

---

Центр изучения современной Японии  
The Center for Contemporary Japanese Studies

Институт востоковедения РАН  
Institute of Oriental Studies  
Russian Academy of Sciences

Японский фонд  
The Japan Foundation

ПОРТРЕТ  
СОВРЕМЕННОГО  
ЯПОНСКОГО ОБЩЕСТВА

МОСКВА  
«АИРО–XXI»  
2006

Руководитель проекта Э. В. Молодякова  
Chief of the Project E. V. Molodyakova

Редактор Н. П. Дмитриевская  
Edited by N. P. Dmitrievsky

Портрет современного японского общества / Рук. проекта  
Э. В. Молодякова. – М.: АИРО–XXI, 2006. – 288 с.

Коллективная монография, подготовленная российскими учеными-японоведами, охватывает все важнейшие аспекты современного японского общества. В книге впервые в отечественной литературе сделана попытка комплексного «портретирования» общества второй индустриальной державы мира не «сверху вниз», с точки зрения государственных структур и институтов, правовых норм и идеологием, а «снизу вверх» – от индивидуума к целому. Детально рассмотрены относительно малоизученные аспекты жизни общества, например, частная жизнь японцев, потребительское сознание, социальная роль масс-культуры. Авторами глав являются ведущие специалисты в каждой изучаемой области. Книга рассчитана как на ученых, преподавателей и студентов, так и на широкий круг читателей, интересующихся глобальными социальными проблемами современности.

**Проект «Портрет современного японского общества» выполнен в 2005 г. в рамках деятельности Центра по изучению современной Японии, созданного на базе заключенного в 1991 г. Соглашения между Академией наук СССР (ныне Российская академия наук) и Японским фондом (Япония) о поддержке и развитии японоведческих исследований в России.**

**The Project «The portrait of the modern Japanese society» was conceived and produced in 2005 by the Center for Contemporary Japanese Studies, established under the agreement, concluded in 1991 between the Academy of Sciences of the USSR (now the Russian Academy of Sciences) and the Japan Foundation to promote the studies of Japan in Russia.**

ISBN 5-91022-002-0

© Центр изучения современной Японии, 2006  
The Center for Contemporary Japanese Studies, 2006  
© «АИРО–XXI», 2006

---

---

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |     |
|--|-----|
| Introduction .....   | 7   |
| Предисловие (Э. В. Молодякова) .....   | 19  |
| Глава первая. Как японцы относятся к политике<br>(С. В. Чугров) .....  | 33  |
| Глава вторая. Идет ли Япония к «власти закона»<br>(Пашиа. В.) .....  | 61  |
| Глава третья. Мелкие и средние предприниматели Японии:<br>социально-экономический портрет (И. П. Лебедева) ..... | 88  |
| Глава четвертая. Корпоративная культура Японии:<br>общее и особенное (И. Л. Тимонина) .....                      | 111 |
| Глава пятая. «Трудоголики» в производственном интерьере<br>(Т. Н. Матрусова) .....                               | 129 |
| Глава шестая. Японское общество в мире науки и техники<br>(Ю. Д. Денисов) .....                                  | 146 |
| Глава седьмая. Общество идеальных потребителей<br>(В. Э. Молодяков) .....  | 161 |
| Глава восьмая. Чему и как учатся японцы<br>(Э. В. Молодякова) .....  | 179 |
| Глава девятая. Японка в интерьере «мужского» общества<br>(Маркарьян С. Б.) .....                                 | 202 |
| Глава десятая. Частная жизнь японцев, сокрытое в листве<br>(А. Е. Куланов) .....                                 | 223 |
| Глава одиннадцатая. Духовный портрет японского общества<br>(М. П. Герасимова) .....                              | 242 |
| Глава двенадцатая. Японское общество в мире манга и анимэ<br>(Е. Л. Катасонова) .....                            | 257 |

