

респондента надлежащих знаний для вынесения своей оценки (43,3%). Естественно предположить, что со времени проведения этого обследования (декабрь 2004 г.) уровень осведомленности японцев о нанотехнологиях существенно возрос благодаря их активной популяризации в японском обществе.

Все изложенное позволяет сделать вывод, что научно-техническая стратегия Японии, построенная на тщательном выборе приоритетов, вполне отвечает задачам инновационного развития японского общества. Опираясь на эти приоритеты, уже в ближайшем будущем японцы смогут добиться значительных успехов в создании новых материалов на основе нанотехнологий, в нанотехнологиях для производственных и экологических целей, а также при реализации ряда биологических процессов на наноуровне. Весьма прочные позиции Япония будет занимать и в таких областях, как высокопроизводительные компьютерные системы, средства хранения и отображения информации, беспроводная техника связи, оптоэлектроника и фотоника. По-прежнему будут высоко котироваться японские энергосберегающие технологии, системы переработки отходов, не загрязняющие окружающую среду, робототехника и многие другие научные и инженерные достижения.

Поскольку японцы уделяют большое внимание не только научно-техническим, но организационно-управленческим инновациям, можно ожидать, что они добьются заметных успехов и в этой сфере. Например, при разработке новых методов планирования, выполнения и оценки исследовательских проектов, а также в методологии прогнозирования рисков в страховой и финансовой деятельности.

Конечная цель, на достижение которой в Японии в настоящее время направляются основные усилия, состоит в том, чтобы сформировать более совершенную, значительно улучшенную в качественном плане модель инновационного развития с более выраженным креативным компонентом, что обеспечило бы стране сохранение прочных позиций среди лидеров мирового экономического развития.

Стереотипные образы России и Японии (по материалам социологического опроса и обзорного анализа литературы)

П. Ф. Воробьева

Общаясь, представители разных культур и этносов формируют друг о друге определенные представления – стереотипы, которые играют важную роль в межкультурной коммуникации¹. Интерпретация поведения представителей одной культуры представителями другой культуры во многом определяется стереотипными представлениями каждой из сторон друг о друге. Это – представления об образе жизни, обычаях, нравах, привычках, т. е. о системе этнокультурных свойств того или иного народа. Однако роль стереотипов неоднозначна. С одной стороны, они призваны смягчать культурный шок при взаимодействии представителей различных культур, но, с другой стороны, чрезмерное упование на стереотипные знания при коммуникации может привести к взаимному непониманию представителей других культур, вызвать раздражение, стать причиной формирования этнических предрассудков.

В 2007 г. на материале опроса было проведено исследование «Этнический стереотип²: стереотипные образы русского и японца», предметом которого является этнический гетеростереотип и его роль в межкультурной коммуникации. Объект исследования – стереотипные образы японца и русского в России и Японии соответственно и влияние данных образов на развитие отношений между двумя странами. В ходе исследования были составлены цельные стереотипные образы японца и русского в России и Японии (включающие в себя гетеростереотипные³ представления о внешности, характере и поведении и

¹ Стереотип – это некоторый фрагмент концептуальной картины мира, устойчивое культурно-национальное представление о предмете или ситуации; это такое явление языка и речи, такой стабилизирующий фактор, который позволяет, с одной стороны, хранить и трансформировать некоторые доминантные составляющие данной культуры, а с другой – проявить себя среди «своих» и одновременно опознать «своего». *Маслова В. А.* Лингвокультурология. М., 2001.

² Этнический стереотип – это обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих тот или иной народ, этническую или национальную группу. *Нежурина-Кузничная Н. Ю.* Популярная этнопсихология. М., 2004, с.207.

³ Гетеростереотипы – совокупность оценочных суждений о других народах; такие суждения могут быть как положительными, так и отрицательными, в зависимости от историчес-

аффективную составляющую), рассмотрены основные этапы, факторы и возможные культурно-исторические предпосылки формирования данных образов в сознании жителей двух стран.

Динамика развития гетеростереотипов выявлялась на основании характеристик представителей обеих стран в литературе и фольклоре определенных периодов, анализа визуальных образов, представленных на военных плакатах. Поскольку развитие этнического стереотипа привязано к политической обстановке и событиям в отношениях между странами, а особенно к взгляду на данную обстановку и события, принятую в стране, история развития русско-японских отношений была рассмотрена с русской и японской стороны. Хотя не станем отрицать, что для продолжения исследования и составления более объективной (а именно более объективной с японской точки зрения) исторической ретроспективы, нам понадобится помощь японских коллег.

Для изучения этнического стереотипа в Японии и России были выбраны три метода: метод ассоциативного анкетирования, метод приписывания черт и метод анализа письменных текстов. Одной из основных причин, по которой данные методы были сочтены наиболее подходящими, является недоступность японских респондентов для личного общения и невозможность охватить большое количество респондентов. Выбранные методы позволили получить объективные данные, несмотря на удаленность опрашиваемой аудитории. Кроме того, опросная методика и методика анализа письменных текстов, позволяя изучать разные уровни стереотипной структуры, дополняют друг друга и помогают создать наиболее полный стереотипный образ.

Образы японца и Японии в России

Формирование стереотипного представления о японцах и Японии в России можно условно разделить на четыре этапа: 1) с первых контактов в XVII в. по вторую половину XIX в.; 2) с момента установления дипломатических отношений в 1855 г. до Русско-японской войны в 1905 г.; 3) с 1905 г. до распада Советского союза в 1992 г.; 4) современный период с 1992 по 2007 г. Мы считаем данное разделение истории формирования стереотипа обоснованным, так как на границах данных периодов находятся узловые исторические события, так или иначе повлиявшие на изменение стереотипа, его эмоционально-оценочной окраски или характер развития.

Стереотипное представление о Японии в России изменялось от образа дряхлого старца, прилежной ученицы, островной хищницы до образа

кого опыта взаимодействия данных народов. *Нежурина-Кузничная Н. Ю.* Популярная этнопсихология, с.217. Гетеростереотипы нередко связаны с преувеличением негативных качеств отдельных представителей другого этноса и переносом их на всех представителей данного этноса. Также являются источником этнических предрассудков.

страны роботов или романтического образа страны гейш, самураев и ниндзя. Отношения изменялось подобно волне: от заинтересованного и покровительствующего до разочарованного и враждебного, затем напряженного и холодного и вновь заинтересованного.

Формирование стереотипа о далекой соседке началось со знакомства с переводами западных книг о Японии и случайных контактов с японскими моряками. Неизвестное и запретное порождает интерес, тем более в тот период Япония была закрыта для иностранцев, и «если Запад в середине XIX века был уже «открыт» и оценен русскими, то «открытие» Востока и Японии, в том числе, еще только начиналось»⁴.

