

## СТЕРЕОТИПЫ-СИМВОЛЫ ЯПОНИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ

*Пальцева И.И., Птицын А.Н.*

*ФГАОУ ВПО Северо-Кавказский федеральный университет,  
355029, г. Ставрополь, пр. Кулакова, д.2.*

*e-mail: ira-irishka7@yandex.ru*

*поступила в редакцию 01 августа 2013 года*

### Аннотация

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме - стереотипам, в частности этническим стереотипам, которые играют важную роль в межкультурной коммуникации. Целью статьи является определить ряд стереотипов-символов Японии, существующих в российском общественном сознании. Статья раскрывает содержание понятий общественное сознание и его типа, массовое сознание. Выделяются и описываются характерные особенности массового сознания. Автор рассматривает групповое сознание японцев, имеющее глубокие корни в японской жизни и существующее в настоящее время. Основное внимание в работе автор акцентирует на одном из символов Японии – профессии гейши. Обосновывается мысль о том, что гейши – самые образованные женщины в Японии.

**Ключевые слова:** *стереотип, этнические стереотипы, стереотипы-символы, общественное сознание, массовое сознание, групповое сознание, гейши, «человек искусства».*

**Введение.** Стереотипы можно отнести к феноменам, занимавшим умы философов с древних времен, однако, этот феномен рассматривался в контексте индивидуального сознания. Проблема стереотипов как проблема преград, теоретических предрассудков, мировоззренческих догм появляется: в период Нового Времени и носила описательный характер. Благодаря этническим стереотипам осуществляется передача социального опыта от одного поколения к другому. Этнические стереотипы поведения сохраняют социальный опыт поколений, являясь своеобразной «памятью» этноса. В отечественной науке интерес к исследуемой проблеме активизировался в 1960-1970 годы в среде ученых – этнографов, (Ю.В. Бромлей) [1, 2], социологов и психологов. В 1980-1990 годы «этнические стереотипы» рассматриваются, как в рамках общего анализа теоретических проблем, так и этнографического описательного порядка (в работах: Э.С. Маркаряна [3], С.А. Арутюнова [4], А.К. Байбурина [5]).

**Основная часть.** Представители разных культур и этносов, общаясь друг с другом, формируют определенные представления – стереотипы, которые играют важную роль в межкультурной коммуникации. Стереотип – это устойчивое культурно-национальное представление о предмете или ситуации [6]. Более близкий термин к нашей теме этнический стереотип – это обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих тот или иной народ, этническую или национальную группу [7]. Этнические стереотипы – относительно устойчивые представления о моральных, умственных, физических качествах, присущих представителям различных этнических общностей [8].

Важно определить, что же мы подразумеваем под словосочетанием общественное сознание. Это отображение в духовной деятельности людей интересов, представлений различных социальных групп, классов, наций, общества в целом. Тип общественного сознания – массовое сознание, связанное с деятельностью массовых общностей и отражающий различные стороны жизни общества, вызывающие интерес массовых общностей. Массовое сознание характеризуется подвижностью, противоречивостью, быстрыми неожиданными изменениями в одних случаях и определенными стереотипами в других случаях. Б.А. Грушин в своей работе [9] пишет о многочисленных заключениях исследователей о том, что в массовом сознании превалирует эмоциональная, а не

интеллектуальная сторона, что в нем чаще действуют «темные» иррациональные импульсы, разного рода предубеждения и предрассудки, что ведущую, определяющую роль в нем играют не критически осмысленные, сознательно принятые знания, а навязанные извне стереотипы, имиджи. Так ли это на самом деле? Автор делает вывод, что круг интересов массового сознания не ограничивается рамками лишь какого-то одного («своего») общества, государства, сплошь и рядом выходит за эти пределы, приобретая межнациональный и интернациональный характер, в результате чего в «предметный ряд» этого сознания включается широкая совокупность явлений и событий, связанных с жизнью иных обществ, государств, сосуществующих с данным [9].

Какие же стереотипы о Японии существуют в общественном сознании в нашей стране?

При упоминании названной страны в сознании моих соотечественников обычно возникают самые разнообразные ассоциации. У подростков и молодых людей эта страна навеивает мысли о новейших образцах телевизоров, видеокамер, фотоаппаратов, мотоциклов и автомашин. Интеллигентам, увлеченным театром, поэзией и живописью, Япония видится страной уникальной экзотической культуры. Общеизвестными символами которой стали в нашем обиходе такие понятия и слова как чайная церемония, гейши, самураи, харакири, кимоно, икэбана. В сознании людей преклонного возраста, помнящих военные лихолетья, Япония и по сей день остается очагом агрессивных милитаристских устремлений, подкрепляемых неистребимым самурайским духом ее жителей.