---

---

---

## CONTENTS

|  |     |
|--|-----|
| Introduction .....   | 7   |
| Foreword (Molodyakova E. V.) .....   | 19  |
| Chapter 1. The Japanese attitude to politics<br>(Chugrov S. V.) .....  | 33  |
| Chapter 2. Whether Japan moves towards the «rule of law»?<br>(Pascha W.) .....                                     | 61  |
| Chapter 3. Social and economic analysis of the small-scale and<br>medium-scale enterprisers (Lebedeva I. P.) ..... | 88  |
| Chapter 4. Japanese corporate culture and its peculiarities<br>(Timonina I. L.) .....                              | 111 |
| Chapter 5. The Japanese employee and the economic environment<br>(Matrusova T. N.) .....                           | 129 |
| Chapter 6. The achievements of science and technology –<br>for the benefit of the Japanese (Denisov Y. D.) .....   | 146 |
| Chapter 7. The society of ideal consumers<br>(Molodyakov V. E.) .....  | 161 |
| Chapter 8. Japanese education. What and how do the Japanese study?<br>(Molodyakova E. V.) .....                    | 179 |
| Chapter 9. The Japanese woman in the «male society»<br>(Markarian S. B.) .....                                     | 202 |
| Chapter 10. The private life of the Japanese, «hidden in the leaves»<br>(Kulanov A. E.) .....                      | 223 |
| Chapter 11. The spiritual portrait of the Japanese society<br>(Gerasimova M. P.) .....                             | 242 |
| Chapter 12. The Japanese in the world of manga and anime<br>(Katsonova Y. L.) .....                                | 257 |

---

---

---

## INTRODUCTION

It is a very difficult task – to portray the modern society of any highly-developed country. One would have to consider all the aspects of its life, and that is rather ambitious objective. The modern Japanese society is both highly-developed and – to a certain extent – traditional, thus making the task even more difficult.

The books about leading world powers are in stable demand in Russia, and this is not merely an academic interest. While examining the successes and failures of other countries, the Russians try to understand, how they can use foreign experience for solving their own problems. This is true for Japan as well; however this is a different case. Russia saw several periods of passion for all Japanese, fashion for all Japanese, and every time there was a genuine public interest for its Far-Eastern neighbour, the past and the present of Japan, its economy and politics, history and culture, ethnography and everyday life. Today Japan is once again in “fashion” in our country, and it would be unwise to ignore this trend in the Russian social consciousness. There is a lot of books about Japan in Russian, including rather competent studies; however we don’t have a comprehensive scientific work about modern Japan and modern Japanese society yet. The desire to fill up this gap was one of the driving motives of the project’s authors – experts in different spheres of the Japanese life.

The beginning of the 21<sup>st</sup> century saw a considerable revision – both in Russia and Japan – of many well-established notions of the Japanese society and the Japanese themselves. A lot of traditional values were revised; however, one should neither overestimate, nor underestimate these changes.

The authors decided to take a non-traditional approach in solving the problem they faced – that is to take a look at the Japanese society from the inside, paying special attention not to the laws and institutions (as previously), but to the people themselves. In other words, we did our best to present an objective and accurate picture of modern Japan: people’s life and work, education and recreation, their concerns and interests. Since the life of the people is a single whole, all these problems are interconnected, and it

is impossible to consider one of them without examining the others. Thus, a general picture of society arises. In this context the authors naturally look back to the Meiji period of the Japanese history, when the basis of the modern society was laid.

This study consists of 12 chapters and can be roughly divided in two big parts. The first deals with the general situation in the country: politics, economy, management, science – and their effect on the life of the Japanese. The second part examines the problems of the everyday life of the people, their customs, traditions and culture.

The changes in the life of the Japanese society mainly show themselves in the people's attitude towards domestic and foreign policy – and this is the subject of Chapter 1. Naturally, the Japanese love their country; they are proud of their achievements, at the same time in general they are not hostile to other nations. However, consciously, and even more – on subconscious level – they tend to oppose themselves to the rest of the world, and this is the powerful stimulus for the formation and self-development of the modern internal political system.

Today the vagueness of political goals and lack of clear principles have created the situation, when most of the Japanese don't want to take active part in any political movement. More and more people would like to see Japan as a kind of "Asian Switzerland"; not "great", but comfortable for life country, where ecological and social problems are generally solved. Thus, for the majority of the Japanese, ecology and comfortable life are more important, than solving some unclear and strange problems. As for politics, most of the Japanese are traditionally disinterested in political battles.