Первые экспедиции к берегам Японии были благословлены императрицей Екатериной II уже в конце XVIII в., но дипломатические отношения удалось установить только в 1855 г., после подписания Симодского договора. Интерес к Японии возрос, а некоторые мифы более раннего периода, почерпнутые из западных книг и слухов, удалось развить в личном общении с японцами.

В публикациях того времени рассуждения о Японии велись со свойственной России «имперской заботой старшей сестры». Новая соседка представлялась как новый плацдарм для развития и утверждения российского влияния. Открытие Японии русскими расценивалось как благодеяние просветителей в диком азиатском регионе.

Сильное влияние на формирование образа Японии в России в XIX в., сравнимое с популярностью и цитируемостью «Ветки сакуры» Овчинникова в XX в., оказали очерки, принадлежащие перу русского писателя И. А. Гончарова, который побывал в Японии в качестве секретаря экспедиции Путягина⁵.

В статье «Япония и японцы глазами русских (вторая половина XIX в.)» А. Штейнгауз отмечает, что она «в очерках Гончарова олицетворена в образе дряхлого старца. В ней все движется неохотно, японская жизнь идет черепашим шагом. Этот застой, вызванный изоляцией от внешнего мира, делал страну беспомощной, лишал японцев элементарных перспектив развития. Гончаров сравнивает японцев с детьми: как дети, они зачастую ленивы, непослушны, малообразованны, как дети они боятся всего нового, но и любопытны к нему. Как всем детям, им необходимо воспитание и твердая рука взрослых. Весьма показательно, что в роли учителей, «старших» автор видит представителей европейских стран. Причем писатель надеялся, что эту роль выполнит Россия, и не хотел для Японии таких «старших», как «хитрые, неугомонные промышленники американцы»⁶.

⁴ Ермакова Л. М. Вести о Япан-острове в стародавней России и др. М., 2005, с.23.

⁵ Гончаров А. И. Русские в Японии в начале 1853 и в конце 1854 гг. М., 1986.

⁶ Там же, с.260, 263.

Необходимость расширения связей с Японией пропагандировалась некоторыми печатными изданиями еще и потому, что японский народ «без сомнения, в непродолжительном времени приобретет на Востоке то преобладающее влияние, на которое дает им право как их предприимчивость, так и то лихорадочное нетерпение, с которым они спешат воспользоваться плодами европейской цивилизации»⁷.

Однако в конце 70-х – начале 80-х годов XIX в. положительный образ любознательной Японии-ученицы начал изменяться, поскольку с точки зрения России она стала все больше стремиться к политической и культурной самостоятельности. На самом деле, завершив бурный период знакомства с северным соседом, Япония продолжила свой путь, на котором встретился еще один интересный партнер – США. Геополитическая ревность и обманутые ожидания покровителя вызывали в России недовольство действиями Японии, которые расценивались как манифестации неуважения, самоуверенности и наглости.

У российского общества слова «Япония», «японец» стали вызывать, во-первых, ощущение угрозы, которую представляла собой стремительная модернизация Японии и ее возможное превращение во влиятельный и грозный центр азиатского мира; во-вторых, чувства пренебрежения и скепсиса, возникшие из-за предубеждения, что японский народ неспособен самостоятельно развиваться.

Эти нарастающие негативные представления о Японии преобладали в русском обществе до начала XX в. и в некоторой степени послужили катализатором военных столкновений в тот период. Круг замкнулся – война усугубила отрицательное отношение русского общества к Японии и японцам. На военных плакатах во время русско-японской войны трудолюбивые и любознательные японцы изображались как жалкие озлобленные карлики, пытающиеся сражаться с доблестным былинным богатырем на белом коне – Россией.

Пришедший на смену Российской империи Советский Союз не избавился от старых стереотипов. По мере того как активность и влияние Японии на Дальнем Востоке возрастали, отношение к ней становилось все более сложным и неоднозначным, появился образ Японии как острой хищницы.

Во вторую половину XX в. российское общество вступило с негативным представлением о японском народе, основанном на впечатлении от неоднократных политических конфликтов и военных столкновений, но на этот раз Япония была побежденной, а значит, не опасной, и на время о ней забыли.

Застой в российско-японских дипломатических отношениях в послевоенный период, восприятие Японии как побежденного, а следовательно, неопасного соседа, погруженность в решение внутренних про-

⁷ Ермакова Л. М. Вести о Япан-острове в стародавней России и др., с. 251.

блем, отсутствие мотивации и стремления к преодолению трений, некоторая культурная обособленность России и Японии послужили причиной исчезновения взаимного интереса у народов и к появлению взаимного равнодушия. В свою очередь равнодушие стало основной предпосылкой к «стиранию», «растворению» негативных черт стереотипа, наболевших предрассудков. Таким образом, был создан «чистый лист», на котором можно было «написать» новый положительный образ японца.

После окончания второй мировой войны как Россия, так и Япония оказались в тяжелейших экономических условиях. Цель у обеих стран была одна: восстановиться и развиваться. Обделенная многими важными природными ресурсами Япония уже к концу 60-х годов по объему валового национального продукта заняла второе место в мире среди экономически развитых стран. Произошло знаменитое экономическое чудо. Советское общество, решавшее схожие проблемы, не могло не заинтересоваться столь скорым и головокружительным успехом соседа.

В 1970 г. была опубликована книга В.Овчинникова «Ветка сакуры», ставшая фундаментом для интереса к Японии не как к старому врагу и «непотопляемому авианосцу» США, а как к живописной стране с тонкой и интересной культурой. Появились и стали широко известны первые стереотипы-символы «японской экзотики»: «гейша», «самурай», «кимоно», «сакура», «хокку», «Фудзияма», «сакэ», «характери», «сумо», «бонсай», «икэбана», «оригами».

Последняя декада XX в. была отмечена медленным сближением двух стран. Более не представляющие друг для друга опасности, но важные и интересные в экономическом плане страны-соседи словно ощупывали друг друга осторожными дипломатическими решениями.

Но самый большой рывок навстречу Японии был совершен не в области политики и экономики, а в социально-культурной сфере. «Ветка сакуры», первые японские радиоприемники в 80-е годы, «второе открытие» Японии с распадом СССР, первые японские анимационные сериалы по центральным телеканалам и японские игрушки стали толчком для образования к концу 90-х годов XX в. огромного цунами, которое если не набирает высоту, то пока и не теряет своей силы – цунами японской культуры, или японский бум в России.

По результатам опроса, проведенного фондом «Общественное мнение» в 2001 г., россияне относятся к Японии в целом доброжелательно: 47% – хорошо, и только 6% – плохо. Впрочем, 43% опрошенных заявляют о своем безразличии к стране восходящего солнца.

