПК видав директивну цензуру мовлення. Починаючи з 1990-років цензура будувалась на базі двох пунктів: доступності та прийнятності. Доступність означала можливість придбання програм, тоді як прийнятність вимагала, аби програми та новини мали прийнятний вміст, запобігаючи трансляції матеріалів, які містять

невідповідність пунктам цензури або висловлюють погляди проти Комуністичної партії Китаю [63].

Починаючи з кінця 1990-х початку 2000-х в Китаї активно розвивалася робота мережі Інтернет. Знаковим вважається 2007 рік, коли офіційно власний електронний ресурс отримало офіційне печатне видавництво КПК – газета «人民日报» (Женьмінъ жибао). Згодом, більшість медіаконтенту почала розвиватися саме на просторах мережі.

Однак, прогнозуючи розвиток нових медіа та незворотність цього процесу, а також ступінь впливу на потенційних реципієнтів інформації, офіційні органи КНР побоювалися збільшення уваги та впливу з боку західних ресурсів, тому поступово почали формувати власний веб-простір. Це і обмеження з боку використання західних веб-платформ, якщо не повна їх заборона на території Китайської республіки, і створення власних площадок, які є еквівалентом світових. Так, замість пошукової системи Google в Китаї користуються Baidu, а замість соцмереж Facebook чи Instagram – Weibo та Weechat [13].

Новий етап розвитку китайських медіа пов'язаний із можливістю висловити свої думки публічно. Інтернет у Китаї став найвільнішим місцем самореалізації суспільних та особистих інтересів. Слід зазначити, що нові медіа для Китаю — це щось більше, ніж просто комунікаційні канали. Суспільство отримало змогу виражати ширше коло думок про те, що відбувається в КНР та за її межами, порівняно з журналістами традиційних медіа та ЗМІ. А сітка мовлення почала наповнюватися більш різноманітним розважальним контентом, який не був покликаний лише прославляти ідеологію партії. Однак, навіть тут діяли обмеження: будь-яка із телепередач, серіалів або фільмів має бути прийнятною для перегляду в будь-якому віці. Соціальні медіа стали важливими засобами вираження думок та реалізації суспільної політики у Китаї, а розважальний контент має на меті закріпити подану інформацію. Щоправда, і ця сфера не залишилася поза увагою з боку державних органів.

Інтернет-цензура в Китайській Народній Республіці здійснюється в рамках державної політики Китаю щодо обмеження та заборони розповсюдження інформації через Інтернет. Дія законів про контроль над інтернет-простором не поширюється на Гонконг та Макао - адміністративні райони КНР, які мають високий рівень автономії. Цензура поширюється абсолютно на всі ресурси, починаючи від інформаційних ЗМІ і закінчуючи стримінговими платформами з поширення аудіо- та відео контенту [20].

У реалізації Інтернет-цензури Китай використовує дві стратегії – це фільтрація матеріалів та заохочення до самоцензури шляхом регулювання, управління та призначення каральних заходів. Порушення правил тягне за собою покарання: приватні користувачі можуть бути засуджені до ув'язнення за публікацію або розповсюдження матеріалів, які вважаються такими, які є неоднозначними по відношенню до партії, а провайдерів можуть позбавити ліцензії на постачання послуг [52, с. 327-42].

Крім того, неможливо не зазначити, що цензури зазнають не лише китайські медіа. Іноземні медіа платформи, які співпрацюють з країною або працюють усередині Китаю також зазнають обмежень. Щодо іноземців та іноземної медіа продукції, застосовуються наступні обмеження: всі ресурси мають бути схвалені «Сінхуа» - агентством, яке підпорядковується уряду і зобов'язане слідкувати за виконанням пунктів цензури, «Сінхуа» зберігає за собою право редагування та внесення змін до поданих для транслявання чи друку матеріалів, будь-яке представництво медійного простору не може прямо публікувати або перекладати матеріали закордонних ресурсів на своїх платформах без попереднього дозволу. Ті Інтернет-платформи, зокрема інформаційні, які порушили якесь із правил, у майбутньому можуть бути позбавлені права працювати в Китаї [106].

Сама система фільтрації інформації у Китаї отримала символічну назву «Велика китайська інформаційна стіна» або проект «золотий щит». Більше 30 тисяч осіб забезпечують роботу цієї найпотужнішої системи. Інтернет сторінки

та платформи фільтруються за ключовими словами, пов'язаними з державною безпекою, а також за "чорним списком" адрес сайтів. При спробі доступу до заблокованих сайтів інтернет-користувачі отримують повідомлення не про те, що сайт заборонено, а будь-яке інше, включаючи «404 помилку» [106].

Під значенням «самоцензура» мається на увазі те, що підприємства повинні підписати документ про «Публічну поруку самоцензури та професійної етики». Це означає наступне: «якщо хтось із співробітників своєю активністю в мережі Інтернет викликає підозри, то окрім нього самого відповідальність понесе і все підприємство, як таке, що неспроможне контролювати власний персонал» [100].

Місцеві провайдери хостингу, пошукові платформи та web-форуми ретельно фільтрують або видаляють контент, який викликає підозру. Крім того, іноземні компанії, яким вдалось вийти на китайський ринок, також цензурують деякі свої сервіси, запропоновані ними для китайського споживача [100].

Цензура стосується і кіно-, аудіо- та телепродукції. Перед тим, як бути представленою перед глядачами – всі фільми, серіали, розважальні програми та музичні альбоми проходять перевірку на пошук неблагонадійних поглядів та висловлювань. При чому, це стосується як продукції, що створюється всередині країни – так і за її межами [87].

2.2. Особливості функціонування медіа в Японії. На відміну від Китаю, медіапростір Японії не підпорядковується державній політиці та не є транслятором ідеології країни.

Сама історія появи телебачення як основи формування медіапростору на території сучасної Японії датується 1939 роком, хоча експериментально подібну практику транслявання, перш за все новин, намагалися ввести, починаючи із 1920-х. Перші експерименти були проведені у грудні 1926 р.: Кендзіро Такаянагі, який експериментально спробував передати відеосигнал і першим у світі за допомогою електронно-променевого приладу успішно спроектував букву "і" катакани на екран. А вже в 1930 році на загальних зборах

керівництва мовної корпорації NHK було ухвалено рішення реалізувати регулярне телевізійне мовлення в країні.

Реалізація плану саме на початку 1940-х років була пов'язана із проведенням Олімпійських ігор в Токіо. Ідею вдалося втілити в життя, однак подальший розвиток телебачення був призупинений у зв'язку із участю в Другій світовій війні. Варто зазначити, що як і Китай – Японія на початку розвитку телемедіа вбачала в цьому новий засіб пропаганди, а не лише спосіб розваг. За основу була взята модель побудови медіамовлення, використана в нацистській Німеччині. Однак, подібний підхід до формування системи медіа не був дієвий та не приніс бажаного впливу на населення, а тому участь у війні, з ряду причин, закінчилась для обох країн поразкою.

Після закінчення війни країна почала проводити ряд реформ, які стосувалися, в тому числі, і розвитку сфери медіа. У 1945 році був прийнятий «Кодекс преси Японії», де зазначалося, що вся інформація, яка міститься у японських ЗМІ, має бути достовірною, вільною від пропаганди та повністю позбавленою коментарів, які включають в себе суб'єктивну оцінку ситуації з боку того, хто готує матеріал. Інформація повинна базуватися на основі фактів та відповідати справжньому стану справ, без будь-яких скорочень або замовчувань. Аналогічні положення були прийняті згодом по відношенню до радіо та телевізійного мовлення [3, с. 99].

Слід зазначити, що подібна модель викладу матеріалу притаманна японській журналістиці і зараз, тому вона вважається чи не найбільш формалізованою та об'єктивною в світі.

Важливим фактором становлення телемовлення в Японії є те, що відбувалося це в період соціальних потрясінь та зародження нової культури. Оскільки в 50-х роках двадцятого століття країна перебувала у стані пошуку нових цінностей – поява такої форми медіа внесла свій внесок у справу об'єднання японської нації та поширення нових культурних цінностей [28, с. 216].

Починаючи з 1952 року японське телебачення почало функціонувати на базі двох платформ: Nippon Hōsō Kyōkai, Japan Broadcasting Corporation (NHK) та Nippon TV (Nippon Television Network Corporation (NTV)). Перша корпорація відповідає за суспільне мовлення та спонсувалась державою, а друга корпорація була повністю комерційною площадкою, яка отримувала спонсування з боку платників податків. Саме вони поклали початок формуванню нового, післявоєнного простору медіа в країні. На період 1960-1970-х років телебачення стало невід'ємною частиною середньостатистичної японської родини [51, с. 389-400].

А починаючи з кінця 1990-х, значний вплив на формування медіа почала здійснювати мережа Інтернет.

Сучасна побудова медіа простору в Японії базується на системі нигентекі хейдзон хосо тайсей або ниген тайсей: комплекс, за яким мовлення забезпечується однією державною корпорацією та п'ятьма комерційними. Кожна із п'яти корпорацій представляє собою медіагрупу, що складається із сімейних концернів. Так, в сфері ЗМІ – це видання «Йоміурі», «Асахі», «Майнічі», «Ніккей» та «Санкей». Вони об'єднані в так звану «газетну піраміду», що формує видавничий простір країни. Однак, навколо кожного із цих видань формуються безліч інших типів ЗМІ: телебачення, радіо, Інтернет-видання та поширення музичної продукції. В результаті, ми маємо наступну картину в побудові медіапростору: в сфері телевізійної діяльності функціонують наступні мовники: ANN (TV Asahi), FNN/FNS (TV Fuji), JNN (TBS), NNN/NNS (NTV), TXN (TV Tokyo). Саме вони формують абсолютно весь телевізійний контент. У сфері музичної продукції – це Avex Trax, EMI Music Japan, Johnny & Associates, Sony Music Entertainment Japan та Pony Canyon. Вони відповідальні за розповсюдження музичного аудіо- та відео контенту в країні. І всі ці компанії належать концернам «газетної піраміди». Таким чином, подібна система медіа дозволяє компаніям розповсюджувати

інформацію та контент розважального змісту за допомогою різних платформ та способів сприйняття інформації [69].

Ще однією важливою особливістю функціонування медіапростору в країні є використання чотирьохступеневої системи формування медіапродукції:

- I рівень - «Проштовхування». Суть такого механізму полягає у розповсюдженні одного і того ж контенту або інформації на різних платформах та у різних медіаформах одночасно. Таким чином, споживачі отримують той контент, який вони забажають, у тому вигляді, який для них найбільш комфортний.

- II рівень – «Придатки» або «Додатки». Цей механізм передбачає наявність додатково матеріалу, який оприлюднюється одночасно або паралельно основній викладці контенту. Найчастіше, це використовується в сфері телесеріалів, коли в день виходу нової серії на офіційній сторінці з'являється сцени зйомки та закадрові фото.

- III рівень – «Мости». Використання цього механізму направлене на збільшення активності у споживачів контенту. Весь матеріал будується таким чином, аби аудиторія була заохочена до активних дій. В Японії така практика широко використовується в сфері манги та аніме, де на рівні із продажем продукції – додатково організовують заходи, пов'язані із тематикою твору.

- IV рівень – «Переживання». Це комбінація всіх попередніх рівнів в один, направлений на те, аби створити медіасередовище таким чином, щоб аудиторія знаходила власний шлях пошуку та споживання медіаконтенту, опираючись на власний досвід, відчуття та переживання. Найчастіше сюди відносять медіаформати, які базуються на створенні віртуальної реальності. В Японії розповсюджена практика запуску відеоігор на базі існуючих літературних творів, де основою гри є відчуття присутності та причетності до сюжету [42].

Важливим фактором формування гармонійного медіапростору в країні є також чітка градація сітки мовлення, яка застосовується на центральному телебаченні і виглядає наступним чином:

- Інформаційні програми та програми новин;
- Програми, пов'язані з харчовою промисловістю, ресторанним бізнесом та кулінарією;
- Програми, пов'язані із діяльністю різноманітних професій та їх демонстрація на екранах;
- Програми, пов'язані з індустрією айдол-культури, манга та аніме;
- Еротика.

Важливо зазначити, що розповсюджується таке розмежування лише на телебаченні. Мережа Інтернет в країні перебуває у вільному користуванні [92].

Що стосується цензури, як такої в Японії її немає. Існує безліч японських телевізійних шоу, які базуються на досить дивному та екстравагантному гуморі. Крім того, не існує табуєваних тем, які було б заборонено обговорювати чи демонструвати в кадрі. Теми сексуальності, фізіології та анатомії є повсякденним контентом і не залежать від напрямку друкованого видання чи часу мовлення на телебаченні. Однак, забороняється підіймати тему психічного здоров'я, оскільки вважається, що це вторгнення у приватний простір. Також заборонена демонстрація татуювання на телебаченні, оскільки у більшості споживачів вона асоціюється із бандитськими угрупованнями якудза.

Крім того, існує низка японських слів, які заборонено вживати на телебаченні та використовувати при написанні текстового матеріалу, особливо інформаційного характеру. Ці слова, зазвичай, відносно повсякденні посилення на людей низького зросту, товстих, лисих або тих, які являються шульгою. Вважається, що їх використання невічливе або образливе по відношенню до певної категорії груп людей [69].

2.3. Інноваційна крос-медійна система Південної Кореї. Випадок формування медіапростору в Південній Кореї для країн Азії є унікальним, оскільки увібрав в себе практики як сходу – так і заходу.

Саме формування медіа в країні датується 1896 роком, коли було відкрите перше видавництво преси. І зроблено це було американським іммігрантом корейського походження Со Дже Пілем. Відбулося це за підтримки та фінансування з боку держави, тому і інформація, яка в ньому публікувалась, була здебільшого патріотичного та пропагандистського характеру [14].

Коли в 1910 році відбулась колонізація країни Японією – будь-який розвиток національного ЗМІ призупинився. Існувало всього три видавництва, які підпорядковувалися японським окупантам, а подана інформація було жорстоко цензурованою.

Після закінчення Другої Світової війни, Корея розпалась на дві держави: Південна та Північна Корея. Перші з-під контролю Японії перейшли у підпорядкування США. Це стало поворотним моментом у формуванні медіа в країні [58].