В 1970 годы была опубликована книга В. В. Овчинникова «Ветка Сакуры», ставшая фундаментом для интереса к Японии, как к живописной стране с тонкой культурой. Появились первые стереотипы-символы «японской экзотики»: «гейша», «самурай», «сумо», «кимоно», «сакура», «хокку», «Фудзияма», «сакэ», «харакири», «бонсай», «оригами» и др.

Когда начинаешь знакомиться с Японией, с ее искусством, философией, может сложиться представление о японцах как о любителях одиночества. Но японцы не так одиноки как кажется. Они любят быть на виду, им нравится думать и действовать сообща. «В японских народных песнях часто звучит слово «сабисий», в котором совмещаются понятия «одинокий» и «грустный», «печальный»» [10]. Японцы на самом деле боятся и одиночества и перестать принадлежать к какой-либо группе. Каждый человек группы привык мыслить и действовать коллективно, он подчиняется воле группы и ведет себя соответственно положению в ней. Прототип группы современной японской жизни – крестьянский двор («иэ»). Патриархальная семья («иэ»), основанная на совместной жизни и общем труде нескольких поколений, оказалась в Японии очень устойчивой и способствовала закреплению общественных отношений. «К своему национальному достоянию японцы относят общность, сложившуюся в стране в период феодализма и тщательно оберегаемую в эпоху капиталистического развития. Делается попытка возродить общину на промышленных предприятиях» [11]. В России можно часто наблюдать перемещение японских туристов группами. «Но достаточно побывать в Стране восходящего солнца, чтобы убедиться: японцы не только за границей, но и у себя дома любят шествовать большой толпой за флажком экскурсовода» [10]. Часто фирмы организуют коллективные экскурсии для своих работников. «Длинной очередью они взбираются на какую-нибудь вершину, делают групповые снимки на память, а на обратном пути ... хором поют песни» [10]. Именно система пожизненного найма способствует сохранению на предприятиях духа патриархальной семейственности, атмосферы терпимости, взаимной доброжелательности. Всеволод Владимирович Овчинников – российский журналист – путешественник, проживший в Японии, замечает, что сельский подросток, приехавший работать в Токио, скорее всего, поселится с теми же людьми, с кем вместе работает. Его тут же начнут считать членом воображаемой семьи [10]. Японская мораль считает узы взаимной зависимости основой отношений между людьми. Замкнутые группы в Японии основаны не на горизонтальных, а на вертикальных связях. Например, японский профессор стоит ближе к своим ассистентам и студентам, чем к другим профессорам того же университета или своим коллегам по специальности [10].

Также неблагоприятные природные условия (частые тайфуны, землетрясения, цунами) выработали в японцах стойкость к перенесению невзгод, коллективизм, взаимопомощь в преодолении стихийных бедствий, способность быстро мобилизоваться. Кроме того, ландшафт страны представляет собой сочетание горной местности и долин, что определило формирование замкнутых общин и влияние группы на личность японца. В таких условиях сосед зачастую оказывался духовно ближе, чем родственник, живший за горами.

Именно группа является основной ячейкой общества, по мнению японцев. Каждый в течение своей жизни является членом различных групп – семьи, церковной общины, школы, предприятия, партии, неформальной организации. При этом для японцев важны не столько структура группы и результат ее деятельности, сколько сам процесс группового действия, которому присущи разделение труда и гибкая координация. В основе групповой системы лежит принцип общности, всеобщего согласия. Японский культуролог Наканиси Сусуму выразил этот принцип так: «Смысл идей общности заключается в том, чтобы все люди, радуясь одному и тому же, расцветали все вместе, вместо того чтобы цвести каждому в отдельности» [12].

Рассмотрим один из символов Японии – профессию гейши. В буквальном переводе слово «гейша» означает «человек искусства». Гейша – это искусница; искусница развлекать мужчин, причем не только умением петь и танцевать, но и своей образованностью. «Следуя девизу «всему свое место», японцы с незапамятных времен привыкли делить женщин на три категории: для домашнего очага, для продолжения рода – жена; для души – гейша с ее образованностью и, наконец, для плоти – ойран, роль которых после запрещения открытой проституции взяли на себя теперь девицы из баров и кабаре» [10].