Japan entered the information society earlier than many other countries, and its population received too great amount of political information, so today most of the Japanese are tired of it and reject it. Thus, domestic and foreign policy have become the sphere of interest of professional political stratum. Ordinary Japanese are interested in pensions and social welfare, reforms of educational system and post service. Meanwhile, public control over political processes is weakening. Such situation can be seen in many other highly-developed countries, however in Japan this problem has become very acute. Although some marginal groups are often rather active and sometimes carry out noisy political campaigns, they don't meet any adequate response in society. A typical example is the campaign for return of the so-called "northern territories", which more resembles some show. Most of the people and business community are indifferent to this problem.

Public opinion polls unequivocally show, that the Japanese take interest only in a certain number of political issues, which directly affect their life (including security aspects) and their everyday life. Current developments

in the world have made the Japanese realize, that they are exposed to the external threats; e.g., they are concerned about Pyongyang's nuclear and missile programs, because Japan might become the first victim of the North Korea's nuclear ambitions and political blackmail.

The Japanese are greatly interested in the military actions in Iraq and UN's peacekeeping operations, because these can have a direct influence on Tokyo's special position on sending abroad contingents of its Self-Defense Forces. One should note, that most of the Japanese are rather tolerant of the position of their government: they mostly don't approve it, but support the moves of the government; this is typical of the traditional Japanese mentality. In general, the Japanese attitude towards politics can be described as pragmatic interest.

Thorough analysis of whether Japan moves towards the "rule of law" is given in Chapter 2 (basing on the work of the Bank of Japan). Under the term the "rule of law" regulations and limitations are subsumed, that clearly define a playing field for the economic entities. In particular, special attention is paid to the problems, emerging when the institutions function as "agents", fulfilling the tasks, assigned to them by electorate as a "principal". Adding to this system of relations an intermediate link – the so-called "supervisors" (e.g. the government) – to oversee the work of the institutions, can solve only part of the problem. The study shows how this system works in reality and how it is affected by a lot of attendant circumstances.

The reform (enacted by the Law of 1997) gave the Bank of Japan much more autonomy in pursuing currency and monetary policies; it also envisaged close coordination of the Bank's work with the government policies and added new rules of legal supervision. One should note, that the reform is studied in the context of specific political situation in the country. On the eve of the national elections (October 1997) under unfavourable macroeconomic situation (which was also the result of evident mismanagement in the financial sector) the government was looking for a "scapegoat" to blame for all the failures. The finger was pointed at the Ministry of Finances, which, according to the new Law on the Bank of Japan and due to the creation of the Financial Service Agency, has lost a considerable part of its functions.

The analysis of the situation with the Bank of Japan and effective functioning of the "rule of law" regime makes it possible to consider a more general problem – the transition of the whole Japanese society to the "rule of law". One of the central points – the problem of relations between the government and formally independent entities; the ability of these entities to use their potential effectively, to serve the society with less relying on traditional ties with the state. Time will show.

Chapter 3 gives the social and economic analysis of the small-scale and medium-scale enterprisers. Up to now the Russian science paid little attention to them, although the problem of forming such social stratum is of paramount importance for modern Russia. Small-scale and medium-sized enterprises play a great role in the development of the Japanese economy. They fill up many important niches in the Japanese economic structure, and produce more than 55% of GDP, including 52% in processing industry, 60% – in wholesale trade, and 80% – in retail trade. Small-scale and medium-scale enterprisers – a total number of 5 mln 620,000 people (without those employed in agriculture, forestry and fishery) – amount just to 8.6% of the active population of Japan, however they make more than half of the Japanese economy work.

In the stable and homogeneous Japanese society this stratum is distinguished by its instability and heterogeneous structure. During the last 15 years its total number remained mainly unchanged, but its composition is very unstable: some get bankrupt, and new people go into business. The social structure of the small-scale and medium-sized business is as mixed and heterogeneous, as the small-scale business itself, which is a conglomerate of firms, differing in size, forms and organization of business activities. There we can see both full-blooded capitalists and individual handicraftsmen. Both men and women are engaged in business, although most of the enterprisers are men (about 70% of the total number). In industrial sector “male” business exceeds “female” both in volume of production and in scope of activities, and also from the point of view of “maturity” of business forms. About 80% of businesswomen are individual manufacturers, and most of them are engaged in production of clothes and textile goods.