Саме в цей період починають формуватися різноманітні локальні, регіональні видавництва, а інформація в них друкувалася одразу двома мовами: корейською та англійською. У японців корейці перейняли практику фактичної, об'єктивної подачі матеріалу без використання оціночних суджень. Першочерговою задачею ЗМІ було підняття корейського духу та зміцнення патріотизму, однак вже у 1990-х роках, коли країна стала економічно стабільною – від подібної практики відмовились, хоча сучасний медіапростір продовжує підпорядковуватись діючій владі в країні.

Що стосується телебачення, то активне розповсюдження воно почало в кінці 1960-х на початку 1970-х років під час так званої «хімічної диктатури» в країні. Першочерговою задачею телебачення була просвітницька діяльність, яка більше походила на пропаганду. В країні існували два національні канали

телевізійного мовлення, що існують і дотепер: Korean Broadcasting System або KBS та Munhwa Broadcasting Corporation скорочено MBC [58, с. 139-140].

Кардинально відношення до телебачення змінюється наприкінці 1980-х - на початку 1990-х років, коли країна поставила собі за мету вихід на міжнародний ринок із власною медіапродукцією. Варто зазначити, що через вплив на країну одразу двох протилежних за своїм культурним надбанням країн – Японії та США, побудова моделі медапростору є гібридною. Вона включає в себе синтез західного та східного колориту.

Щодо сучасної ситуації в країні, то майже весь медіапростір направлений на створення позитивного іміджу країни. Сітка мовлення направлена переважно на розважальний контент, який скроєний за західними стандартами, однак з присутністю суто азіатського колориту. Саме цей сегмент займає більшу частину ефірного часу. Окрім функціонування таких телекомпаній як KBS та MBC, зараз в країні функціонує також SBS (Seoul Broadcasting System) – теле- та радіокомпанія, яка займається телевізійним мовленням не лише в країні, а і відповідає за розповсюдження медіапродукції за кордоном. Південнокорейські продукти масової культури активно йдуть на експорт в країни Західної Європи, Південної та Північної Америки, а більшість ЗМІ ведуть активну діяльність в мережі Інтернет.

Як і в Китаї з Японією у медіапросторі Південної Кореї присутня цензура. Вона не настільки жорстка як в Китаї, однак і не настільки гнучка як в Японії. Щодо побудови крос-медійної системи – вона також являє собою синтез західної та східної моделі.

Освідчені верстви населення Південної Кореї активно підтримують свободу вираження у ЗМІ та на телебаченні, однак демократичний режим в країні є відносно молодим і крім цензури – уряд не має методів регулювання та самозахисту. Певні обмеження обумовлені загрозою з боку Північної Кореї. Крім того, традиційні засади суспільства досі відіграють важливу роль у повсякденному житті, наприклад: під час розмови зі старшими та

малознайомими людьми використовуються спеціальні слова-звернення, формалізована стилістика мовлення, табу на татуювання та оголені плечі та ключиці [36].

Якщо говорити виключно про журналістику та ЗМІ, то сучасна ситуація в країні поєднує в собі національну специфіку та сучасні технології. До речі, така характеристика є типовою для будь-якого сегмента південнокорейського суспільно-політичного простору. У цьому симбіозі традиційного та інноваційного, мабуть, є як плюси, так і мінуси. Варто зазначити, що південнокорейський медіаринок суттєво залежний від економічної та політичної ситуації в країні. Зокрема, формально свобода друку існує, але практично обмежена різними побічними законами. Для виживання південнокорейським медіа завжди доводиться йти на компроміс із державними інститутами, хоча водночас не можна сказати, що права журналістів у країні не захищаються. В цілому, специфіка південнокорейської журналістики полягає в наявності «здорової частки скептицизму щодо уряду, але поки держава фінансує медіа проекти - ЗМІ готові багато на що закрити очі, залишаючись неупередженими для широкого загалу» [6, с. 111].

Поряд із цим існує ще й так звана «сіра зона» журналістики. Згідно із 21 статтею Конституції Республіки Корея: «ні слова, ні преса не повинні порушувати честь чи права громадян, підривати суспільну мораль чи соціальну етику». Якщо подібний прецедент відбувається, то можливе пред'явлення звинувачення за заподіяну шкоду [98].

Як зазначалося вище, в медіасистемі все ще є деякі обмеження, пов'язані з традиційними підвалинами. І подібна цензура існує не лише в політичних та економічних засобах масової інформації, а і у розважальних. Це стосується як друківаних видань – так і телевізійних передач. Останнє особливо суттєве для нормального функціонування та роботи із суспільством і глядачами. Поведінка людини на екрані має бути ретельно опрацьована. Велику роль в розважальних програмах грають ведучі. Кожен ведучий повинен мати добре поставлену

вимову, почуття гумору і добре знати пункти, за якими діють обмеження на екрані. Важливо не тільки що ти кажеш, а й як. Як і будь-яка мова азіатського походження, корейська має велику кількість формалізованих звернень, які детермінуються та мають свій статус, в залежності від того, з ким ти говориш.

Крім того, у Південній Кореї існує таке поняття як «acting voice» («грайливий голос»). Його можна почути у фільмах, серіалах, телепередачах тощо. Він відрізняється від звичайного, «повсякденного» голосу інтонацією, гучністю та виразністю.

Також ще за часів зняття японської окупації уряд ухвалив закон, який регулює проникнення іноземних фільмів, музики та відеоігор на територію країни. Даний закон функціонує і зараз, хоч і з певними пом'якшеннями. Якщо раніше було накладено суворе «вето» на продукцію із Японії та частково із материкового Китаю – зараз таких обмежень все менше, хоча передачі, серіали та фільми із явним політичним підтекстом під заборонаю. У питаннях роботи журналістів також є певні обмеження – вони мають залишатися об'єктивними та неупередженими у питаннях політики, економіки та ринкових відносин. Відсутність формальної цензури не є показником вільної преси в країні. Будь-який репортаж чи стаття піддаються перевірці з боку компанії та видавництва.

Однак не лише преса піддається подібній «цензурі». У повсякденному житті це розповсюджується і на звичайне населення. Так, в країні заборонено допускати до прослуховування на відкритих платформах, окрім спеціалізованих додатків пісень та музики, яка «містить сексуальний підтекст», «закликає до насильства чи злочинних дій», «закликає вживати наркотики» і т.д. Подібна практика використовується і у питаннях трансляції фільмів та серіалів, особливо, іноземних [59].

Щодо питань інтернет-цензури в країні, то її умовно можливо розділити на дві категорії:

- Регулювання онлайн-новин;
- Моніторинг коментарів користувачів мережі [10, с. 45].

Органи, покликані регулювати та контролювати інтернет-контент, залишають за собою право блокування тих матеріалів, які вважаються «неблагонадійними», «підривними» або такими, які «порушують громадський порядок». До цього списку входять наступні пункти:

- Порнографія;
- Еротика та надмірна оголеність в кадрі;
- Пропаганда вживання наркотиків чи алкоголю;
- Сексуальне насильство;
- Вихваляння Північної Кореї;
- Кіберцькування та кібернаклеп;
- Інформація, яка носить антивоєнний зміст або закликає до відкритого насилля [10, с. 45-46].

Повертаючись до так званої «сірої зони», варто зазначити, що діє вона і на простих громадян, які користуються мережею Інтернет. Оскільки, в сучасних реаліях стаття 21 Конституції країни може трактуватися дwoяко та підходить практично для будь-якого коментаря в інтернеті. Наклеп теж може розглядатися по-різному. «Кібернаклеп» вже вважається кримінальним злочином, якщо він може завдати серйозної шкоди комусь чи чомусь. Найчастіше уряд посилається саме на наклеп як на причину, через яку інформація має бути видалена з будь-якого ресурсу. Якщо знищити новину не виходить повністю – використовується принцип «заміни»: будь-який політичний, економічний чи соціальний скандал перекривається новинами чи резонансними заявами з боку шоу-бізнесу. Так, звичайною практикою є розкриття стосунків айдолів саме в той момент, коли проходять політичні кампанії і конкуренти публікують «брудні» новини один проти одного [99].

2.4. Медіапростір Таїланду. Розбираючи медіапростір материкової південно-східної Азії, ми можемо виділити дві провідні країни: Королівство Таїланд та Соціалістичну республіку В'єтнам. Що стосується першої, то тайський уряд здавна здійснював значний контроль на ЗМІ, радіо та

телеканали, особливо на рівні із військовими службами. Більша частина історії формування медіапростору в країні – це форма протистояння між «свободою слова» та лібералізмом і цензурою воєнних режимів.

Першою із форм медіа, які почали розвиватися на території країни – були ЗМІ та газетно-видавнича галузь. Процес формування припадає на період абсолютної монархії за правління короля Рами IV, датоване 1858-мим роком, коли газети стали виносити на громадський огляд надіслані до них скарги з боку місцевого населення та повідомляти широкі маси про проблеми соціальної несправедливості в країні. Однак, варто зазначити, що багато публікацій були відвертими вигадками місцевих жителів чи працівників газет, тож згодом королівська адміністрація поінформувала населення про те, що не можна приймати на віру все, що пишуть ЗМІ, а також, що необхідно ретельно аналізувати інформацію, яка надходить, оскільки часто люди, боячись подати позов до суду через побоювання програти справу, прагнули зробити з друкованих видань своєрідних «суспільних арбітрів» [11, с. 4].

Згодом, за часів правління королів Рами V, Рами VI та Рами VII (1925-1935) газети остаточно закріпили за собою право на функцію важливого каналу комунікації між різними класами та соціальними верствами населення.

У 1932 році в країні відбулася революція, яка ознаменувала перехід від абсолютної монархії до конституційної форми правління. Тим не менш, роль газет у цей період була суттєво обмежена групою цивільних та військових осіб, які здійснили революцію. Справа в тому, що всі друковані матеріали за тодішнім законодавством мали бути обов'язково перевірені на предмети пропаганди та передавались на перевірку цензорам перед їх публікацією – така політика сприяла стійкості політичного становища нової влади.

Існувала ще інша проблема, чому саме друковане ЗМІ не могло повністю інформувати населення. Через низький рівень грамотності серед тайців на той час, газетний бізнес був нерентабельним і багато локальних видавництв припинило своє існування. Найстаріше видавництво, яке досі займається

випуском газет - це Royal Thai Government Gazette, яка почала виходити ще в 1858 році [84].

Зі зміною політичного режиму, починаючи із 1930-х, активно розвивається радіомовлення. Зрозумівши, що в такий спосіб можливо здійснювати більший вплив на населення, влада почала використовувати його як засіб пропаганди демократичних цінностей. Щоправда, варто відзначити – всі станції радіомовлення були підпорядковані державному апарату, а тому про «свободу слова і самовираження» мови не йшло.

У 1938 році до влади приходить Плек Пібунсонгкрам, який займав пост прем'єр міністра країни до середини 1950-х і це стає поворотним моментом у формуванні та розвитку місцевих медіа. До початку Другої світової війни, фельдмаршал вів доволі лояльну політику щодо новин, які транслювалися на радіо та друкувалися в газетах. Однак, починаючи із 1941 року, Плек Пібунсонгкрам прагнув використовувати радіо як засіб пропаганди культу «довіри до вождя», а основною лінією внутрішньої політики стає формування ідеї націоналізму тайського народу [96, с. 45-53].

Крім того, саме фельдмаршал вперше в історії країни усвідомив значення телебачення для трансляції політичних ідей. Під час його правління, у 1952 році була проведена перша телевізійна трансляція в країні, яка здійснювалась за допомогою державної телевізійної станції, що була установа на замовлення керуючої компанії «Тайське телебачення». Форма власності, однак, не належала виключно державі – фінансування здійснювалося з боку приватних осіб, які спонсували телевізійне мовлення. А от сітка мовлення формувалась, виключно, під наглядом державних структур. Таким чином, телебачення стало засобом передачі інформації населенню з боку влади.

На противагу радіо та телемедіа, більшість газетних видавництв були антидержавними та направлені проти влади. В подальшому, під час введених в країні воєнних диктатур у період 1957-го та 1973-го років – уже всі тайські

медіа були підпорядковані владі та жорстко контролювалися. Все мовлення було направлене на пропагандистську діяльність [11, с. 50-68].

У 1973 році відбувається політичний переворот і країна знову повертається до поступового повернення політики демократії. Було прийнято нову демократичну Конституцію країни, де робота медіа не закінчувалась на трансляції нових, а робота ЗМІ не обмежувалась виключно політичними чи економічними новинами. Даний режим проіснував всього три роки і вже у 1976 році до влади знову прийшли воєнні. У цей період було тимчасово закрито всі друковані видання, радіо та телекомпанії. Всі установи із антиурядовою риторикою були жорстко репресовані та закриті, а робота ЗМІ знову потрапила під тотальний контроль держави.

Це продовжувалося аж до 1992-го року. Вся сітка мовлення була направлена виключно на пропагандистську діяльність, а програм розважального формату, телесеріалів чи фільмів не транслювалося взагалі. Окрім того, була жорстока цензура на проникнення іноземних медіа продуктів.

У 1992 році відбувся так званий «чорний травень», під час якого місцевими жителями було знято з посту прем'єр-міністра генерала Сучинді Крапраюна. Не дивлячись на те, що саме повстання було жорстко придушене – воно розділило роботу медіапростору на два табори: одні підтримували конституцію, розроблену та прийняту військовими після перевороту, однак не підтримували самого прем'єр-міністра і його уряд, інші ж пішли на поступки та всіляко підтримували новий уряд. Так чи інакше, у цей період вільно почала діяти не лише офіційні ЗМІ та медіа, однак і ті, що були в опозиції. Саме останні посприяли появі на території країни показів іноземних телепередач, фільмів та серіалів. Зокрема, це були продукти із країн Америки та Індії [85, с. 15-19].

У 1995 році розпочало своє мовлення Незалежне тайське телебачення (iTV), де 70% ефірного часу було присвячено новинам, а 30% - розважальним програмам, які створювалися на кшталт тих, що були відомі в Японії. Також в

цей період відбувається трансформація медіа ЗМІ – вони почали відкрито виражати свої політичні погляди та невдоволення і сприяли формуванню в країні незалежної громадської думки. Крім того, саме це дозволило населенню усвідомити наявність в країні «справжніх» масмедіа, які працюють без нав'язливого контролю з боку держави. А вже в 1997 році в Конституції було закріплено таке поняття, як «свобода слова» [61, с. 103-105].