Современный образ Японии в России

В проведенном нами опросе принимало участие 60 граждан России. По возрасту: 15–25 лет (22 человека, 36%), 26–35 лет (15 человек, 25%), 36–50 лет (12 человек, 20%), 50–90 (11 человек, 19%). По поло-

вому признаку: 34 мужчины (56%) и 26 женщин (44%). По регионам: европейская часть России (Москва, Санкт-Петербург, Калининград) – 14 человек (23%); Восточная Сибирь (Красноярск, города Красноярского края, Новосибирск) – 26 человек (43%); Приморский край (Владивосток, Хабаровск, Южно-Сахалинск, Находка, Уссурийск, Корсаков) – 20 человек (34%). Большинство респондентов никогда не посещало Японии и не имеет знакомых в этой стране, но некоторые из них случайно встречались с японцами или могли наблюдать их в России.

На современном этапе Япония для России – это интересная, экзотическая, живописная страна. В качестве узнаваемых символов Японии служат различные культуронимы, или колоритные слова.

Например, среди названий суси-баров и японских ресторанов в Москве, Санкт-Петербурге, Красноярске и Владивостоке встречаются слова, относящиеся к живописному образу Японии, но редко относящиеся к еде: «Банзай», «Жемчуг», «Император», «Кабуки», «Киото», «Манга-бар», «Нэцкэ», «Оригами», «Осака», «Примерное поведение», «Рис», «Сад камней», «Сакура», «Сёгун», «Семь Самураев», «Токио», «Фудзи», «Фудзияма», «Цунами», «Эдо», «Якудза». Иногда встречаются японские названия или бессмысленные слова, похожие на японские: «Wasabi», «Васаби-ко», «Васёку», «Дядя Мо», «Митами», «Нэко», «Окономиякия Васёку», «Сагами», «Сусия», «Суши Махи», «Суши-house», «Тайхео», «Такешу», «Хина Масури», «Юмэ», «Якитория», «Яматория», «Янаги». Также встречаются каламбуры, обыгрывающие японские слова: «Суши ласты», «Сушилка», «Sukawati». Есть даже рестораны, названные русскими эвфемизированными инвективами «Японский городской», «Японский бог» и «Япона-мать», а также пренебрежительным «Япошка».

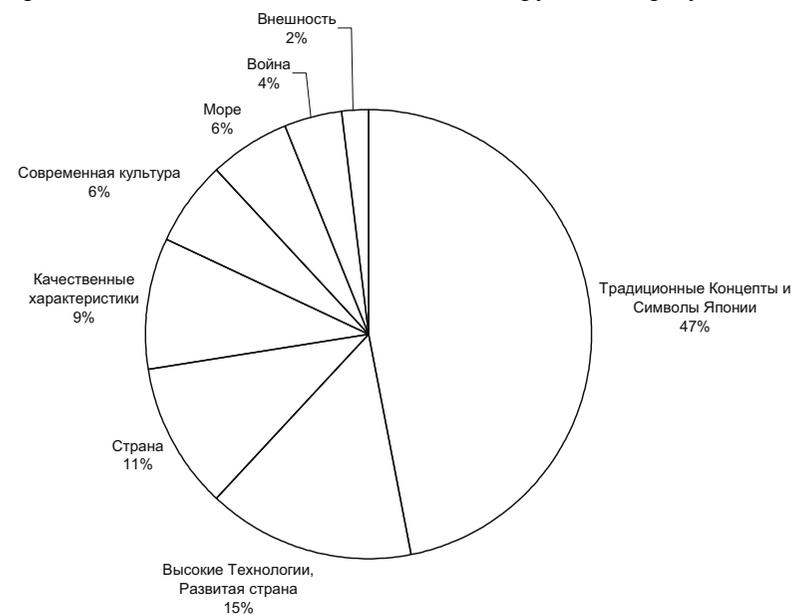
На основании результатов проведенного нами опроса была составлена диаграмма ассоциаций с образом Японии, представленная ниже:

Наиболее многочисленна ассоциативная группа «**Традиционные концепты и Символы Японии**». К данной группе относятся 47% ассоциаций опрошенных, среди них: Гейша, Самурай, Кимоно, Сакура, Хокку, Меч, Единоробства, Фудзияма, Сакэ, Харакири, Сумо, Бонсай, Икэбана, Васаби, Якудза, Чай, Сад, Суси, Бусидо, Онсэн, Оригами, Рис, Иероглифы, Красный круг, Восходящее Солнце, Иена.

На втором месте группа «**Высокие Технологии, Развитая Страна**» (15%). К данной группе относятся следующие ассоциации: Машины, Компьютеры, Роботы, Электроника, Робототехника, Точная Оптика, Самая-Самая Техника; Небоскребы, Урбанизация, Акихабара, Синкансэн; Автомобили. Кроме того, респондентами часто упоминаются названия японских фирм и их линий продукции: Philips, Toshiba, Toyota. Примечательно, что несколько раз упоминались словосочетания «промышленный шпионаж» и «воруют русские идеи», «умело используют русскую научную мысль».

Диаграмма №1.

Процентное соотношение ассоциативных групп по образу Японии



Третье место занимает группа «**Страна**» (11%), к которой были отнесены характеристики Японии, как государства, географического объекта. В данную группу были включены следующие ассоциации: Островное государство, Токио, Японцы и Японки, Дорогая страна, Теснота и Компактность, Стихийные бедствия (Землетрясения, Цунами), Природа.

Группа «**Качественные характеристика**» (9%) включает в себя абстрактные существительные, которые, так или иначе, характеризуют Японию и японский народ качественно: надежность, качество, порядок, чистота, аккуратность, упорство, честь, ум, сдержанность, размеренность, спокойствие, пунктуальность, ответственность, терпение, трудолюбие, традиционность.

Группа «**Современная культура**» (6%) включает в себя новые культурные явления из Японии, ставшие популярными недавно: анимэ, Мураками Харуки, Миядзаки Хаяо, Ёсимото Банана.

Группа «**Море**» (6%) содержит те ассоциации, которые по смежности можно отнести к морю, океану: Рыба, Морепродукты, Море, Флот.

К группе «**Война**» были отнесены ассоциации, связанные со второй мировой войной: Хиросима, Нагасаки, атомная бомба, Перл-Харбор, Камикадзе. Следует отметить, что хотя эта группа и представлена на

диаграмме, она достаточно малочисленна по сравнению с остальными. В настоящее время Япония проводит политику мирного государства.

Последняя группа «*Внешность*» включает в себя следующие ассоциации: узкие глаза, маленький рост, белое лицо, маленькая ножка.