Даже многие японцы, шутят сейчас, что приглашать гейш так же глупо, как заказывать шампанское в баре. Пьян с него не будешь, но зато дашь понять гостю, что готов ради него на любые расходы [10]. Турист, который воображает, что увидит в танцах гейш что-то пикантное, глубоко заблуждается. Рисунок их очень строг, почти лишен женственности, потому что танцы эти ведут свою родословную из старинного театра Ноо.

Иногда гейши поют вместе с гостями, иногда играют в невинные застольные игры. Все это время они не забывают подливать мужчинам пива и сакэ, шутят с ними, а главное, смеются их шуткам. Гейши умеют возвысить мужчину в собственных глазах, заставить его ощущать женский интерес к себе. На этом какой-либо контакт кончается.

Остроумные, превосходно знающие свою литературу, веселые и находчивые, они расточат перед вами все свое очарование. С классическим искусством гейша пропоет вам и продекламирует лучшие стихотворения и отрывки из лучших драматических произведений. И все время непринужденно веселая, остроумная и кокетливая, она не потеряет своего женского достоинства. Гейша вовсе не непременно продажная женщина; это, во всяком случае, не входит в ее обязанности; скорее всего это артистка, которую приглашают за известную часовую плату для развлечения и удовольствия художественного [13]. Поскольку присутствие гейш символизирует в Японии гостеприимство на высшем уровне (все знают, что удовольствие это стоит непомерно дорого), наиболее важные деловые встречи как в коммерческом, так и в политическом мире происходят в чайных домах. Гейша, которой покровительствует какой-нибудь президент фирмы или министр, выступает в таких случаях в роли хозяйки.

Изначально родители часто вынужденно отдавали дочерей в школу гейш, хозяйка дома «мама-сан» оплачивала за родителей их долги, т. е. покупала девочек. Но и для сегодняшнего среднего класса профессия гейши считается престижной и доходной. В начале 20 века в Японии насчитывалось около ста тысяч гейш. В настоящее время дипломированных гейш не более тысячи [14].

**Заключение.** Этнические стереотипы играют важную роль в межкультурной коммуникации. Они появляются вследствие того, что в массовом сознании превалирует эмоциональная, а не интеллектуальная сторона. После публикации книги В. В. Овчинникова «Ветка Сакуры», появились первые стереотипы-символы «японской экзотики» в российском

общественном сознании. Японская мораль считает узы взаимной зависимости основой отношений между людьми. Групповое сознание имеет глубокие корни в японской жизни. Японцы в своем поведении всегда ориентируются на группу, к которой принадлежат. В основе групповой системы лежит принцип общности, всеобщего согласия. Гейши – самые образованные женщины в Японии. Гейша – это искусница развлекать мужчин. Важные деловые встречи также проводятся с участием гейш.

#### Список литературы

- 1) Бромлей Ю.В. Этнос и этнография. М.: Наука. 1973.
- 2) Бромлей Ю.В. Современные проблемы этнографии: очерки теории и истории. М.: Наука. 1981. 393 с.
- 3) Маркарян Э.С. Теория культуры и современная наука. М.: Мысль. 1983. 284 с.
- 4) Арутюнов С.А. Народы и культуры: Развитие и взаимодействие. М.: Наука. 1989. 250 с.
- 5) Байбурин А.К. Некоторые вопросы этнографического поведения // Этнографические стереотипы поведения. Л.: Наука. 1985. С.7-21.
- 6) Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Издательский центр «Академия». 2001. 208 с.
- 7) Нежурина-Кузничная Н.Ю. Популярная этнопсихология. М.: Харвест. 2004. 384 с.
- 8) Интернет-ресурс: Мир психологии. Психологический словарь. <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=1156> (Дата обращения: 15.05.2013).
- 9) Грушин Б.А. Массовое сознание. М.: Политиздат. 1987. 368 с.
- 10) Овчинников В.В. Сакура и дуб: Ветка сакуры; Корни дуба. М.: Дрофа-Плюс. 2008. 512 с.
- 11) Кротова Н.В., Клеппер Е.В. Особенности японского менеджмента и практика его применения. История мирового менеджмента: учебное пособие. М.: МГУКИ. 2002. 96 с.
- 12) Галич Ю.Н. Базовые характеристики национального характера японцев // Сборник научных трудов. Выпуск 9. М.: РИПО ИГУМО. 2007. 192 с.
- 13) Востоков Г. Япония и ее обитатели. СПб.: Издание Брокгауз-Ефрон. 1904. 362 с.
- 14) Пешков А. // Открытая школа. 2011. №2. С.22-26.