Крім того, в цей період сама структура власності медіа змінюється. Тепер радіо та телемовні компанії були частково державні, частково приватизовані, а частина інвестицій надходила із-за кордону. В цей період з'являються місцеві радіостанції, вводиться супутникове телебачення та розповсюджується мережа Інтернет. Все більше сітка мовлення чергується з іноземними телепередачами, а також починають показувати іноземні телесеріали та фільми.

Однак вже у 2001 році уряд підполковника поліції Таксіна Чінавата неодноразово намагалися взяти вітчизняні медіа під власний контроль. Одним із способів був процес купівлі-продажу акцій телевізійних компаній. Основною метою таких дій була спроба не дати масмедіа висвітлювати ті чи інші аспекти роботи уряду, особливо, в негативному ключі [61, с. 115-116].

Робота уряду Таксіна продовжувалась до 2006 року включно, коли відбувся перший за п'ятнадцять років державний переворот. У 2007 році знову були внесені поправки до Конституції країни, однак діяли вони лише до 2010 року, коли до влади знову прийшли воєнні служби та встановили жорстоку цензуру.

Останні радикальні зміни відбулися наприкінці 2013 року, коли під час чергових демонстрацій більша частина ЗМІ та медіа прийняли сторону державної влади. Населення країни розчарувалося в місцевих службах і почали активні дії проти них, знищуючи тиражі видань та лінії телепередач. У 2014 році знову був введений воєнний режим, однак тривав він всього вісім місяців і вже на початку 2015 року уряд послабив цензуру в країні.

Що стосується сучасної ситуації і особливостей функціонування медіа в країні, то їх неможливо назвати вільними. В країні існує досить сувора цензура, хоча формально конституція Таїланду передбачає право необмеженого вираження поглядів. Навіть така, здавалося б вільна платформа, як мережа Інтернет піддається суворій перевірці.

Функціонування іноземних сайтів на території країни не забороняється, однак урядом ретельно перевіряється контент, який публікується на цих платформах. Особливо часті конфлікти виникають з такими платформами як Google, Facebook та YouTube.

На телебаченні та видавничій справі сітка мовлення та направленість публікацій мало змінилась. 70% усього телевізійного контенту складають політичні новини, а також пропагандистська діяльність і лише 30% - розважальний контент. Серед розважального контенту популярними є японські та південнокорейські айдол-програми. Також Таїланд доволі плідно співпрацює із Південною Кореєю в індустрії розваг і багато переймає саме від неї: це стосується виготовлення власної музичної, теле- та кінопродукції. Такий напрямок телевізійних серіалів як «лакорни» походять саме з Таїланду, хоча і мають досить сумнівну репутацію та заборонені, наприклад, на території Китаю. Крім того, більшість телевізійних каналів функціонує за рахунок реклами тож відсоток її появи на екранах з кожним роком зростає [90, с. 171-188].

У середовищі кіноіндустрії спостерігається тенденція зростання вітчизняного виробництва. Більшість картин знімаються по мотивах літературних романів чи та тайська варіація відомих картин, особливо японського чи південнокорейського кінематографу. Також Таїланд має тісні зв'язки з кіностудіями індійського Боллівуду: другі виступають одними із головних партнерів для тайських кіностудій та компаній, забезпечуючи технічну підтримку виробництва. Крім того, існує низка кінокомпаній, які

створюють фільми на замовлення правлячої влади та носять пропагандистський характер [62, с. 70-77].

2.5. Аналіз медіапростору на території В'єтнаму. Як і в Таїланді, першою формою медіа, яка почала існувати на території В'єтнаму – була видавнича справа та робота ЗМІ. Перші видавництва виникли в першій половині 1860-х, ще у період, коли країна була колонією Франції. Першими ж журналістами також були французи, які здебільшого інформували військових, які знаходилися на території В'єтнаму.

Крім того, другим фактором появи в'єтнамських друкованих медіа стало розповсюдження в країні латинізованої в'єтнамської писемності куокнгі. Це стало переломним моментом у створенні власного медіапродукту, оскільки до того використовувалася китайська ієрогліфічна система, вивчати яку було не кожному доступно. Куокнгі поступово став основною письмовою мовою в'єтнамців.

Першим в'єтнамським видавництвом стала газета «Зядинь», заснована у 1865 році. Засновником видавництва був француз Ернест Потто, а всі новини проходили повз перевірку Бюро внутрішніх справ. Щодо змісту новин та інформації, яка подавалась в газеті – умовно його можна поділити на три типи:

- Офіційні статті та новини, які інформували про події в країні;
- Статті, присвячені соціальній та політичній проблематиці;
- Пізнавальні та освітні статті, які торкалися питань моралі, традицій, національної мови.

Згодом, кількість видавництв почало зростати, їх спеціалізація почала детермінуватися в залежності від галузі, на яку хотіла бути направлена газета. Серед усіх видань того часу можна виділити газету «Загальна освіта». Її значимість полягала в тому, що вона була першим приватним виданням, власником якого був в'єтнамець.

Суттєво розширила свій діапазон газета «Намки», окрім вищезазначених пунктів вона також займалася публікацією реклами та новин, які надходили із-за кордону.

Першим ханойським періодичним виданням став «Індокитай». Журнал був заснований в 1913 році, а його головним редактором став відомий журналіст, письменник і перекладач Нгуен Ван Вінь, який вважається засновником журналістики Північного В'єтнаму. Свій журнал він позиціонував як механізм поширення писемності у Північному В'єтнамі. Журнал «Індокитай» випускався до 1916 року і був одним із перших видань, що містив критику колоніального режиму. При цьому редактори журналу висловлювали підтримку деяким політичним настановам уряду, тому його не можна назвати опозиційним [5, с. 18-38].

Представлені газети були першим досвідом в'єтнамської журналістики, а тому мали багато недоліків: примітивне оформлення, змішання розмовного та письмового стилів викладу. Проте вони виконали свою основну функцію, започаткувавши становлення національної періодичної преси та виконуючи просвітницьку та освітню діяльність. Не кажучи вже про інформованість населення.

У першому десятилітті двадцятого століття колоніальний уряд почав звужувати можливості ЗМІ, вводячи цензуру та встановлюючи контроль над виданнями. Деякі газети було закрито, засновників заарештовано. До 1920-х років доступ до газет і журналів мало лише вузьке коло людей, серед яких були переважно представники французької колоніальної еліти. Публікацію матеріалів в'єтнамською мовою було фактично заборонено, і франкомовні видання посіли провідне місце на ринку в'єтнамських ЗМІ.

Більшість таких газет підтримували політичний курс колоніальної влади, однак, не дивлячись на це – вони займали важливе місце в інформаційному просторі тогочасного В'єтнаму. Незважаючи на те, що в основі діяльності більшості з них була пропаганда, вони заклали базу для формування

безпосередньо національної в'єтнамської журналістики, яка значною мірою спиралася на досвід Франції.

Зміни відбуваються наприкінці 1920-х, коли починається розвиток роботи опозиційних ЗМІ та видань. Пов'язано це було із роботою Комуністичної партії Індокитаю та її революційними настроями. Революційно-патріотичний рух В'єтнаму кінця 1920-х років характерний тим, що він приваблював велику кількість молодих інтелектуалів, чия освіта та прогресивні погляди докорінно відрізнялися від старшого покоління. Ключова роль адаптації та поширення комунізму у В'єтнамі по праву належить Хо Ши Міну. Патріот і революціонер, він присвятив все життя здійсненню двох основних завдань: досягнення незалежності В'єтнаму та створення нового в'єтнамського суспільства. Хо Ши Міна часто називають основоположником в'єтнамської революційної преси [5, с. 80-162].

Перша в'єтнамська комуністична газета «Молодь» була створена у 1925 році на базі «Товариства революційної молоді В'єтнаму». Головним редактором газети був Хо Ши Мін. Газета виконувала суто пропагандистську функцію, поширюючи революційні погляди серед молоді. Газета «Молодь» стала також одним із перших видань, де публікувалися матеріали, присвячені вирішенню гендерного питання, зокрема, емансипації жінок, що раніше практично не обговорювалося у в'єтнамській періодичній пресі.

Серед революційних в'єтнамських газет 1930-х років були і такі, котрі були офіційно дозволені владою. Подібне послаблення в колоніальній цензурі було результатом приходу у 1936 році до влади у Франції Народного Фронту. З ініціативи його представників було підготовлено проект реформ політичної системи у французьких колоніях, що передбачало й ослаблення цензурних обмежень. Формально газета оголошувалась друкованим органом Народного фронту, але за фактом її управління велося з Регіонального комітету Компартії Індокитаю.

З кінця 1938 року, коли над світом виникла загроза фашизму, ЦК Компартії почав виробляти нову тактику здійснення підпільної агітаційної діяльності. Розвиток в'єтнамської революційної преси став завершальним результатом формування національної журналістики, що заклало основи подальшого розвитку системи ЗМІ країни.

У 1945 році у В'єтнамі відбулася «серпнева революція», успіх якої багато в чому ініційовано журналістами. Імператор Бао Дай зрікся влади, а згодом було створено Демократичну Республіку В'єтнам. Було сформовано тимчасовий уряд під проводом Хо Ши Міна. Вперше у Південно-Східній Азії колоніальна та феодалська влада змінилася народною. В цей же період почала функціонувати перша радіопередача, на якій Хо Ши Мін власне і проголосив незалежність Демократичної Республіки В'єтнам [7, с. 302-333].

Незважаючи на те, що радіомовлення з'явилося в країні ще у 1920-х, воно було доступне лише французьким колоніалістам. І лише з проголошенням незалежності перейшло під контроль діючої влади в країні. Національна радіостанція носила назву «Голос В'єтнаму» та виконувала функцію інструмента пропаганди.

Крім того, в цей період, уряд почав проводити кампанію по боротьбі з неписьменністю населення. Освітні радіопрограми та статті почали займати рівно стільки ж часу та простору, скільки матеріали пропагандистського характеру [66, с. 64-72].

Після закінчення Другої світової та національно-визвольної війн Демократична Республіка В'єтнаму розпочала боротьбу за об'єднання країни, оскільки південна частина за Женевською угодою перебувала під владою американців.

Партизанська війна у Південному В'єтнамі тривала з 1957-го по 1964-ий роки, після чого почалися бомбардування Північного В'єтнаму авіацією США. Однак у 1975 році внаслідок Паризької угоди американці покинули В'єтнам і країну об'єднали. Увесь цей період масмедіа країни відображала воєнні події,

що відбувалися в країні, але передусім піднімала бойовий дух, розповідаючи про подвиги національної армії. У середині 1940-х років у періодичній пресі з'явився жанр військового фоторепортажу, який суттєво розвинувся у період боротьби із американцями [40, с. 193-202].

Що стосується телебачення – свою активну роботу воно почало у 1970-му році, коли «Голос В'єтнаму» на ряду із агітаційними закликами ввімкнули «картинку». А вже у 1976 році з'явилась однойменна телевізійна компанія. Як і радіо, вона була направлена виключно на висвітлення новин та виступала агітаційним рупором партії. У 1990-му році з'явився перший телевізійний канал VTV2, у 2000-му році було запущено міжнародний супутниковий телеканал VTV4, а в 2002 році - VTV5 (для національних меншин) та VTV6 (телеканал молодіжного напрямку) [9, с. 154-174].

До сьогоднішнього дня, у більшості випадків, в'єтнамське телебачення виступає в якості комунікаційного агентства уряду, однак конкуренція з боку комерційних цифрових телеканалів та іноземних платформ, які розповсюджуються через Інтернет створює відчуття протистояння та «свободи слова».

Мережа Інтернет почала функціонувати на території країни, починаючи з 1990-х років і на даний момент є провідною платформою для функціонування «нових медіа». Тут, окрім огляду політичних питань, також активно розвивається публікація розважального контенту та користування платформами іноземного походження. На відміну від Китаю, де політика цензури змогла успішно заблокувати багато іноземних веб-сайтів і створити китайські аналоги основних сайтів, таких як Google і Facebook, В'єтнам досяг значно менших успіхів у цьому відношенні, а в'єтнамські замітники, такі як Vinaseek і go.vn, були погано прийняті аудиторією.

Що ж стосується самої цензури з боку правлячого уряду, то він присутній як на телебаченні – так і в мережі. Телеканали в країні вузькоспеціалізовані і направлені, в першу чергу, на агітаційні програми та поширення національного

продукту, тому іноземних телепередач чи кіно та телепродукції майже немає. Виключенням є лише ті телеканали, які працюють з поміткою «міжнародний». Щодо Інтернету, тут здійснюється контроль за інформаційними та іноземними платформами. Деякі теми, особливо щодо політичних дисидентів, корупційних дій з боку вищих керівників Комуністичної партії, легітимність Комуністичної партії, китайсько-в'єтнамські відносини та права людини є забороненими і піддаються цензурі партією різними способами, включаючи використання фізичного залякування, ув'язнення та кібератаки на веб-сайті. Платформи, які направлені на розважальний або освітній контент, подібні обмеження не стосуються хоча і перевіряються службами.

Також, в країні не заборонена трансляція іноземного кіно, однак перед показом фільми проходять ретельну перевірку на питання цензури, а ті картини, які присвячені взаємовідносинам країни з США або Китаєм, під заборонаю до показу. Єдиним виключенням є випадки, коли у картині беруть участь в'єтнамські кінематографісти [2, с. 9-10].

Якщо говорити про сітку мовлення, то вона на 60% складається з новин, 15% розважального контенту, 15% займають освітні програми і 5% відведено на рекламу. Розважальні програми здебільшого схожі на синтез південнокорейських та американських ток-шоу та південнокорейських і японських музичних шоу проєктів. Крім того, заборонена будь-яка суб'єктивна оцінка чи алузія на взаємовідносини країни із США, Китаєм та Росією [66].

Розділ 3.

СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ КУЛЬТУРНОЇ АПРОПРІАЦІЇ У ДАЛЕКОСХІДНОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Даний розділ присвячено вивченню практики прояву культурної апропріації у медійному просторі Далекого Сходу. Для цього ми ретельно вивчили та проаналізували основні простори медіа, де активно застосовується подібна практика серед представлених нами країн та виділили специфікацію прояву з подальшою реакцією широкої спільноти.

3.1. Аналіз прояву культурної апропріації у медійному просторі Японії. Незважаючи на те, що Японія досить довгий період була в якості аутсайдера, саме вона першою серед держав азійського континенту почала звертатися до культурної атрибутики держав різних континентів.

Першим проявом, опираючись на класифікацію професора Янга, предметної апропріації в медіа можна назвати використання європейських культурних атрибутів серед мангак. Осаму Тедзука, який багато в чому заклав візуальні та сюжетні основи як манги, так потім і аніме, виріс на Уолті Діснеї та братах Флейшер — і їхній вплив скинути з рахунків неможливо. Більшість із перших робіт опиралися саме на європейську культуру, створюючи алюзії та інтерпретації на тему древньогрецької міфології, творів Шекспіра чи Байрона. Лише згодом японці, окрім інтерпретацій почали використовувати власне культурне надбання для популяризації останнього за рахунок цієї субкультури. Однак, більшість канонічних, класичних робіт аніме у сьогоденних реаліях функціонування культури підпадають під розуміння культурної апропріації. Так, наприклад, легендарний аніме-серіал «Люпен III» відсилає до бульварного джентльмена-грабіжника Арсена Люпена і фігури італійського містика Алессандро Каліостро. Тай сам герой напівфранцуз та напівяпонець, а саме аніме та манга – це синтез європейської та японської культур, що наочно продемонстровано у Додатку А.

Роботи славнозвісного Хаяо Міядзакі у більшості – також алюзії на європейську культуру. Так, сюжет його екологічного постапокаліпсису «Навсікая із долини вітрів» - частково натхненний та запозичений із поеми Гомера «Одіссея», звідки й запозичено ім'я головної героїні. У «Небесному замку Лапута» присутні елементи «Пригод Гулівера» Джонатана Свіфта, а в «Рибці Поньо на скелі» можливо розгледіти одразу два акти предметної апропріації: із фольклорної «Русалоньки» та середньовічного німецького епосу про Нібелунгів. Не можливо оминати і одну із найвідоміших його робіт «Ходячий замок Хаула», який повністю опирається на роботу англійської письменниці Діанни Вінн Джонс.

Однак, варто зазначити, що в цих роботах і культура-інсайдер, і культура-аутсайдер представлені на рівних. Режисери та мультиплікатори, хоч і не намагаються пояснити значення тих чи інших посилянь на європейську культуру, але і не принижують її значення або не намагаються використати в поганому контексті.

Окрім вище зазначених робіт, які вже вписані в історію мультиплікаційного мистецтва, можливо зазначити і загальні тенденції апропріації, які притаманні сучасним аніме-серіалам. Так, японці мають велику зацікавленість у зображенні Європи сімнадцятого століття або Англії часів Вікторіанської епохи. Свого часу із манги та аніме це переросло в окремий стиль в субкультурі аніме, яка носить назву Лоліта. У більшості із цих робіт у зображеннях відбувається синтез, де візуальний ряд європейської культури переплітається із поведінкою, притаманною виключно японському менталітету. Хоча деякі із робіт і опираються на історичні джерела – мова та культурні традиції накладають власні правила щодо діалогів та мотивів для дій героїв [1].

Однак, якщо саме зображення Європи відбувається в досить позитивному контексті, то привласнення елементів релігійної тематики не настільки однозначне. Особливо активно використовуються елементи християнства – такі як знаряддя Страстей Христових чи звернення до християнської демонології та

небесної ієрархії. Так, наприклад, розп'яття як атрибут чи Святий Грааль часто включені в оповідь в нехристиянському культурному контексті, більше того, можуть відрізнитися від його початкового значення як християнського релігійного символу. У відомому аніме «Сейлор Мун» Святий Грааль – це скоріше атрибут зброї, який суттєво збільшує силу героїні, аніж знаряддя, яке має релігійне значення, а в аніме «Шавельє Д'Естон» розп'яття – є символом правосуддя, котре головний герой здійснює по відношенню до вбивць своєї сестри і воно також не несе релігійного значення, хоч і має дещо містичний контекст. Така ж історія спіткає і демонів та ангелів – відходячи від канонічного християнського значення цих істот, в аніме вони можуть виконувати зовсім іншу функцію або і взагалі мінятися місцями, змінюючи природу та мотиви власних дій [12].

Не лише аніме часто звертається до елементів чужої культури – це ж стосується і телесеріалів. Більшість серіалів або, як прийнято називати їх в країні Висхідного сонця дорами, опираються на власні культурні традиції чи історичні опуси. Часто за основу сюжету беруть відоме аніме або ж мангу, яку адаптують на екрани. Іноземні культури тут рідко показують, як і запрошують іноземців до роботи, а якщо вони і беруть участь, то зазвичай – це епізодична роль і пов'язана вона скоріше із стереотипним уявленням про поведінку тих чи інших представників культури, а не про привласнення. Інколи відбувається навпаки, так у 2010 році на екрани вийшла дорама з досить цікавою назвою «Японський, якого не знають самі японці», сюжет якої обертається навколо класу в мовній школі для іноземців. Учні класу – дев'ять іноземців із різних країн, які приїхали вивчати японську мову. На момент, коли вона вийшла, після перегляду своє невдоволення висловили іноземці, які проживали в країні, оскільки їм здалося, що зображення учнів було стереотипне. Так, ми спостерігали за педантичним англійцем, експресивним італійцем, манірною французенкою, вічно діловим американцем, екзальтованою росіянкою та трішки дурнуватою дівчиною із Таїланду і т.д. Однак, коли ця дорама була

знову запущена у пройм-таймі на телебаченні нещодавно, то невдоволення вже можливо було спостерігати у самих японців. Бо виявилось, що тут зображена «обернена» апропріація, коли культура-аутсайдер почала привласнювати культурні атрибути країни-інсайдера. Так, швед знає основи та правила створення манги краще, ніж його викладач, яка є японкою, а американець володіє тонкощами японської чайної церемонії не гірше власниць чайних домів [111].

Це не єдиний приклад подібної практики на японському телебаченні, однак він є найбільш яскравим, який описує відношення самих японців до подібного.

Що ж стосується телемедіа, то тут більшість шоу опирається на власні культурні особливості, гумор та наявність цензури. Більшість айдол-шоу повністю копіюють південнокорейські шоу подібної тематики, опираючись на власну музичну індустрію – іноземні виконавці тут зустрічаються рідко, як і представники європейської чи американської культури в якості запрошених гостей. Однак, тут зустрічаються випадки, коли предметна апропріація виражається в моді або в спотвореному зображенні того чи іншого культурного елемента чи, взагалі, національності.

Так, для японського телебачення не є новизною так званий «blackface», коли представників не африканської культури гримують під них та використовують їх образи для відображення виключно «чорної» культури, яка була притаманна в Америці особливо в 20-роках двадцятого століття. Більшість представників афроамериканців в подібному жесті вбачають не лише культурне привласнення, але і цілком расистський підтекст. Ілюстративне зображення використання «blackface» продемонстровано у Додатку Б.

Окрім того, іноді на японському телебаченні та в музичній і модній індустрії використовується тематика, яка різко негативно сприймається світовою спільнотою та діє не лише як практика привласнення, а і подвійні стандарти. Так, зауважуючи наявність цензури, в Японії заборонено будь-яке

зображення чи алузії на якудза чи європейську мафію, а також звернення до історичних подій, пов'язаних із воєнною діяльністю японців. В той же час, цілком доцільне використання військової форми нацистської армії та використання нацистської атрибутики без їх контекстуального, історичного та культурного значення [55].

Що стосується програм не розважального типу, то культурні атрибути та особливості менталітету представників різних країн чи національностей представлені виключно в інформативному та науково-просвітницькому контексті. Більша їх частина направлена на аудиторію шкільного віку та має на меті знищення стереотипів по відношенню до представників тих чи інших культур.

3.2. Особливості прояву культурної апропріації у медійному просторі Південної Кореї. Наступною після Японії, хто активно почав звертатися не лише до власного культурного надбання, а і використовувати атрибути інших представників культури, є Південна Корея. Маючи в основі інноваційну кросс-медійну систему, яка полягає в синтезі західної та східної моделі медіа – Корея досить швидко почала їх запозичувати та змішувати.

Основним джерелом прояву практики культурного привласнення у сучасній Республіці Корея є індустрія к-поп. Музична індустрія країни, починаючи з 60-х років двадцятого століття, активно використовувала суто американські елементи, і більшість пісень того часу схожі за своїм звучанням на джаз, блюз та перші елементи рок-н-ролу. Серед виключно власного звучання в них розвивалися жанри трот та пхансорі. Перший, в результаті історичних подій трансформувався, і сучасна його форма – це синтез багатьох жанрів корейської, японської, американської та європейської музики, а останній перетворився у форму народного музичного жанру.

Починаючи із 90-х років двадцятого століття, під впливом американської «хвилі» бонз-бендів та японської моделі створення артистів агентства Південної Кореї починають будувати власну музичну індустрію. На даний

момент, к-поп – це скоріше велика субкультура, аніж музичний жанр і за останнє десятиліття він суттєво збільшив власну аудиторію. Однак, враховуючи сучасну еру надчутливості щодо використання культурних елементів, індустрія виявилась не готовою до настільки прискіпливої уваги. Найчастішим проявом апропріації у цій сфері медіа є предметне культурне привласнення, яке зустрічається в музичних кліпах артистів та під час їх виступів.

Так, перший прояв було зафіксовано у 2009 році, коли жіночий гурт Wonder Girls для свого музичного відео використали типові зачіски на наряди темношкірих виконавиць ритм-енд-блюзу 60-х років двадцятого століття. І якщо тоді реакція була позитивною, враховуючи, що з цією піснею дівчата прагнули заручитися підтримкою аудиторії США, то сучасна тенденція змусила компанію принести вибачення за використання чужих елементів культури [103].

В подібну ж ситуацію неодноразово потрапляло одне із провідних музичних агентств в країні – YG Entertainment. Спеціалізуючись на хіп-хоп культурі та виконавцях в стилі реп – артисти компанії часто використовували елементи представників «чорної» культури в США без їх контекстуального значення. Так, використання дред, афрокудрів, наявність дюрага (головного убору афроамериканської культури) чи плетіння бокс-брейд є звичним явищем, що проілюстровано у Додатку В.1.

Взагалі, тенденція привласнення атрибутів саме «чорної» афроамериканської культури є чи найчастішим явищем прояву подібної практики. Артисти неодноразово були звинувачені та приносили вибачення саме за використання цих елементів. Це зумовлено тим, що південнокорейська індустрія власні витoki бере саме з американської індустрії і багато в чому рівняється на неї [23].

Ще одним елементом американської культури, який часто зустрічається в к-поп і проілюстрований у Додатку Г.1 є використання вінця з пір'я – головного убору індіанських вождів. Окрім того, атрибутика індіанських

племен, імітація їх поселень та житла, а також їх танців неодноразово потрапляли на екрани південнокорейських виконавців, після чого різко критикувалися іноземними прихильниками.

Також варто відмітити тенденцію із використанням індійської атрибутики. Дівчат та дівочі гурти неодноразово звинувачували у привласненні елементів культури представників Індії, зокрема носіння таких речей як Бінді, Мата Патті чи стилізоване сарі, що продемонстровано у Додатку Г.2.

Також, не варто залишати поза увагою і появу індуїстських божеств таких як Ганеш, Калі чи Парваті – всі вони були вписані у відео лише в якості декоративного елемента без культурного контексту, як показано у Додатку Г.3. Індійські користувачі неодноразово помічали та виказували невдоволення щодо неповаги по відношенню до їх релігії.

Крім того, індустрії притаманне змішання різних культурних елементів в одному відео чи виступі гурту. Так, дівчат із гурту MOMOLAND було звинувачено у привласненні одразу з боку декількох культурних груп, бо у відео вони продемонстрували культурні елементи представників Єгипту, Мексики, Європи періоду вісімнадцятого століття, зокрема Франції та В'єтнаму [72].

Всі ці недоліки представники індустрії та самі артисти пояснюють швидкою глобалізацією такого явища як к-поп. Одна із представниць індустрії зауважувала: «Здається, ніби індустрія не була готова до такої популярності. Все тому, що відбулося це занадто швидко і раптово розрослося. Артисти не намагаються навмисно образити своїх іноземних фанатів – всі відбувається лише через недостатню обізнаність» [88].

Окрім музичної індустрії, подібна проблема виникає і на телебаченні, зокрема серед телевізійних серіалів. Використання елементів афроамериканської культури, їх атрибутики та імітація поведінки неодноразово зустрічалась на екранах південнокорейських дорам. Так, нещодавно у подібному був звинувачений серіал «Пентхаус 3», де було введено персонажа із

США. Міжнародні фанати висловили невдоволення, оскільки візуалізація персонажа була не лише карикатурною, але і расистською: «хлопець із заплетеними дредами та акцентом, який, здається, повторював репліки AAVE - «Афроамериканський діалект англійської мови» [91].

У подібному була звинувачена і дорама «Сміх у Вайкікі» з боку російськомовних та україномовних глядачів. У одному із епізодів з'являється персонаж, який за сюжетом прилетів із України. Дівчина була зображена за стереотипними уявленнями щодо слов'янок, окрім того, культурні елементи, які вона відносила до українських, насправді були більше притаманні російській культурі.

Дещо інша ситуація відбувалась із дорамою «Вінченцо», однак стосувалося це не стільки персонажа, скільки міста. Італія була зображена досить стереотипно та застаріло із використанням відомих споруд, однак без їх культурного значення. А самого персонажа було звинувачено у популяризації не італійської чи корейської кухні, а китайської, оскільки в кадрі найчастіше він їв саме її [54].