По полученным данным можно составить стереотипный образ Японии в России.

Япония (или Страна Восходящего Солнца) – это маленькая островная страна, окруженная морями и океанами. Все там очень тесно и компактно: маленькие японцы ютятся в маленьких домиках вместе с маленькой собачкой Айбо, сочиняют маленькие стишки *хайку*, едят маленькие *суси с васаби* и очень любят природу, потому что ее тоже мало. Еще в Японии не очень спокойно: там то землетрясение, то цунами. Где-то в Японии есть гора Фудзи, окруженная рисовыми полями и высокими небоскребами. С одной стороны, Япония страна традиционная, со старинной культурой – там есть император, который правит страной, гейши, которые занимаются икэбаной, чайной церемонией, складывают оригами и выращивают *бонсай*, и самураи, которые пьют сакэ, умело управляют с катаной, соблюдают кодекс воина и занимаются единоборствами. С другой стороны, в Японии повсюду роботы, заводами управляют компьютеры, и даже самые простые вещи напичканы электроникой. По стране курсируют поезда-пули, а японцы ездят на новеньких «Тойотах» и «Хондах». Именно в Японии делают самую лучшую бытовую технику и постоянно что-то изобретают. Но все там очень дорого, поэтому бедные японцы работают с утра до вечера, и им это даже нравится. Японцы любят снимать жестокое кино про якудзу (режиссер Китано Такеши), у них отлично получается рисовать красивое *анимэ* (например, Миядзаки Хаяо) и глупое *анимэ* (например, про покемонов; кстати, *хэнтай* придумали тоже они) и писать книги (у них есть два Мураками, один Харуки, а второй, кажется, Рю; и Мисима Юкио). Самые известные города Японии, пожалуй, Токио (столица Японии), Нагано (там была зимняя олимпиада), Хиросима и Нагасаки (туда американцы сбросили атомные бомбы) и Тояма (оттуда привозят японские машины и там много русских).

Таким образом, Япония для жителей России – это, прежде всего, восточная сказка; страна, обладающая странной, необычной культурой. Япония – это также развитая страна, страна экономического чуда и новейших технологий, которая может служить ориентиром и примером для развития России. В последнюю очередь, Япония – это прошлый противник, участник войн с Россией.

Современный образ японца в России

Современный стереотипный образ японца был выявлен по результатам ассоциативного анкетирования и анкетирования по методу при-

писывания черт. Метод ассоциативного анкетирования показал, что наибольшее число опрошенных считают японцев умными (93%) и трудолюбивыми (89%).

Примечательно, что респонденты особое внимание уделяют внешности японцев – неизменному ядру гетеростереотипа. Здесь можно выделить ряд основных черт: низкорослые, черноволосые, узкоглазые, одинаковые, улыбочивые, здоровые и спортивные. Некоторые отмечают, что японцы некрасивы и непривлекательны, другие, наоборот, утверждают, что японцы своеобразно красивы, симпатичны и привлекательны.

Полученные ассоциативные ответы можно разделить на несколько групп: а) внешность и физические качества; б) характер и личные качества; в) поведение.

Для первой группы на основе полученных ответов можно составить следующий портрет: японцы маленького роста, спортивного телосложения, с желтой кожей, узкими глазами и густыми черными волосами. Все японцы одинаковые и очень похожи на китайцев.

Ассоциации, представленные во второй группе, описывают характер и личные качества стереотипного японца. На основе данных ассоциаций можно составить такое описание характера.

Японцы очень трудолюбивые. Они настолько исполнительные, добросовестные и ответственные, что костыми лягут ради выполнения огромных объемов работы в срок и ни секундой позже. Японцы очень прилежные, аккуратные и педантичные: никогда не пропустят ни одной детали и все сделают в наилучшем виде. Японцы умные. Каждый день они что-нибудь изобретают – иногда полезное, а иногда дурацкое. Японцы очень вежливые, они почтительны со старшими и все время друг другу кланяются. С японского лица никогда не сходит улыбка потому, что это вежливо. Они никогда не выражают свои истинные переживания, очень сдержанные и замкнутые. Из-за этой улыбки, а иногда и непроницаемого выражения узких японских глаз, невозможно понять, что у них на уме. Они хитрые и коварные, а еще лицемерные – из вежливости будут улыбаться, даже если люто кого-то ненавидят. А люто ненавидеть они умеют, судя по кровавым, жестоким фильмам о японской мафии.

В третьей группе представлены ассоциации, описывающие стереотипную модель поведения японца, его привычки.

По мнению русских, японцы любят сосредоточенно работать, много работать, слушать дурацкую музыку, пить сакэ, писать стишки, делать бумажных журавликов; японцы не любят много говорить, бессмысленно проводить время.

Для того чтобы выяснить стереотипный образ поведения японца, участникам опроса было также предложено продолжить фразы «Японцы всегда...» и «Японцы никогда...».

Японцы всегда работают, кланяются, извиняются, улыбаются, едят рис, кланчат острова, встают рано утром, уважают старших, пользуются роботами, ходят в деловых костюмах, держат свое слово, шумят на улицах, уходят от прямого ответа, скрывают настоящие чувства, четко различают своих и чужих, выживают после цунами и землетрясений, целыми днями смотрят *анимэ*, играют в Playstation, ездят на метро, живут в Токио.

Японцы никогда не болеют, не прогуливают, не ошибаются, не ленятся, не отдыхают, не нарушают законы, не хамят, не используют время нерационально, не смотрят в глаза, не жалуются, не пойдут против воли коллектива, ничего не забывают.

Японцы не умеют отдыхать, уступать, писать от руки.

Японцы умеют все; при минимуме имеющихся средств достичь максимума эффекта.

Также респондентам было предложено завершить фразу «Мне непонятно, почему японцы...».

Мне непонятно, почему японцы все еще спрашивают у нас острова; так много работают; такие тихие и скрытные; любят караоке; японские мужчины с ума сходят по малолетним школьницам; пытаются всем угодить; так любят есть рыбу сырой; не строят теплые дома и греются керосином; пресмыкаются перед американцами; рисуют в *анимэ* большие глаза.

Современное стереотипное представление о японце в России положительное. Наиболее идеализирован образ японца в европейской части России, среди тех, кто незнаком с культурой Японии, и среди молодых людей в возрасте от 15 до 35 лет. Образ японца у жителей Москвы и Санкт-Петербурга, жителей Сибири, представителей послевоенного поколения и тех, кто имеет друзей в Японии, сбалансировано, обладает как положительными, так и негативными чертами. Негативно окрашен образ японца у жителей Дальнего Востока, представителей старшего поколения и тех, кто кратко пребывал в Японии. Данные различия в трактовке образа по шкале «хороший-плохой» можно объяснить исторической памятью народа, интенсивностью контактов с японцами, доступностью информации о Японии в разные периоды времени, а также наличием возможности и желания переосмыслить изменяющийся образ японца после непосредственной коммуникации с японцами.