Що стосується телевізійних шоу, то тут ситуація майже ідентична із Японією. Використання «blackface» та атрибутів афроамериканських культурних атрибутів є частою практикою у комедійних шоу, однак на відміну від Японії, у Південній Кореї досить часто на екрані з'являються іноземці – деякі з них навіть є постійними ведучими, тому тенденція використання карикатурних зображень інших національностей більше не є доцільною. Загалом, на корейському телебаченні намагаються більше популяризувати власну культуру та традиції, а більшість мультиплікаційної продукції є автентичною та опирається на власні легенди та міфи. Єдиним виключенням є звернення до європейської культури фентезі: ельфи, гноми, гобліни чи тролі зображуються у відповідності до європейського канонічного зображення, за виключенням розрізу очей – він залишається типово азіатським.

3.3. Культурна апропріація у медіапросторі Китаю. На відміну від двох попередніх країн, Китай – відносно молода країна у питаннях взаємодії з іноземними медіа. Досить довгий період через політику комуністичної партії та жорстоку цензуру не лише в сфері медіа, але і взагалі у всіх сферах життя, країна залишалася за «залізною стіною». Сьогоднішня ситуація також має безліч нюансів, які впливають на функціонування як вітчизняних, так і іноземних медіаресурсів всередині країни, однак глобалізація впливає все більше і тому потребує комунікації та співпраці. Маючи на меті розповсюдження, перш за все, власної культури, материковий Китай досить відкрито відноситься до іноземців на власних телеекранах, які здатні привернути увагу не лише всередині країни, але і за її межами. На відміну від Японії та Південної Кореї, тут представників американської, європейської та слов'янської культур достатньо. За останні сім років вони складають майже 40% від усіх учасників та співробітників, які готують телевізійні проекти, а самі програми транслюються одразу і на телебаченні, і на Інтернет платформах із вмонтованими субтитрами для іноземних глядачів. Особливо це стосується різноманітних ток-шоу чи телепередач, пов'язаних зі змаганнями [112].

Опираючись на подібне відношення у питаннях виробництва та зйомок, ми також помітили, що проблема «blackface» тут майже невідома, а питання стереотипного уявлення щодо різних європейських національностей тут мінімальна. Все це зумовлено тим, що за регламентом Комуністичної партії Китаю щодо створення медіапродуктів, окрім розважального вмісту, вони мають нести навчальну та просвітницьку функцію. Більшість шоу будується на навчанні та демонстрації іноземцям китайської культури. В свою чергу, останні знайомлять своїх китайських колег з деякими особливостями власної культурної спадщини. Звичайно, питання предметної апропріації залишається відкритим. Так, наприклад, як і в Південній Кореї – молоді китайські артисти люблять використовувати атрибути «чорної» американської культури: дреди, плетіння бокс-брейд, масивні, характерні для хіп-хоп культури аксесуари, як

показано у Додатку В.2, однак робиться це з обережністю та не занадто часто [113].

Використання елементів європейської та слов'янської культур на телебаченні незначне та зазвичай воно відбувається за підтримки та допомоги самих іноземців. Однак, практика культурного привласнення у медіапросторі все таки присутня, але вона швидше відноситься до так званої «внутрішньої» апропріації. Це пов'язане з наявністю різних національних меншин, які проживають невеликими діаспорами на території Китаю.

Як відомо, Китай включає в себе безліч діалектів, які історично пов'язані із завойовницькими діями та національними меншинами, які намагаються зберегти власну мову та культурну спадщину. Саме такі культурні атрибути часто використовуються для демонстрації на різноманітних телевізійних проектах, однак без вказівок їх історичного коріння. Особливо гостро такі зіткнення відбуваються між представниками китайської та корейської культур. Оскільки обидві країни мають спільне коріння, а на території Китаю проживає етнічне угруповання чосон-джок, яке складається із потомків корейських іммігрантів – у більшості випадків будь-який прояв корейської культури на екранах китайського телебачення буде представлений саме як таке, що відноситься до китайської культури національних меншин. Останні в свою чергу разом із корейськими глядачами звинувачують розробників та режисерів програм у культурному привласненні та недостовірності інформації. Так, під подібний шквал критики неодноразово потрапляла китайська танцювальна програма «Street Dance of China», коли одним із завдань було виконання етнічних танців [93].

Подібне невдоволення також виказують представники монгольських та тюркських національних груп. Так, коли казахський виконавець Дімаш Кудайбергенов на китайському шоу «Singer» виконав народну пісню рідною мовою – вона була представлена саме як надбання етнічних меншин, що викликало невдоволення серед глядачів із Казахстану.

Щодо питань кіновиробництва, то тут кіно намагається залишатися автентичним та звертатися виключно до власних культурних особливостей та моментів. Варто розуміти: те, що знімається для розповсюдження за кордон, найчастіше, знімається у співпраці із іноземними режисерами чи продюсерами картини. Такі стрічки намагаються адаптувати для широкого загалу і це, зазвичай, або комедія – як, наприклад, фільми за участі Джекі Чана, - або відображення історичних подій, наприклад, «Квіти війни», де висвітлюються події японсько-китайської війни та Нанкінська різня. Фільми для внутрішнього ринку, зазвичай, наповнені виключно китайською атрибутикою без будь-яких запозичень і привласнення.

Дещо інакша ситуація із серіалами. Користуючись збільшенням уваги до корейських сагиків – історичних дорам, Китай почав знімати власні телевізійні продукти, однак із використанням технологій та особливостей, які притаманні для корейських дорам. Крім того, тут постала така ж проблема привласнення, як і з етнічними танцями та піснями на шоу. Використання у серіалах корейських ханбоків (традиційних нарядів) чи шляп кат, які носили чоловіки під час правління династії Чосон викликало масу дискусій серед корейських глядачів. І питання не лише у привласненні, а у контексті використання цих атрибутів – він повністю відтворює колоніальну практику явища апропріації, оскільки представлені елементи часто пов'язані із персонажами середнього або низького класу, в той час як представники правлячої династії та наближені до імператора постають у, виключно, китайських ханьфу. Це ж стосується і діалектів: представники монгольської, корейської чи тюркської мовної групи завжди говорять із явним акцентом, в той час як вищий клас користується пекінським діалектом, який має статус офіційної китайської мови - путунхуа або літературною мовою. Найбільш яскравий прояв такої форми культурного привласнення можливо побачити у роботах «Чотирнадцятий рік правління імператора Ченхуа» та «Я закохалась в тебе», а також у фантазійному серіалі сянься «Далекі мандрівники» [41].

Неможливо оминати поза увагою форму контентної апропріації, яка присутня у китайських медіа, і стосується вона коміксів маньхуа та анімації дунхуа. Перше є власною варіацією японських коміксів манга, а друге – японських аніме. І маньхуа, і дунхуа мають власну історію розвитку, однак із популяризацією японської індустрії, Китай перейняв багато особливостей цього жанру. Так, починаючи із 60-х років двадцятого століття стиль китайських коміксів став багато в чому схожий на японську мангу і це продовжувалось до кінця Культурної революції в Китаї. Згодом, китайські художники почали розробляти та використовувати власний стиль, однак манера та основні правила залишилися незмінними та рівнялися на японських авторів. Це ж стосується і дунхуа – з розвитком культури аніме у 90-х роках двадцятого століття, китайські мультиплікатори почали активно запозичувати формулу та правила створення таких мультфільмів. Як і маньхуа, з часом китайські автори відділилися та почали створювати роботи на основі власного стилю, однак основні ознаки жанру залишилися незмінні, що наочно проілюстровано у Додатку Д [48, с. 135-137].

На даний момент і маньхуа, і дунхуа є автономними жанрами, хоча їх і прийнято відносити до однієї групи разом із японськими та корейськими коміксами та мультсеріалами. Відмінною рисою китайських робіт є те, що найчастіше автори опираються на вже створену раніше літературну роботу: новелу, роман чи оповідання, – і створюються одночасно. Тобто, по одній новелі знімається одразу дунхуа та малюється маньхуа. Випадки, коли маньхуа чи дунхуа є автономною роботою – рідкість. І не дивлячись, на очевидне культурне присвоєння, хоч і без негативного контексту, серед прихильників цієї субкультури іноді виникають суперечки щодо питань хронології виникнення жанру та країни, яка перша почала створювати подібні медіапродукти. Серед найбільш відомих робіт можливо назвати наступні: «Східні герої» Хуан Юйлана, «Магістр диявольського культу», «Благословення небожителів» автора Мосян Тунсю, «Аватар короля» Худе Ланя [70].

Дещо інакша ситуація із повнометражною анімацією, яка створюється для «великих» екранів. Тут також присутня форма контентної апропріації, але привласнення не із Японії, а Голлівуду. На хвилі популярності 3D анімації китайські режисери активно почали використовувати технології та правила створення мультиплікаційних робіт, які розробили та розповсюдили такі студії як Disney та Pixar. Сюжет, щоправда, залишається автентичним та опирається найчастіше на власні легенди та міфи або історичні події, за виключенням фентезі – тут діє форма предметної апропріації, оскільки на екранах можуть виникати представники скандинавської, грецької чи японської міфології. Серед найбільш відомих можливо виділити наступні роботи: «Нечжа», «Цзян Цзя», «Гніздо дракона» та «Легенда про воюючі царства».

3.4. Форми культурного привласнення у медіапросторі країн Таїланду та В'єтнаму. Медіапростори Королівства Таїланд та Соціалістичної республіки В'єтнам є найменш розвиненим серед представлених країн щодо взаємопроникнення інших культур. Все це зумовлено внутрішніми політичними перипетіями: часті перевороти та введення військових режимів на території Таїланду та досить жорстока цензура на території В'єтнаму. Кожна із країн намагається популяризувати, перш за все, власну культурну спадщину та зробити її привабливою для іноземних туристів.

Перш за все, у питаннях культурного привласнення, обидві країни мають справу з формою контентної апропріації. І Таїланд, і В'єтнам у побудові своєї музичної та розважальної телевізійної індустрії рівнялися на ринок Південної Кореї. Більше того, велика частина виконавців свій творчий шлях починали саме в Кореї: деякі після цього поверталися додому, а деякі продовжують працювати на дві, а то і на три країни, оскільки задіяні також для співпраці із материковим Китаєм. Саме тому більшість популярної музики, яка створюється всередині країни лише частково виконується тайською та в'єтнамською мовами – частіше англійською або корейською, якщо мова йде про популяризацію композиції саме в Південній Кореї. Крім того, більшість артистів підписують

одразу декілька контрактів з агентствами для просування у різних країнах, тому їх музична індустрія мало відрізняється від південнокорейської. А тому, і проблеми привласнення часто ідентичні із корейськими айдолами: звернення до «чорної» культури американців, носіння традиційних нарядів індіців та звернення до їх вірувань без вивчення та включення контексту значення.

Одним із останніх конфліктів, викликаних щодо апропріації був направлений на молоду реп-виконавицю Milli, оскільки і сама дівчина у сольній творчості, і у складі гурту Ratri зверталися до афроамериканської, а також індійської культурної атрибутики [79].

Подібний інцидент відбувся і з тайською співачкою та акторкою Грейс Канклао. Її неодноразово звинувачували у культурному привласненні, особливо з боку афроамериканської спільноти [25].

А от зовсім неочікуваним звинуваченням були претензії до тайської співачки та реп-виконавиці Лаліси Монобан. Дівчина довгий період працює на території Південної Кореї, а також США. У своєму музичному відео вона використала традиційний тайський одяг у одному із кадрів, однак обурення викликала не сама картинка, Лаліса тайка, а отже ніякого привласнення тут немає, - а те, що вона у цей час співала. Реп-партія була досить активно доповнена суто американським жаргонізмом, притаманним для представників «чорної» хіп-хоп культури. Крім того, під час виконання вона застосувала так званий «бласент» - акцент темношкірих американців, який використовується при виконанні повільних хіп-хоп композицій. Питання щодо того, чи був це акт апропріації, чи все таки акт акультурації залишається відкритим, однак більшість дотримується першої точки зору [18].

Ще одним джерелом появи суперечок на рахунок привласнення вважаються тайські серіали, які в країні звикли називати лакорни. Тут постає така ж проблема контентної апропріації, як в Китаї на рахунок маньхуа та дунхуа. Основа серіалів та їх сюжетна побудова дуже схожа на південнокорейські дорами. Більше того, частина таких серіалів є тайською

адаптацією канонічних японських, корейських чи китайських робіт. Проблема полягає в тому, що при адаптації не береться до уваги контекстуальне та культурне значення тих чи інших жестів, слів чи певних атрибутів, а якщо їх використання все таки враховується, то виглядає це більше схожим на карикатурне зображення, пародію чи глузування.

Також частину тайських «мільних опер» неодноразово звинувачували у апропріації, але не лише азіатських серіалів, як наприклад, адаптація класичних китайських серіалів, а бразильських та індійських. Сюжетна лінія, поведінка героїв, їх вчинки та побудова сценарію часто більше схожа на старі канонічні серіали Латинської Америки або Боллівуду, однак через культурні розбіжності їх зображення виглядає досить сумнівно [27, с. 106-120].

Така ж ситуація відбувається і з повнометражним кіно. Майже все воно направлене на внутрішній ринок або експортування до країн Далекого Сходу, зокрема до Південної Кореї, а самі фільми – часто імітація вже відомих картин, історичні драми або фільми, створенні виключно із пропагандистською метою на замовлення пануючої верхівки.

Що стосується В'єтнаму, окрім тісної співпраці з індустрією Південної Кореї також можливо спостерігати взаємодію із Китаєм. Не дивлячись на досить важкі політичні взаємовідносини, в індустрії розваг ці країни взаємодіють гармонічно та плідно. Так, більшість, так званих шоу на виживання, в яких із великої кількості молодих дівчат та хлопців формують новий музичний гурт, рівняються на південнокорейські, оригінальні телепередачі, адже саме вони запустили такий формат відбору молодих талантів. Однак, в'єтнамські телешоу часто відтворюють саме китайську адаптацію подібного формату. Крім того, саме китайські артисти часто виступають в якості наставників та суддів [26].

Говорячи про появу європейців чи американців на телеекранах в'єтнамського чи тайського телебачення, треба сказати, що воно майже відсутнє або епізодичне. Однак, на відміну від Японії – тут не виникає проблем

на кшталт «blackface» чи звернення до спірних історичних подій та атрибутів. Питання воєнних конфліктів, політичних взаємовідносин взагалі не піднімаються, а тому в запрошених експертах немає необхідності. Інколи відбуваються так звані телевізійні мости, однак і вони, найчастіше, відбуваються із представниками азіатського континенту. Особливо така практика присутня під час музичних премій.