Образ России и русского в Японии

По мнению Д. В. Стрельцова, «нельзя не признать, что в основе страха японцев перед Россией лежат и реальные исторические события, в которых северный сосед вел себя не всегда корректно по отношению к Японии»⁸.

⁸ Стрельцов Д. В. Образ России в современной Японии: факторы формирования. – Россия и Япония: соседи в новом тысячелетии. М., 2004.

Как известно, на протяжении почти 300 лет Япония была закрытой страной; ее контакты с иностранцами были весьма избирательными.

В начале XVIII в. ученый Араи Хакусэки в сочинении «Записи о Европе» (*Сэйё Кибун*) писал о России так: «Московия находится на северо-востоке Европы. В зимнее время там замерзает лед толщиной в *дзё* (3,03 м)...»⁹. Эти сведения Араи получил от христианского миссионера Сидотти. После возвращения на родину морехода Дайкокуя Кодаю образ России стал более точным и конкретным. Кодаю сообщил, что в России очень холодно, но снега «не так много. В городе и пригороде глубина снега 7–8 сун (1 сун = 3,03 см), по крайней мере 1 сяку (=30,3 см)»¹⁰. Так еще в XVIII в. начал утверждаться миф о холодной и снежной России, вылившийся в то, что во время первой неформальной встречи японцы почти всегда спрашивают у русских: «Вы из России? Там холодно?».

Формирование образа северного соседа началось с опасений и недоверия. В 1765 г. венгр и польский полковник Мориц Август Бенёвский, сосланный на Камчатку, направил японским властям письмо, в котором утверждал, что Россия готовится напасть на Японию¹¹, что на одном из ближайших к Камчатке островов строится крепость, и к побережью Японии отправлены корабли для того, чтобы разведать перспективы нападения на Хоккайдо.

Примерно в это время в Японии появилась поговорка, обыгрывающая схожие по звучанию слова, «*Oroshia wa osoroshiii*», что означает «угрожающая Россия». Вероятно, именно эта пословица является первым свидетельством закрепления в японском сознании образа «Угроза с севера».

В статье «Россия как миф» Юлия Михайлова анализирует упоминания России в японских книгах того периода: «В 1787 г. Хаяси Сихэй, самурай княжества Сэндай, написал книгу “Военные беседы о морской обороне” (“Кайкоку хэйдан”), в которой он первым врагом Японии рассматривал Китай, а вторым – Россию. Предупредив об опасности территориальной экспансии России на юг, в сторону Японии, Хаяси разъяснял важность обороны страны с моря.

Наиболее подробное описание России и свои рассуждения по поводу ее политики в отношении Японии изложил Кудо Хэйсукэ в книге “Рассуждения по поводу слухов о красных варварах” (“Акаэдзо фусэтцу ко”, 1783). Кудо опроверг домыслы Бенёвского и доказал, что Россия заинтересована не в войне, а в торговле и установлении дипломатических отношений с Японией»¹².

⁹ См.: Накамура Ё. Ознакомление Японии с русской и советской культурой. 2005 — http://russia-japan.nm.ru/nakamura_03.htm

¹⁰ Там же.

¹¹ Михайлова Ю. Н. Россия как миф. – Родина. 2005, № 10.

¹² Там же.

После первых встреч с русскими в порту Нагасаки в японском языке закрепилась звукоподражательная единица – «gosuke» от слова «русские». В современном японском языке эта единица имеет отрицательную пренебрежительную коннотацию.

Каждый японоведа и многие японцы помнят имена лейтенанта Давыдова и мичмана Хвостова, предпринявших в 1807 г. грабительские вылазки на японские фактории на Курильских островах¹³.

По мнению Кимура Хироси, «воздействие этого инцидента было настолько велико, что его нельзя оставить незамеченным. Он привел к росту русофобии».

До этих событий русских, пришедших с севера через Хоккайдо или Курильские острова, в Японии также называли «akahito» («красные люди») или «akaezo» («красные северные варвары») из-за того, что те были розовощекими и носили лисьи шубы. С 1807 г. фамилии Хвостова и Давыдова на слуху в Японии как символы жестокости, пиратства и воровства. Кроме того, русских стали называть «akaoni» («красные демоны»). Следует отметить, что в отличие от слов «akahito» и «akaezo», которые были новыми словами для японского языка, слово «akaoni» лишь приобрело дополнительное значение «русские». Изначально в японской мифологии красный демон – akaoni – это демон, приносящий такие болезни как оспа, скарлатина или корь, а также демон, похищающий детей. Обычно демон изображался как огромное страшное человекоподобное существо красного цвета с острыми когтями и клыками, длинными косматыми волосами и рогами на голове. В XIX в. стала ключевым моментом, когда образ России стал постепенно меняться в лучшую сторону, благодаря деликатной политике русской дипломатии, политическим и экономическому сотрудничеству двух стран и возросшему культурному обмену между Россией и Японией. Такое изменение отражает одно из свойств стереотипа: многие стереотипы разрушаются при интенсивном взаимодействии между народами или наоборот создаются при редких межкультурных контактах.

Как отмечал Акидзуки Тосиюки, «в период Эдо русские зачастую представлялись японцам гораздо более привлекательными, чем другие иностранцы, например, англичане или голландцы. Англичане казались «нечестными и своекорыстными», тогда как русские «благородными и щедрыми аристократами». Многим японцам даже казалось, что методы освоения русскими Сибири несут пользу и просвещение туземным народам и их должно брать как пример, не говоря уже о том, что многие мыслители, к примеру, Сакума Сёдзан и Ёкои Сёнан, обращаясь к изу-

¹³ Стрельцов Д. В. Образ России в современной Японии: факторы формирования. – Россия и Япония: соседи в новом тысячелетии, с. 82.

чению истории России, однозначно видели в политике реформ Петра I образец для подражания¹⁴.

Из-за обострившейся геополитической ситуации отношение к России стало портиться в конце XIX в. Когда в 1898 г. Порт-Артур стал русским портом, Япония восприняла происшедшее, как тяжелый и оскорбительный геополитический удар: «Когда Россия присвоила себе преимущества и территории Манчжурии, от которых Япония была вынуждена отказаться, это больно отзывалось в сердцах японцев»¹⁵.