Серед звинувачень та обурення в сторону В'єтнаму також часто зустрічається форма предметної апропріації китайської культури. А саме, користуючись тим, що китайське вбрання ціпао (жіноча сукня) візуально дуже схоже на в'єтнамську сукню аозай – останні надають перевагу саме китайському варіанту для демонстрації на телевізійних екранах, однак представляють його як власний етнічний наряд. Часто такі претензії висувають артистам та їх музичним відео. Так, під подібну критику потрапили роботи двох в'єтнамських виконавців Дениса Данга та Нгуен Чан Чунг Куана. Вони представили серію музичних відео, які об'єднані однією сюжетною лінією та відсилають до історичного фентезі, однак використали не в'єтнамський фольклор, а китайський. С точки зору історичної достовірності претензій не виникає, оскільки В'єтнам досить довгий період був під правлінням Піднебесної, однак питання викликали вбрання та культурні атрибути, які були використані: чоловіче ханьфу, шпильки та гребні – всі вони відносяться до суто китайської культурної спадщини, як і міфічні антропоморфні істоти, що були задіяні в роботах. Режисером картин виступив Денис Данг і це не одноразове його звернення до китайської культури, в якості візуалізації власних робіт [107].

Аналізуючи тайську та в'єтнамську мультиплікацію та анімацію щодо проблем привласнення, можна також помітити суттєву різницю та розрив із анімаційними роботами інших країн Азії. Так, тайська мультиплікація має справу із контентною апропріацією одразу з двох країн: США та Китаю. Їх 3D графіка та сюжет часто опирається або імітує роботи студій Pixar чи Chengdu

Soco Cartoon. Сюжети, які використовують мультиплікатори, більше схожі на роботи західних: європейських та американських авторів. Інколи, відбувається звернення до власних казок та міфів, а також частина мультфільмів виконує навчальну та просвітницьку функцію, рідше – картини створюються на замовлення того режиму, яким знаходиться при владі в країні [60, с. 192-195].

Що стосується В'єтнаму, то тут мультиплікаційна та анімаційна сфера розвинена слабо і більшість робіт схожі на картини часів СРСР або роботи студії Disney 90-х років двадцятого століття, хоча останнім часом почала розвиватися 3D графіка. Сюжети також часто базуються на цінностях комуністичної партії та покликані виконувати просвітницьку та пропагандистську роль серед юних глядачів, виховуючи їх. Це стосується як телевізійних мультсеріалів, так і повнометражних картин. Більшість анімації як Таїланду, так і В'єтнаму направлені виключно на внутрішній ринок та не призначені для експорту, тому звинувачувати їх у культурному привласненні важко та недоцільно, хоча така практика і присутня [60, с. 192-195].

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження ми дійшли наступних висновків:

По-перше, проблема культурного привласнення відіграє важливу роль у процесі встановлення міжкультурного діалогу, однак увагу наукового кола вона змогла привернути лише у 80-х роках двадцятого століття. І не останню роль в такому перебігу подій відіграли процеси глобалізації та розповсюдження мережі Інтернет, а також збільшення соціальної чутливості, особливо серед представників національних та етнічних меншин, яких цікавило питання не лише привласнення з боку культури інсайдера, а і вплив цього привласнення на культуру аутсайдера.

Варто також зазначити, що перші прояви та найбільший розвиток апропріації відбувся в сфері моди серед європейських колоніальних угруповань, а вже потім розповсюджувався на інші сфери мистецтва. Сучасними провідними сферами використання практики культурної апропріації можна назвати кінематограф, музичну сферу, а також сферу моди, оскільки дизайнери відомих модних будинків продовжують користуватися національними культурними атрибутами різних народів.

По-друге, вивчення та аналіз наукових робіт та досліджень щодо питань культурного привласнення дає змогу оцінити відношення самих науковців до подібних процесів. Воно неоднозначне і у більшості дослідників відсутня чітка аргументація за чи проти практики привласнення, вони висловлюють лише припущення на основі історичних джерел та передумов.

Однак, незважаючи на особисту оцінку дослідників, позитивне чи негативне відношення щодо феномену апропріації, вони приходять до єдиної думки на рахунок того, що цей процес у рамках функціонування сучасного світу є неминучим. Процеси глобалізації провокують та сприяють необхідності встановлення діалогу з представниками різних культурних чи етнічних угруповань задля гармонічного функціонування у єдиному соціальному, політичному чи економічному просторі. В результаті такої взаємодії процеси

взаємопроникнення є невід'ємною частиною встановлення тісних взаємозв'язків та відносин.

Варто також зазначити, що провідною країною щодо вивчення питань культурної апропріації є Сполучені Штати Америки, а більшість дослідників є представниками національних меншин на території США, тому їх роботи базуються не лише на історичних джерелах, але і на цілком наочному спостереженні. Серед вітчизняних науковців питання культурного привласнення лише набирає актуальність для дослідження, тому є досить мало робіт, які можна використовувати при вивченні данного явища.

По-третє, визначення специфікації роботи медіапростору країн Далекого Сходу дають нам можливість в повній мірі проаналізувати культурні та соціальні процеси, які відбуваються там, а також відзначити відмінності роботи медіа у зв'язку із дещо відмінним від західної моделі процесу створення медіаконтенту.

Під час дослідження ми звернули увагу на те, що кожна із представлених країн Далекого Сходу, а саме: Японія, Китай, Південна Корея, Таїланд та В'єтнам, незважаючи на однакові історичні коріння, мають власні особливості щодо створення крос-медійних систем та роботи медіаплатформ. Ці особливості зумовлені історичним минулим, політичними, економічними та соціальними ознаками.

Крім того, всі із представлених країн є досить молодими учасниками рівноправного міжкультурного діалогу. Раніше вони виступали лише як культури аутсайтери, чії культурні та національні атрибути активно використовувалися за кордоном, особливо серед європейських представників – це також посприяло виробленню власної моделі створення медіаконтенту.

По-четверте, проблема культурного привласнення в медіапросторі всіх із представлених у дослідженні країн зустрічається частіше, ніж серед західних представників.

Під час дослідження було виявлено, що кожна із країн Далекого Сходу зверталась до апропріації навмисно або випадково. Підрахувати та визначити коефіцієнт такої практики неможливо, але варто зазначити, що найчастіше проблема привласнення постає перед представниками медіа Південної Кореї. Зумовлено це одразу двома факторами: збільшенням зацікавлення південнокорейським медійним простором з боку західних користувачів та неготовністю до такої уваги південнокорейськими представниками. Найменш очевидні та помітні для широкого загалу проблеми із практикою культурного привласнення виникали в медіапросторі Королівства Таїланд та Соціалістичної республіки В'єтнам – тут спеціалізація більше спрямована не стільки на власну автентичність та національну значущість, скільки на пропагандистську діяльність тих політичних сил, які знаходяться при владі.

По-п'яте, особливість прояву культурної апропріації у далекосхідному медійному просторі полягає в тому, що вона у більшій мірі проявляється не як привласнення західних чи американських культурних атрибутів, хоча безумовно це присутнє. У більшості випадків привласнення відбувається між представниками зазначених країн. Представники медіа Китаю використовують культурні атрибути Південної Кореї, Південна Корея звертається до культури Японії, а останні можуть використовувати спільне надбання одразу трьох країн.

Така специфікація прояву культурного привласнення спровокована наявністю спільної історії та культурної спадщини. У такому випадку кожна із сторін вважає, що працює із власним культурним надбанням і питання культурної апропріації є недоцільним.

Також варто відзначити, що найбільш частими формами прояву культурної апропріації у далекосхідному медійному просторі, за класифікацією професора Янга, є форми предметної та контентної апропріації. Привласнення відбувається на основі або існуючого матеріалу, або наявності цілком матеріального предмету.

Характерною особливістю роботи далекосхідних медіа є ще й те, що за майже кожен прояв привласнення представники, яких було звинувачено, приносять офіційні вибачення стороні, яка звинувачення висунула, а також надають розгорнуту відповідь-пояснення, чому це відбулось.

Зважаючи на все вищесказане, ми можемо узагальнити і сказати, що культури взаємодіяли одна з одною протягом усієї історії. Процеси еволюції та взаємодії людства були побудовані на колективних знаннях і не завжди вони приводили до позитивного результату з боку усіх сторін, які вступали у цей процес. Практика привласнення або по-іншому апропріації існувала задовго до того, як на це почали звертати увагу. Країни Далекого Сходу та їх медіапростір є найбільш яскравими прикладами прояву цього процесу, бо на світовій арені є одними із наймолодших представників діалогу, які ще не знають всіх тонкощів цього процесу.

Окрім того, оскільки це явище є неминучим, єдиний вихід, який залишається – це сформувати практику позитивного культурного привласнення, а для цього необхідні повага до інших культур, дозвіл на культурну апропріацію у членів групи, комунікація, сприйнятливість, інтенціональність, прозорість та врахування соціальної надчутливості сучасного суспільства.

Список джерел та літератури

1. Аниме на тему: Викторианская эпоха. // *World Art*: веб-сайт. URL: http://www.world-art.ru/animation/list.php?public_keyword=771&sort=10 (дата звернення: 29.07.2021)
2. Буй Чи Чунг. Основные тенденции развития вьетнамского телевидения. *Массмедия зарубежных стран*, № 1, 2006. С. 9-10.
3. Горячева Е. А. Исторические предпосылки формирования современной системы СМИ Японии. *Проблемы Дальнего Востока*, № 5. 2018. С. 95–103.
4. Журавлева Е. Н. К вопросу о взаимодействии культур и культурного многообразия. *Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационных обществ*. №1, 2015. С. 145-146.
5. Ле Тхань Бинь. Роль прессы в социально-экономическом развитии Вьетнама (1986-1993). Москва: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 1993. 166 с.
6. Ли Ж. Особенности демократизации южнокорейской прессы в современных условиях (1987-1994 гг.). Москва: Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 1995. 198 с.
7. Мхитарян С.А. Новая история Вьетнама. Москва: Наука, 1980. 522 с.
8. Саїд Е. Орієнталізм. Київ: Основи, 2001. 511 с.
9. Семанов В.И. Вьетнамский писатель-революционер Фан Бой Тяу и его дальневосточные современники. Москва: Наука, 1982. 262 с.
- 10.Ткачева Н. В. Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. Москва: РИП-холдинг, 2003. 151 с.
- 11.Тонглерт К. Средства массовой информации, политика и культура. Бангкок: SE-ED, 1996. 278 С.
- 12.Филиппов А. Влияние японской культуры на американский мейнстрим: письма с границы между светом и тенью. // *KinoArt*: веб-сайт. URL: <https://kinoart.ru/texts/banzai-usa> (дата звернення: 29.07.2021)

13. Чжу Х. Тенденции развития новых СМИ в Китае. // *Russian People*: веб-сайт. URL: <http://russian.people.com.cn/95181/7089153.html> (дата звернения: 19.05.2021)
14. Чо Х. Основные этапы развития системы печатных СМИ Республики Корея. *Массмедия зарубежных стран*, № 2. 2012. С. 17-25.
15. Чхан Тхи Тху Хыонг. Ведущие СМИ Вьетнама. *Вестник ВГУ*, № 4, 2015. С. 162-166.
16. A brief history of Tweed. // *Tweed*: веб-сайт. URL: <https://tweed.se/history-tweed> (дата звернения: 05.05.2021)
17. Agnew J. *The Old West in Fact and Film: History Versus Hollywood*. Jefferson: McFarland & Company, 2012. 266 p. (30-36)
18. Anjani A. Lisa Blackpink Tersandung Isu Cultural Appropriation, Apa Itu? // веб-сайт. URL: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5748406/lisa-blackpink-tersandung-isu-cultural-appropriation-apa-itu> (дата звернения: 15.11.2021)
19. Banks J, De la Chapelle D. *Tartan : romancing the plaid*. New York : Rizzoli International Publications, 2007. 279 p.
20. Weina Xu. Media Censorship in China // *Council on Foreign Relations*: веб-сайт. URL: <https://www.cfr.org/china/media-censorship-china/p11515> (дата звернения: 19.05.2021)
21. Bronner S. J.; Clark C. D. *Youth Cultures in America*. Westport: Greenwood, 2016. 821 p.
22. Büyükokutan B. Toward a Theory of Cultural Appropriation: Buddhism, the Vietnam War, and the Field of U.S. Poetry. *American Sociological Review*, Vol. 76, 2011. P. 620-639.
23. Callum A. How K-pop is responding to its longstanding appropriation problem. // *Dazed*: веб-сайт. URL: <https://www.dazeddigital.com/music/article/50045/1/how-k-pop-is-responding-to-cultural-appropriation> (дата звернения: 10.10.2021)

24. Cashel H, John L. Reign Louis XIV. French fashion history // *World 4*: веб-сайт. URL: <https://world4.eu/french-fashion-reign-louis-xiv/> (дата звернення: 05.05.2021)
25. Chia J. Grace Kanklao, cultural appropriation and Thailand's lack of empathy. // *Thai Enquirer*: веб-сайт. URL: <https://www.thaienquirer.com/10186/10186/> (дата звернення: 15.11.2021)
26. Chin T. Minh Nhật Chi Tử tập 3 – Đã có những người đi tiếp [Minh Nhat Chi Tu episode 3 – There are people who continue] // *CHOI BÒI NHẢY MÚA*: веб-сайт. URL: <https://choiboinhaymua.home.blog/2018/09/11/minh-nhat-chi-tu-tap-3-da-co-nhung-nguoi-di-tiep/> (дата звернення: 17.11.2021)
27. Chittiphalangsri P. From plagiarism to incense sticks. *A World Atlas of Translation*, Vol. 5, 2019. P. 105-124.
28. Chun J. M. A Nation of a Hundred Million Idiots? A Social History of Japanese Television, 1953–1973. London: Routledge, 2006. 369 p.
29. Cliffe Sh. The Social Life of Kimono: Japanese Fashion Past and Present. London: Bloomsbury Academic, 2017. 256 p.
30. Cultural appropriation. // *Lexico*: веб-сайт. URL: https://www.lexico.com/definition/cultural_appropriation (дата звернення: 03.05.2021)
31. Cultural appropriation. // *Oxford Reference*: веб-сайт. URL: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095652789> (дата звернення: 03.05.2021)
32. Declaration on the Rights of Indigenous Peoples. // *United Nations*: веб-сайт. URL: <https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/declaration-on-the-rights-of-indigenous-peoples.html> (дата звернення: 07.05.2021)
33. Edelman J. The Dilemma of American Hinduism. // *Academia.edu*: веб-сайт. URL: https://www.academia.edu/28027800/The_Dilemma_of_American_Hinduism (дата звернення: 08.05.2021)

34. Ehrlich B. Here's Why You Shouldn't Wear A Native American Headdress. // *MTV NEWS*: веб-сайт. URL: <http://www.mtv.com/news/1837578/why-you-should-not-wear-headdresses/> (дата звернення: 07.05.2021)
35. Fay E. Ward. *The Cowboy at Work: All about His Job and how He Does it*. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1987. 310 p.
36. Fish E. S. Is Internet Censorship Compatible with Democracy?: Legal Restrictions of Online Speech in South Korea. // *SSRN*: веб-сайт. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1489621 (дата звернення: 25.05.2021)
37. Frucht, Richard C. *Eastern Europe: An Introduction to the People, Lands, and Culture*. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2005. 928 p.
38. George P. Nicholas & Alison Wylie 'Do Not Do Unto Others...': Cultural Misrecognition and the Harms of Appropriation in an Open Source World. *Appropriating the Past: Philosophical Perspectives on the Practice of Archaeology*. No. 12, 2012. P. 195-221.
39. Gittens W. A Mughal princess in New Spain. // *Academia*: веб-сайт. URL: https://www.academia.edu/49330889/THE_NATURE_OF_CULTURE_2021_ISBN_978_1_63972_6698_1 (дата звернення: 05.05.2021)
40. Hallin D. C. *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press, 1989. 304 p. (193-202)
41. Haydn An. Netizens wonder why Korean Hanboks from the Joseon Dynasty are in Chinese shows. // *Allkpop*: веб-сайт. URL: <https://www.allkpop.com/article/2020/10/netizens-wonder-why-korean-hanboks-from-the-joseon-dynasty-are-in-chinese-shows> (дата звернення: 05.08.2021)
42. Hayes G. Cross-Media. // *Personalize Media*: веб-сайт. URL: <https://www.personalizemedia.com/articles/cross-media/> (дата звернення: 25.05.2021)

43. Houska T. 'I Didn't Know' Doesn't Cut It Anymore // *Indian Country Today*: веб-сайт. URL: <https://indiancountrytoday.com/archive/houska-i-didnt-know-doesnt-cut-it-anymore> (дата звернення: 03.05.2021)
44. Hsiao-Cheng Han. Moving From Cultural Appropriation to Cultural Appreciation. *Art Education*, Vol. 72, 2019. P. 8-13.
45. Hutchinson J, Hiller S. The Myth of Primitivism. *Circa Art Magazine*, No. 61, 1992. P. 49-51.
46. James M. Art Crime. // *Australian Institute of Criminology*: веб-сайт. URL: <https://www.aic.gov.au/publications/tandi/tandi170> (дата звернення: 07.05.2021)
47. Joshua Reyes. Cumberland County College Cultural Appropriation & White Privilege. // *Academia.edu*: веб-сайт. URL: https://www.academia.edu/22446363/Cumberland_County_College_Cultural_Appropriation_and_White_Privilege (дата звернення: 13.05.2021)
48. Kalen E. F.S. Mostly Manga: A Genre Guide to Popular Manga, Manhwa, Manhua, and Anime. London: Libraries Unlimited, 2012. 165 p.
49. Keene A. But Why Can't I Wear a Hipster Headdress? // *Native appropriation*: веб-сайт. URL: <https://nativeappropriations.com/2010/04/but-why-cant-i-wear-a-hipster-headdress.html> (дата звернення: 07.05.2021)
50. Keene A. The Benefits of Cultural Sharing are Usually One-Sided. // *Course Hero*: веб-сайт. URL: <https://www.coursehero.com/file/12924051/The-Benefits-of-Cultural-Sharing-Are-Usually-One/> (дата звернення: 07.05.2021)
51. Kelly W. W. Finding a Place in Metropolitan Japan: Ideologies, Institutions, and Everyday Life, in *Postwar Japan as History*. Berkeley: University of California Press, 1993. 563 p.
52. King G., Pan J., Roberts M. How Censorship in China Allows Government Criticism but Silences Collective Expression. *American Political Science Review*, Vol. 107, 2013, P. 326 – 343.

53. Kops, M., Ollig, S. Internationalization of the Chinese TV Sector. Munster: LIT Verlag, 2007. 336 p.
54. Korean Netizens Criticize “Vincenzo” For Promoting Chinese Bibimbap. // *Koreaboo*: веб-сайт. URL: <https://www.koreaboo.com/news/korean-netizens-criticize-vincenzo-promoting-chinese-bibimbap/> (дата звернення: 10.10.2021)
55. Kota Mai. Мнение: Япония и культурная апроприация. // *LiveInternet*: веб-сайт. URL: <https://www.liveinternet.ru/users/5996886/post388935687/> (дата звернення: 02.08.2021)
56. Koziol C. Cultural appropriation Within the Global Village. *The Community Psychologist*, Vol. 48, 2015. P. 16-18.
57. Kwame A. A., Gutmann A. Color Conscious: The Political Morality of Race. Princeton: Princeton University Press, 1998. 200 p.
58. Kyu H. South Korea’s Experiment with a Free Press. *Gazette*, Vol. 53, 1994. P. 135-149.
59. Lee Hyo-won. Inside South Korea's Battle With a State-Sponsored Censorship Crisis. // *The Hollywood Reporter* веб-сайт. URL: <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/inside-south-koreas-battle-a-state-sponsored-censorship-crisis-973979/> (дата звернення: 25.05.2021)
60. Lent J. A. Animation in Southeast Asia. *Media Asia*, Vol. 26, 1999. P. 192-195.
61. Lewis G. Television, media reform and civil society in ‘Amazing Thailand’. London: Routledge, 2002. 288 p.
62. Lewis G. The Thai Movie Revival and Thai National Identity. *Journal of Media & Cultural Studies*, Vol. 17, 2003. P. 69-78.
63. Li J., Lee, C. Power, Money, and Media: Communication Patterns and Bureaucratic Control in Cultural China. Evanston: Northwestern University Press, 2000. 378 p.

64. Luo J. Media System in China: a Chinese Perspective. *International Communication of Chinese Culture*. №. 2. 2015. P. 49–67.
65. Markellou M. Appropriation art and cultural institutions. *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, Vol. 3, 2013. P. 145–154.
66. Marr D. Mass Media in Vietnam. Canberra: The Australian National University, 1998. 174 p.
67. Matthes E. Cultural Appropriation Without Cultural Essentialism? *Social Theory and Practice*, Vol. 42, 2016. P. 343–366.
68. McEwan E. The Scottish Gaelic Tattoo Handbook. Nova Scotia: Bradan Press, 2016. 102 p.
69. Media in Japan: Radio, Newspapers, Television, NHK and Privacy. // *Facts and Details*: веб-сайт. URL: <https://factsanddetails.com/japan/cat20/sub133/item727.html#> (дата звернення: 25.05.2021)
70. Miller R. From Manhua to Donghua: A History of Chinese Cartooning. // *International Institute for Asian Studies*: веб-сайт. URL: <https://www.iias.asia/the-review/manhua-donghua-history-chinese-cartooning> (дата звернення: 05.10.2021)
71. Minh-Hà T. Pham. Racial Plagiarism and Fashion. *QED: A Journal in GLBTQ Worldmaking*, Vol. 4, 2017. P. 67-80.
72. Momoland Under Fire For Offensive, Stereotypical Portrayals Of Different Culturesю // *Koreaboo*: веб-сайт. URL: <https://www.koreaboo.com/news/momoland-fire-offensive-stereotypical-portrayals-different-cultures/> (дата звернення: 10.10.2021)
73. Ousterhout R. Ethnic Identity and Cultural Appropriation in Early Ottoman Architecture. *Muqarnas*, Vol. 12, 1995. P. 48-62.
74. Perelman E. The Appropriated Geisha: Using Their Role to Discuss Japanese History, Cultural Appropriation, and Orientalism. *Education about Asia*, Vol. 20, 2015. P. 70-72

75. Petter O. Gucci criticised for putting turbans on white models. // *Independent UK*: веб-сайт. URL: <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/gucci-white-models-turbans-avan-jogia-fashion-canada-actor-a8224716.html> (дата звернення: 07.05.2021)
76. Potter D. Cultural Appropriation as Masked Racism: Humor, Hip-Hop and The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. // *Academia.edu*: веб-сайт. URL: https://www.academia.edu/14949446/Cultural_Appropriation_as_Masked_Racism_Humor_Hip_Hop_and_The_Tonight_Show_Starring_Jimmy_Fallon (дата звернення: 13.05.2021)
77. Pullen, Darren L. *Technoliteracy, Discourse, and Social Practice: Frameworks and Applications in the Digital Age*. Pennsylvania: IGI Global, 2009. 312 p.
78. Rajkhowa A. The furore over cultural appropriation. // *Southern Crossing*: веб-сайт. URL: <http://southerncrossings.com.au/arts-and-culture/the-furore-over-cultural-appropriation/> (дата звернення: 13.05.2021)
79. Remind. 7 เรื่องน่ารู้ ของมิลลิ (MILLI) แร็ปเปอร์สาวสุดปัง [7 interesting facts about Milli (MILLI), the coolest young rapper] // *inTrend*: веб-сайт. URL: https://intrend.trueid.net/article/7-trueidintrend_230795 (дата звернення: 15.11.2021)
80. Richard T. S. *Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Society*. New York: SAGE Publication, 2008. 1752 p.
81. Riley, A. R., Carpenter K. A. *Owning Red: A Theory of Indian (Cultural) Appropriation*. // *Colodaro Law Scholarly Commons*: веб-сайт. URL: <https://scholar.law.colorado.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=articles> (дата звернення: 07.05.2021)
82. Rodriguez J. Color-Blind Ideology and the Cultural Appropriation of Hip-Hop. *Journal of Contemporary Ethnography*, Vol. 35, 2006. P. 645–668.
83. Rogers R. From Cultural Exchange to Transculturation: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation. *Communication Theory*, Vol. 16, 2006. P. 474-503

84. Rojanaphruk P., Writer S. Thailand's devastating year for print was a wake-up call. Adapt or die. // *Khaosod English*: веб-сайт. URL: <https://www.khaosodenglish.com/news/business/2017/01/08/thai-print-medias-devastating-year-wake-call-adapt-die/> (дата звернення: 28.06.2021)
85. Rosenfield A. G., Muangman D. THAILAND: Population Seminar for Representatives of the Press, Radio, and Television. *Studies in Family Planning*, No. 57, 1970. P. 15-19.
86. Ross R. Clothing: A Global History. Hoboken: John Wiley & Sons, 2013. 232 p.
87. Ruoyun B., Song G. Chinese Television in the Twenty-First Century: Entertaining the Nation. London: Routledge, 2017. 200 p.
88. Satviki S. Is K-Pop Guilty of Appropriating South Asian Culture? // *VICE*: веб-сайт. URL: <https://www.vice.com/en/article/ep4by4/k-pop-south-asia-cultural-appropriation> (дата звернення: 10.10.2021)
89. Shigehiro E. Extended media chronology of the 20th – 21st centuries. Tokyo: Genshisha, 2019. 300 p.
90. Singhal A., Udompim K. Cultural Shareability, Archetypes and Television Soaps: 'Oshindrome' in Thailand. *Gazette*, Vol. 59. P. 171-188.
91. Song D. "Penthouse 3" Accepts Criticism Of Racist Portrayal Of Character And Changes Park Eun Seok's Hairstyle. // *Koreaboo*: веб-сайт. URL: <https://www.koreaboo.com/news/penthouse-3-accepts-critism-racism-plans-change-park-eun-seok-hairstyle/> (дата звернення: 10.10.2021)
92. Sugiyama M. Media and power in Japan. London: Routledge, 1999. 356 p.
93. Susan Han. Netizens disapprove of WayV's TEN appearing as a judge on 'Street Dance of China 4'. // *Allkpop*: веб-сайт. URL: <https://www.allkpop.com/article/2021/10/netizens-disapprove-of-wayvs-ten-appearing-as-a-judge-on-street-dance-of-china-4> (дата звернення: 05.08.2021)
94. Sverrir J. Varangians: In God's Holy Fire. London: Palgrave Macmillan, 2020. 230 p.