В 1903 г. в Японии было образовано антироссийское общество Тайро досикай (Антироссийское сообщество), которое проводило пропаганду, заставлявшую японское общество уверовать в необходимость войны с Россией и разжигавшую неприязнь, ненависть по отношению к русским.

«Большинство японцев не знали всей правды о потерях, понесенных войсками в Манчжурии. Источником информации для них служили известия о победах в Цусимском проливе, Порт-Артуре и Мукдене. Поэтому у среднего японца выработались несоразмерные ожидания, связанные с войной: будто бы Япония может претендовать на большую часть российской Сибири или, по крайней мере, на все ее тихоокеанское побережье»¹⁶.

Как известно, образы военного времени выражают враждебные чувства, ненависть, презрение. В сатирических журналах того времени появилось множество карикатур, изображавших русских трусами, ворами, пьяницами и сластолюбцами.

На японских карикатурах времен русско-японской войны Россия часто изображалась как опасное, агрессивное животное: осьминог, орел, тигр, медведь. «Наша нация должна наказать русского медведя и защитить свои позиции в Корее. ... Интеллектуалы также призывали дать русскому царю по рукам»¹⁷. А плакат «Юмористическое изображение дипломатических связей в Евразии» был призван показать истинную природу и империалистические намерения России, дипломатические щупальца которой, как щупальца огромного красного осьминога, захватывают все большее число стран.

Часто Россию изображали поверженной и осмеянной японскими солдатами или эпическими силачами.

Несмотря на разжигание ненависти к России, число приверженцев православной церкви среди японцев в годы русско-японской войны увеличилось. Кроме того, православная миссия в Японии помогала русским военнопленным. Под руководством епископа Николая право-

¹⁴ Михайлова Ю. Н. Россия как миф. – Родина. 2005, № 10.

¹⁵ Макс-Клейн Джеймс Л. Япония. От сёгуната Токугавы – в XXI век. М., 2006.

¹⁶ Там же, с. 143.

¹⁷ Там же.

славные японцы образовали целое общество с целью духовного утешения военнопленных. Японское правительство утвердило устав общества, оно стало известно. Даже неверующие японцы помогали ему денежными взносами.

Итак, можно говорить о неустойчивости образа России и русского в Японии на этапе становления стереотипа. Первичный образ был образом угрозы и недоверия, однако сначала он не закрепился в сознании японского народа, так как был мифологизирован, не был основан на собственном опыте, т. е. был получен из третьих рук – через европейцев. Следующим этапом развития образа России и русского стало развенчание многих стереотипных черт, приобретенных им в предшествующий период, и приобретение черт положительных, что было обусловлено установлением дипломатических отношений между странами, углублением культурного обмена и расширением контактов друг с другом. В начале XX в. образ России вновь претерпел негативные изменения, связанные с переменой в политических отношениях между странами. На данном этапе значительную роль в утверждении, распространении и закреплении образа коварной России играла пропаганда, намеренно проводимая японскими СМИ. Кроме того, был возрожден и гиперболизирован первичный образ России как «угрозы с Севера». Особенностью данного периода является то, что на фоне политической напряженности и охлаждения отношений, Россия продолжала привлекать Японию в культурном плане.

В XX в. Россия стала единственной страной, с которой Япония четырежды вела военные действия. Россия по сей день остается единственной страной, с которой у Японии не подписан мирный договор после окончания второй мировой войны¹⁸.

Революция 1917 г. в России была крупным событием, которое стало поворотным пунктом, в корне изменившим отношение японцев к России. Советская власть провозгласила возвышенные идеалы, чтобы осуществить идеи равенства и справедливости в обществе без классовой дискриминации. С одной стороны, они имели нечто общее с гуманизмом, который свойствен классике русской литературы. Не удивительно, что молодое поколение японцев, которое остро чувствовало неравенство в обществе, прониклось симпатией к советскому строю¹⁹.

В автобиографии «Сделано в Японии» основатель компании «Sony» Морита Акио пишет: «В 1934 г. у нас ввели военное обучение – два часа в неделю. В течение всех этих лет в нас воспитывали отношение к СССР как к потенциальному врагу и твердили о возможности войны с Советским Союзом. Нас учили, что коммунизм очень опасен и что

Япония вступила на территорию Манчжурии, чтобы обезопасить границы и создать буферную зону для защиты Японии от коммунистов»²⁰.

Опросы общественного мнения, проводившиеся в Японии на протяжении 1960–1985 гг., свидетельствовали, что у большинства японцев устойчиво сохранялось негативное отношение к Советскому Союзу. Многие из них склонны были считать русских вероломными, хитрыми, «не вызывающими доверие и хмурыми», а саму страну воспринимали как «мрачную угрозу с севера»²¹.

Таким образом, печальные события XX в.: неоднократные войны, нарушение СССР пакта о нейтралитете 12 апреля 1941 г., захват японских военнопленных, «захват» северных территорий – стали лишь поводом для воспитания устойчивого негативного отношения к России и русским, как к потенциальным врагам, что было продиктовано политической периодом холодной войны и подано как закономерная реакция на серию оскорблений и обид, нанесенных Японии.

Пока Советский Союз оставался сильной мировой державой, разрабатывавшей наукоемкие технологии и игравшей значительную роль в мировой политике, в Японии его уважали, несмотря на разницу в идеологии и политических курсах, испытывали интерес, как к научным разработкам, так и к научному и торговому сотрудничеству.

Каково же современное состояние стереотипа? В ходе опросов общественного мнения граждан Японии, проведенного Сектором информации при секретариате кабинета министров и министерством иностранных дел в 2001–2002 гг., 77,7% японцев заявили, что они «почти не испытывают» (45,4%) или «совсем не испытывают» (32,3%) симпатии к России²².

К сожалению, на данный момент в формировании и внедрении образа России и русских Япония главным образом опирается на американские и европейские СМИ, часто впитывая версии событий, негативно интерпретированные западными странами, выставляющими Россию в невыгодном свете, как страну, проводящую жесткую политику и часто прибегающую к обманным нечестным путям для достижения своих целей.

Например, после скандала с отравлением А. Литвиненко в декабре 2006 г. японцы стали ассоциировать Россию с «ядом» или «убийством ядом», «намеренным отравлением».

Теперь каламбуры, обыгрывающие характер русских или русские слова, можно найти в Интернете и в рекламе. Недавно мы нашли в Интернете следующий каламбур: «Roshia no koroshia osoroshiya» («Рос-

²⁰ Морита Акио. Сделано в Японии. М., 2006, с. 36.

²¹ Михайлова Ю. Д. Россия как миф, с. 13.

²² Накамура Ё. Ознакомление Японии с русской и советской культурой. – http://russia-japan.nm.ru/nakamura_03.htm

¹⁸ Михайлова Ю. Д. Россия как миф. – Родина. 2005, № 10.