95. Taliman V. Lakota Declaration of War // *The people`s paths*: веб-сайт. URL: <http://www.thepeoplespaths.net/articles/warlakot.htm> (дата звернення: 03.05.2021)
96. Tay J., Turner G. *Television Histories in Asia* Edited. London: Routledge, 2017. 248 p.
97. Teddy girls – Teddy girl a member of youth subculture in 1950s. // *Subcultures*: веб-сайт. URL: <http://subcultureslist.com/teddy-girls/> (дата звернення: 05.05.2021)
98. The constitution of Republic of Korea. // *refworld*: веб-сайт. URL: <https://www.refworld.org/docid/3ae6b4dd14.html> (дата звернення: 25.05.2021)
99. Timothy B. Lee. South Korea’s “real names” debacle and the virtues of online anonymity. // *arsTechnica*: веб-сайт. URL: <https://arstechnica.com/tech-policy/2011/08/what-south-korea-can-teach-us-about-online-anonymity/> (дата звернення: 25.05.2021)
100. Tong J. Press self-censorship in China: a case study in the transformation of discourse. // *Discourse & Society* веб-сайт. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0957926509106412> (дата звернення: 19.05.2021)
101. Wendy C. Lost in Translation: Tattoos and Cultural Appropriation. // *The Society Pages*: веб-сайт. URL: <https://thesocietypages.org/socimages/2012/04/13/lost-in-translation-tattoos-and-cultural-appropriation/> (дата звернення: 07.05.2021)
102. Wernitznig D. *Europe's Indians, Indians in Europe: European Perceptions and Appropriations of Native American Cultures from Pocahontas to the Present*. Lanham: University Press of America, 2007. 172 p.
103. What do you think of the culture appropriation in the Кpop world? // *Quora*: веб-сайт. URL: <https://www.quora.com/What-do-you-think-of-the-culture-appropriation-in-the-Кpop-world> (дата звернення: 10.10.2021)

104. William H. Forbis. *The Cowboys* (Old West Time-Life Series). New York: Time-Life Books, 1973. 250 p.
105. Wise A. Dancing with Ga(y)nesh: rethinking cultural appropriation in multicultural Australia. *Postcolonial Studies*, Vol. 4, 2001. P. 143–160.
106. Xueyang X., Morley M., Halderman A. Internet Censorship in China: Where Does the Filtering Occur? // *CSE University of Michigan* веб-сайт. URL: <https://web.eecs.umich.edu/~zmao/Papers/china-censorship-pam11.pdf> (дата звернення: 19.05.2021)
107. Yang. Denis Đặng và Nguyễn Trần Trung Quân ra mắt dự án “Nước Chảy Hoa Trôi”: Ấn tượng cả phần nghe lẫn phần nhìn [Denis Dang and Nguyen Tran Trung Quan launch the project "Flowing Water Flowers": Impressive in both hearing and visual] // *Billboard Vietnam*: веб-сайт. URL: <https://billboardvn.vn/denis-dang-va-nguyen-tran-trung-quan-ra-mat-du-an-nuoc-chay-hoa-troi-an-tuong-ca-phan-nghe-lan-phan-nhin/> (дата звернення: 17.11.2021)
108. Young J. *Cultural Appropriation and the Arts*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2010. 192 p.
109. Young J. Profound Offense and Cultural Appropriation. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 63, 2005. P. 136-146.
110. Young J. *The Ethics of Cultural Appropriation*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012. 320 p.
111. 仲里依紗、新米教師で連ドラ初主演...日テレ系「日本人の知らない日本語」 [Riisa Naka, a new teacher and starring in a series of dramas for the first time ... NTV "Japanese Don't Know Japanese"] // *Yomiuri Online*: веб-сайт. URL: <https://web.archive.org/web/20100529180450/http://hochi.yomiuri.co.jp/entertainment/news/20100527-OHT1T00003.htm> (дата звернення: 29.07.2021)
112. 印证中国电视产业高质量稳步前行 [Proof of the steady progress of China's TV industry with high quality] // *HinHua Net*: веб-сайт. URL:

http://www.xinhuanet.com/ent/2021-06/11/c_1127552465.htm (дата
звернення: 05.08.2021)

113. 男孩需去“女性化”？青少年教育应有何种性别观 [Boys need to be
"feminized"? What gender outlook should be adopted in youth education] //
HinHua Net: веб-сайт. URL: http://sh.xinhuanet.com/2021-02/08/c_139730024.htm (дата звернення: 05.08.2021)

ДОДАТКИ

Додаток А

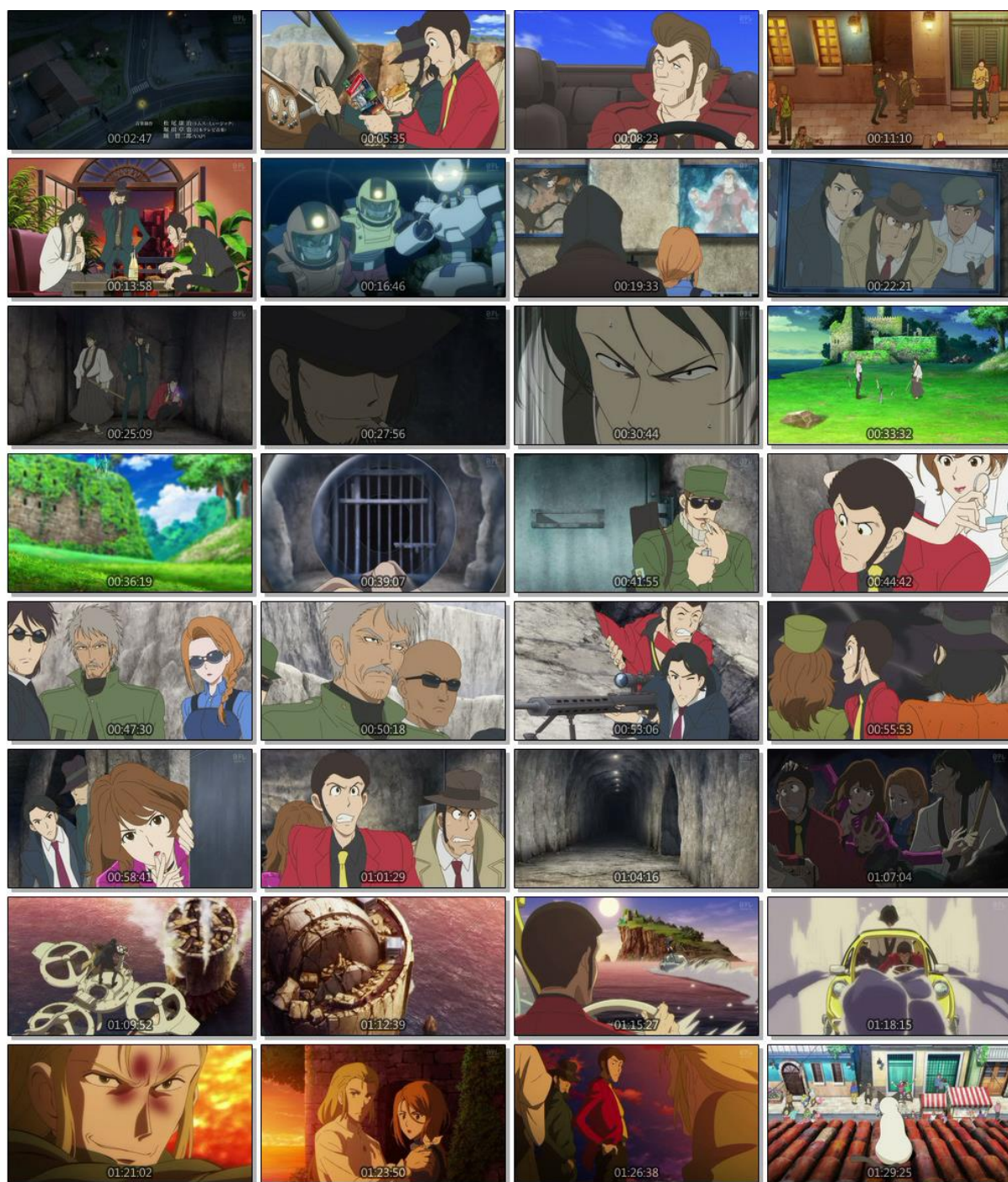


Рисунок А 1. Кадри із аніме «Люпен ІІІ: В'язниця минулого».

Посилання: <https://shikimori.one>

Продовження Додатку А

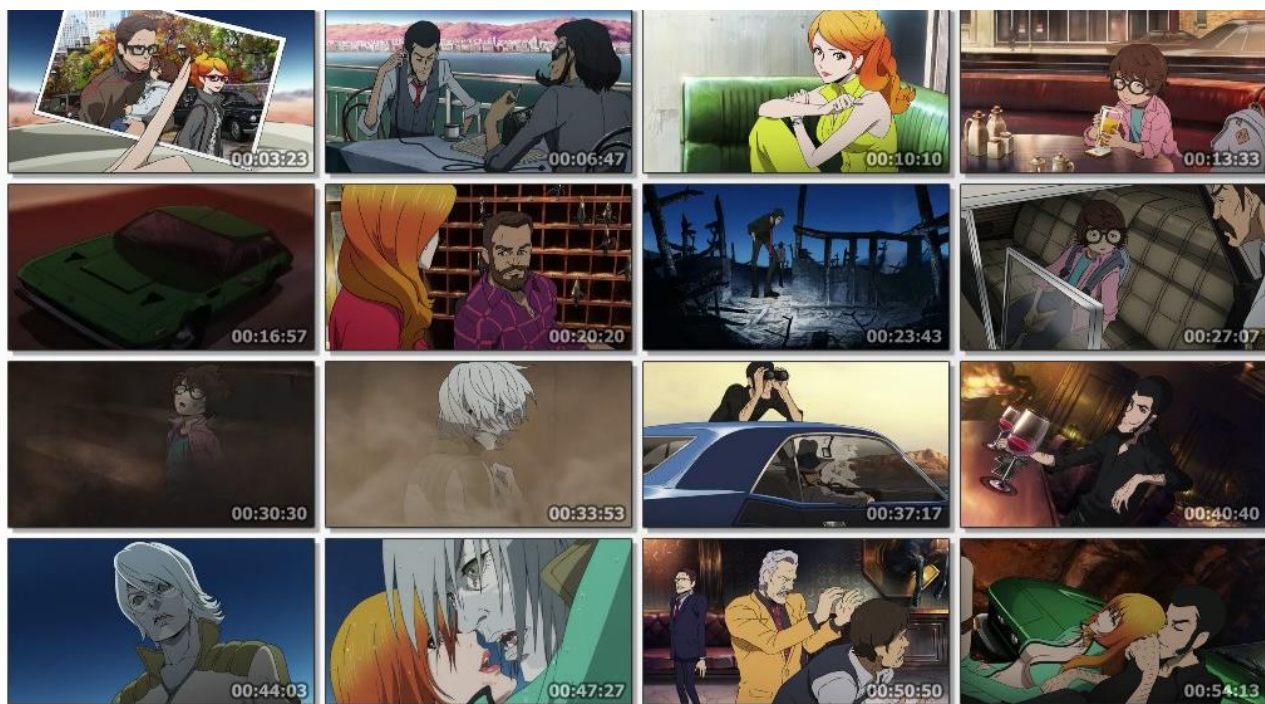


Рисунок А 2. Кадри із аніме «Люпен III: Брехня Фудзіко Міне».

Посилання: <https://animemobi.ru>

Додаток Б



Рисунок Б. 1. Використання «blackface» на японських розважальних шоу.

Посилання: <https://www.liveinternet.ru>

Додаток В

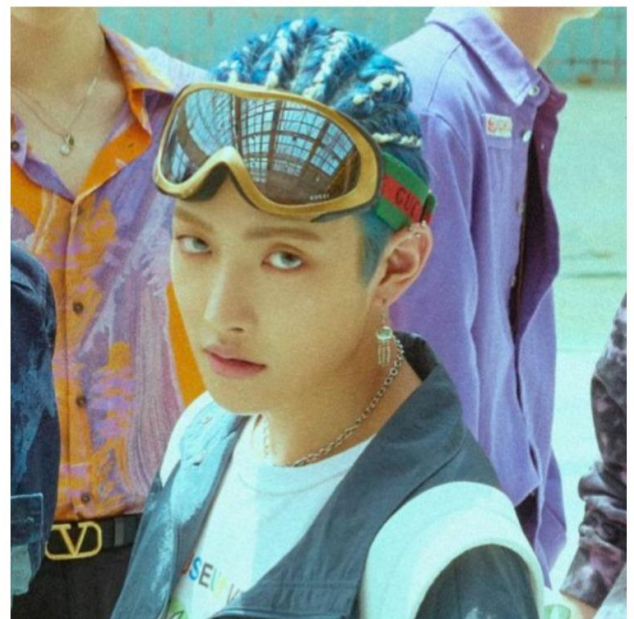


Рисунок В.1. Використання елементів «чорної» американської культури корейськими артистами.

Посилання: <https://www.koreaboo.com>, <https://www.allkpop.com>

Продовження Додатку В

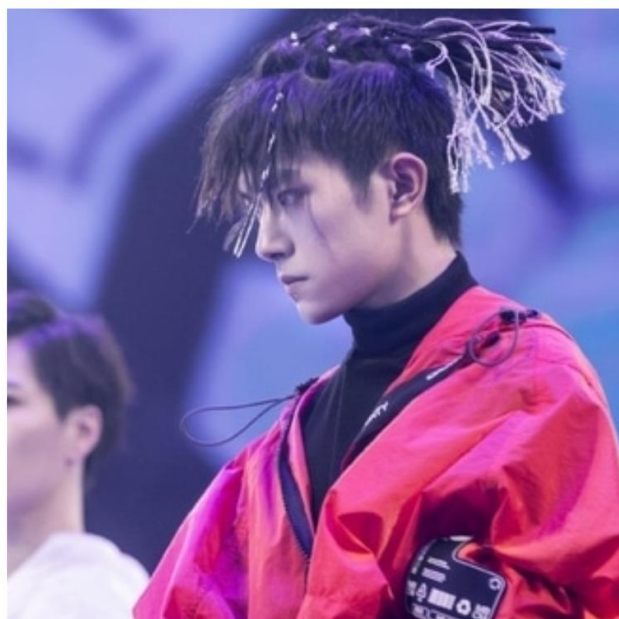


Рисунок В.2. Використання елементів «чорної» американської культури китайськими артистами.

Посилання: <https://www.allkpop.com>, <https://www.dazeddigital.com>

Додаток Г



Рисунок Г.1. Використання елементів культури індіанців корейськими артистами.

Посилання: <https://www.koreaboo.com>, <https://www.allkpop.com>

Продовження Додатку Г



Рисунок Г.2. Використання елементів індійської культури корейськими артистами.

Посилання: <https://www.koreaboo.com>, <https://www.allkpop.com>

Продовження Додатку Г



Рисунок Г.3. Поява індійського бога Ганеш у музичному кліпі корейського гурту BlackPink.

Посилання: <https://www.koreaboo.com>, <https://www.billboard.com>

Додаток Д



Рисунок Д.1 Порівняння японського аніме та китайського дунхуа. Кадр із японського аніме «Хроніки Арслана».

Посилання: <http://www.world-art.ru>, <https://anistar.org>, <https://findanime.net>.

Продовження Додатку Д



Рисунок Д.2. Порівняння японського аніме та китайського дунхуа. Кадри із китайського дунхуа «Магістр диявольського культу».

Посилання: <https://animego.online>