¹⁹ Иноуэ Нахо. Взаимные образы русских и японцев. – Вестник Евразии. 2004, № 1.

сийские наемные убийцы страшны»). Это, по существу, новая версия известного старого каламбура, упомянутого нами выше.

По нашему мнению, образ России и русского в Японии за этот короткий период почти не изменился содержательно, но стал менее интенсивным. По сравнению с 60-ми годами XX в., сейчас меньший процент японцев может четко сказать, что испытывает к России негативные чувства. Большинству японцев Россия безразлична.

В силу процессов глобализации русского в Японии стало больше, как очевидно следует из примеров, приведенных выше. Однако интерес к культуре России ослаб. В Японии по-прежнему популярна классическая русская культура среди представителей старшего поколения.

Когда с мировой политико-экономической сцены сошел Советский Союз, интерес к России, так же как и уважение к нашей стране, у японцев почти пропал. Россия не так опасна и угрожающа как раньше, поэтому неинтересна. Большинство рассматривает Россию как страну, располагающую богатыми запасами ресурсов, что может быть интересно для Японии как для ближайшего соседа с экономической точки зрения.

Современный образ России в Японии

Для выявления содержания этнического гетеростереотипа России и русского в Японии нами было проведено анкетирование. Участники опроса должны были указать ассоциации, связанные с Россией, характером и образом русских людей.

В опросе принимало участие 30 граждан Японии, постоянно проживающих в разных районах страны. По возрасту респондентов можно разделить на три группы: от 20 до 35 лет (6 человек, 20%), от 36 до 60 (20 человек, 67%), от 61 до 90 лет (4 человека, 13%). По половому признаку: 21 мужчина (70%) и 9 женщин (30%). Большинство респондентов никогда не бывали в России, остальные бывали во время непродолжительных, часто однократных, туристических поездок. Значительная доля респондентов не имеет знакомых россиян и встречалась с ними случайно; остальные имеют знакомых в России и иногда общаются с ними через Интернет или по почте.

По результатам проведенного опроса можно выделить наиболее яркие символы, ассоциируемые с Россией. Среди них такие, как холод, мороз, водка, Путин, северные территории, освоение космоса, балет, большая страна, Кремль, СССР.

По семантическому признаку полученные ассоциативные ответы об образе России можно разделить на несколько групп: «Страна», «Живописная Россия», «Имена и названия», «Технология и наука», «Политика».

Наиболее многочисленна ассоциативная группа «*Страна*». К данной группе относятся 33% ассоциаций опрошенных, среди них слова, описывающие Россию как страну с определенным климатом, геогра-

фическими особенностями и характеристиками: холод, большая территория, тайга, снег, деревня, глушь, ресурсы, многонациональность, медведи, северный олень, Сибирь, мамонты, казаки, темно, страшно.

Диаграмма 2

Процентное соотношение ассоциативных групп по образу России



Вторая по величине группа «Живописная Россия», содержащая ассоциации, связанные с искусством, культурой и религией России: православие, балет, Чайковский, Толстой, романсы, Анна Каренина, театр, пирожки, икра, водка.

Следующая группа «Имена и названия» включает в себя имена известных российских и советских деятелей разных эпох, а также названия достопримечательностей и городов: Путин (упомянуло 80% опрошенных), СССР, Чернобыль, Горбачев, Санкт-Петербург, Сталин, Москва, Красная площадь, Эрмитаж, Транссибирская магистраль.

Группа «Технология и наука» составила 15% от общего числа ассоциаций. В данную группу входят слова и названия, связанные с наукой, развитием технологий, созданием оружия: исследование космоса, разведка, ядерное оружие, автомат Калашникова, или АК-47, авиация.

Последняя группа «Политика» (7%) включает в себя ассоциации, связанные с внешней политикой России, мировыми событиями, в которых Россия участвовала или внутренние события, повлиявшие на мировое сообщество: северные территории (70% респондентов), русско-японские войны, убийство ядом (отсутствует в опросах до декабря 2006 г., наличествует в 40% анкет после данной даты), вторая мировая война.

Ниже представляем современный образ России в соответствии с ассоциативным опросом.

Россия (или совсем недавно СССР) – это большая богатая ресурсами страна, территория которой покрыта заснеженной тайгой, иногда тундрой; пересечь эти земли можно по Транссибирской магистрали. На просторах страны живут северные олени, медведи и когда-то жило много мамонтов. В России холодно, темно и страшно, особенно в Сибири. Большая часть этой страны – глушь и деревня, но есть три знаменитых города – Москва, столица России (там Красная площадь), Санкт-Петербург, средоточие русского искусства (там Эрмитаж), и Чернобыль, город в котором произошла та самая ужасная авария. Народ в России многонациональный, и еще там есть казаки. Русская кухня известна на весь мир, но больше всего русские любят водку, пирожки и икру, а еще петь романсы. Если говорить о знаменитых русских, то это, конечно же, Путин, а уже потом Горбачев и Сталин – правители, затем писатель Толстой, который написал Анну Каренину, и композитор Чайковский, который написал музыку для балета, Гагарин, первый человек в космосе. В чем русские хорошо преуспели, так это в исследовании космоса, разведке, авиации и создании оружия, например, атомной бомбы или автомата Калашникова. Политика России не самая дружелюбная: сначала русско-японская война, затем вторая мировая война, еще Россия не отдает нам северные территории, а недавно они обвинили какого-то дяденьку в предательстве и отравили его ядом.

Таким образом, Россия – это дикая, неизведанная и неизвестная страна, образ которой туманен и лишен деталей. Россия – это страна искусства, богатой культуры и научных достижений. Также Россия – это сосед, к которому следует относиться настороженно, это прошлый противник и прошлая угроза с Севера.

Современный образ русского в Японии

По результатам проведенного опроса был получен набор ассоциативных черт, которым обладает стереотипный русский. Полученные ассоциативные ответы можно разделить на группы: а) внешность и физические качества; б) характер и личные качества; в) поведение.

Для первой группы на основе полученных ответов можно составить следующие портреты русских мужчин, женщин и русских людей в целом.

Русские мужчины высокие, крепкие, коренастые, сильные, носят усы, бороду и шапки-ушанки. Выглядят устрашающе и не заботятся о своем виде.

Русские женщины высокие, красивые примерно до 25 лет, но затем толстеют и превращаются в бодрых бабулек.

Русские люди крупного телосложения, спортивные, высокие, с белой кожей, не улыбкающие, не заботятся о своем внешнем виде и все время одеваются в шубы, очень живучие, выживают в любых условиях.

Ассоциации, представленные во второй группе, описывают характер и личные качества стереотипного русского. На основе данных ассоциаций можно составить такое описание характера русского человека.

Русские люди гордые и непокорные, поэтому они такие незаконно-послушные и упрямые. У них огромное эго и они страшно самоуверенные, поэтому они такие агрессивные и воинственные. Нам не всегда понятно, что у них на уме, они молчаливые, неприветливые и не улыбкающие. У русских очень богатая культура, наверно, они творческие люди; русские часто задумчивые, потому что они – мечтатели, любят строить грандиозные планы или размышлять о великом. Русские много работают. Оказалось, что русские не такие набожные, как в книжках. Все русские честные и у них довольно хороший характер, они добрые, иногда слишком добрые; вероятно, потому что они простые и наивные. Однако хороших людей в России мало. Некоторые русские неотесанные и грубые. Русские – великодушные, но порой слишком расточительные и любят «показушность». Русские необязательные, не выполняют обещаний и все время опаздывают.

В третьей группе представлены ассоциации, описывающие стереотипную модель поведения русского человека, его привычки.

По мнению японцев, русские любят петь, плясать, пить, курить; русские не любят проигрывать.

Для того чтобы выяснить стереотипный образ поведения русского человека, участникам опроса было также предложено продолжить фразы «Русские всегда...» и «Русские никогда».

Русские всегда здоровые, радостные, беззаботные, энергичные, независимые, много пьют, громко говорят, живут сегодняшним днем, стоят в очереди, упрямо верят в воздушные замки, которые сами же и создают, больше других мечтают стать лидерами, получают высокие оценки в спорте, выигрывают, работают спустя рукава, думают, что мир делится только на белое и черное.

Русские никогда не работают, не заняты делом, не заботятся о реальной эффективности работы, не спешат, не дорожат временем, не говорят на иностранных языках, не интересуются заграничными путешествиями, не понимают чужой культуры, ничего не делают впрок, не признают ошибок, не обращают внимания на мелочи, не ведут себя благоразумно, не интересуются Японией, не соблюдают законы и правила, не идут на компромиссы и уступки (в дипломатии).

Русские не умеют вести переговоры, дела, воспринимать культуру других стран и не могут привыкнуть к чужому укладу.

Респондентам было предложено завершить фразу «Мне непонятно, почему русские...»

Мне непонятно, почему русские такие беззаботные; русские мужчины никого не любят; русские сами не решают свои проблемы; у них так внезапно меняется настроение или поведение; русские при реше-

нии внутренних или дипломатических проблем часто прибегают к силе оружия; русские врут, отпираются и думают, что им простят все плохое; среди русских много жестких людей, предъявляющих суровые требования; не могут искоренить в себе дух империализма; больше других мечтают стать лидерами.

Также при анализе характеристик, выбранных респондентами по методу приписывания черт, были учтены географический и возрастной факторы, фактор знакомства с культурой России.

Для анализа по географическому фактору территория Японии была условно разделена нами на четыре части: Хоккайдо, побережье Японского моря, побережье Тихого океана и крупные города – Токио, Осака, Иокогама, Киото, Нагоя. Данное разделение основано на интенсивности общения между русскими и японцами. На о-ве Хоккайдо проживает много русских, кроме того, жители именно этого острова наиболее настойчиво и агрессивно настроены по вопросу северных территорий; побережье Японского моря имеет с Россией большое количество деловых и торговых связей. Побережье Тихого океана удалено от западного соседа и мало взаимодействует с ним. Жители крупных городов могут часто видеть русских туристов, студентов или сотрудничать с Россией.

Итак, современное стереотипное представление о русских в Японии носит негативный характер, хотя у молодого поколения образ русского нивелируется. Наиболее идеализирован образ русского на побережье Тихого океана и среди тех, кто незнаком с культурой России. Резко негативными чертами обладает образ русского у жителей Хоккайдо. Сбалансировано мнение о русских у жителей крупных городов, жителей побережья Японского моря, среди тех, кто встречал русских случайно. Нетипично большим количеством положительных черт обладает образ русского у тех, кто имеет друзей в России. Образ русского наиболее негативен там, где антипатия к России разжигается через СМИ. Образ теряет ряд негативных черт и приобретает положительные черты в тех регионах и среди тех групп населения, которые сотрудничают с Россией; образ русского тем положительнее, чем интенсивнее общение между представителями обеих стран, чем выше степень ознакомления с русской культурой.

Данное исследование может быть использовано как база для проведения частных прикладных исследований в области межкультурной коммуникации между Россией и Японией, которые в свою очередь могут найти применение в межкультурном менеджменте, в консультировании по построению бизнес-моделей сотрудничества и тренингов перед международными встречами. Также возможно углубить и расширить данное исследование для изучения образа России в Японии с целью разработки методов улучшения имиджа России в Японии, проведения мероприятий для распространения русской культуры.

Другая Япония: лики молодежной субкультуры

Е. Л. Катасонова

С точки зрения целостного осмысления японского общества, чрезвычайно важным и сложным является феномен молодежной субкультуры, ее влияние на формирование общественного сознания молодого поколения в XXI в. Что же такое субкультура и почему в последние годы к этой проблеме обратились социологи, культурологи, политологи и представители других профессий?

Не вдаваясь подробно в теорию, ограничимся лишь общим определением феномена субкультуры как «частичной культурной подсистемы “официальной” культуры, определяющей стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет ее носителей». Другими словами, субкультура – это подкультура или культура в культуре. В более узком смысле субкультура – это «система ценностей, установок, способов поведения и жизненных стилей определенной социальной группы, отличающаяся от господствующей в обществе культуры, хотя и связанная с ней»¹.

Говоря о молодежной субкультуре, мы подразумеваем «совокупность ценностей, традиций, обычаев, присущих молодежи, у которой досуг и отдых как ведущие формы жизнедеятельности вытеснили труд в качестве важнейшей потребности»². При этом феномен молодежной субкультуры проявляется через множество субкультурных образований, различающихся между собой по стилю, основным мировоззренческим ориентирам их носителей, а также по их отношению к господствующей культуре.

Образование молодежных субкультур и их широкое разнообразие – яркое социокультурное явление современной Японии, как, впрочем, и всех крупных капиталистических стран, переживающих постиндустриальный этап развития, когда система культуры начинает играть важную роль в процессе социокультурной дифференциации общества. И хотя, по среднестатистическим данным, так называемая «субкультурная молодежь» охватывает собой в среднем лишь 30% всего молодого населения этих стран, изучение этого феномена на примере Японии дает нам ключ к пониманию многих явлений современного мира и перспектив его развития.

¹ Подробно см.: blog-buster.ru

² www.glossary.ru