There is general opinion that small-scale and medium-scale enterprisers are one of the most well-to-do social strata. In reality this is true only for a narrow layer (3-4%), while the major part of small-scale and medium-scale enterprisers (42%) have rather modest income about \$15,000 annually. Approximately the same number of businessmen has the income from \$15,000 to \$50,000 per year; by Japanese standards it is not a large sum of money. However, one should note that for many enterprisers the income from business is just one of the sources of income, often not the primary one, but supplementary.

Small-scale business is a zone of high risk. However there is a lot of people in Japan, who are eager to start up a business, and during the period of depression in the 1990s their number increased (up to 1.2 – 1.3 mln). The steady inflow of fresh forces to the business environment contributes to the positive development of the Japanese economy and society.

Chapter 4 studies the corporate culture, which becomes more and more important in the modern system of management. This important problem is

directly connected with the labour relations, with assuming and fulfilling mutual obligations of a company and an employee. In a company a person is not just making career; the development of personality is taking place there. Most of the corporations consider an employee to be the major value and the most important resource. Close links between company and employee are typical of the Japanese corporate culture. Such pattern is realized within the framework of a traditional corporate model – “family”, and is based on paternalism, peculiarities of the education system, and traditionalism of the Japanese society. The vitality of this type of relations is rather high, and such ties between people are characterized by a peculiar combination of egalitarianism and hierarchy, including special respect to the elders, to the senior colleagues and superiors, although sometimes these relations are of formal nature.

One of the distinctive features of the Japanese corporate culture is the so-called “grouping”, which, while having some formal similarity with the “team spirit” in the western companies, is characterized by highly intellectual interaction within the framework of formal and informal groups. Generally one can describe the Japanese corporate culture as egalitarian, collectivist (“grouping”), of manly type (orientated towards values, typical of the male role in the family and society, with clear social division of sexes), based on long-term planning, with evident desire to rule out vagueness of any kind.

The Japanese corporate culture is rather “strong”, i.e., it forms such organizational climate, in which the employees not just share corporate values, but are consciously and willingly devoted to them. However, such type of culture is effective only when it conforms with the current and long-term objectives of a corporation. During the period of dynamic economic growth in relatively stable environment the “strong” corporate culture of the Japanese companies was a significant strategic asset and one of the factors, raising their competitiveness. At present, in the time of changes, when the period of catch-up development ended, and it is necessary to adapt themselves to the changing conditions of global markets, the Japanese corporations have to improve their activities, including their corporate culture, and this is one of the most complicated problems in reforming the corporate management.

In Chapter 5 we consider the Japanese as an employee, and his/her special features, which contributed to the formation of the corporate culture. It is well-known, that diligence is one of the traditional, thoroughly cultivated virtues of the Japanese national character. The value of labour is one of the fundamental concepts of the Japanese way of life. The perception of labour as the means of self-expression and personal welfare is inseparable from the sense of duty to the society, adherence and even subordination to the collective interests. Diligence and the idea of the value of labour, typical of the Japanese national self-awareness, go back to the national religion and to the

peasant roots of the Japanese people. However, the modern social system is also well-adapted to the reproduction of such attitude towards labour.

Successful economic life and high level of labour organization in big business have created (and continue to create) more comfortable environment for economic development and positive work results. What is more, modern company is a basic social institution, where the value of labour for an individual is ultimately established. In the process of the socially-beneficial labour the Japanese is subjected to a number of organizational and economic methods of “cultivating” diligence. This results in high parameters of the use of labour time, labour intensity and quality of production.

However, some negative trends have become visible lately, as a result of the changeable economic situation: lowering of the skill level, continuous increase of staff fatigue, the acute problem of employment injuries and occupational mortality, staff turnover and increase of unemployment, which especially affects the middle-aged and old people, who were formerly the backbone of the labour power, but today there is poor demand for them in the job market.

Today 30% of the Japanese, working by hire, are those who don't have permanent job and sufficient earnings. Such personnel has absolutely different attitude towards labour, and regards it as means of subsistence, but not as the meaning of life. What is more, quite a new type of a young employee has appeared in the job market, the one who regards the labour as the source of income for recreation. Such changes threaten to break the model of behavior of the Japanese worker, orientated towards the labour values, with high labour moral precepts, and can drastically change the nature of the Japanese employee. For the present all these are just slight trends, however the Japanese prefer to consider possible consequences and get ready for them beforehand.

Chapter 6 shows, that today advances of science and technology, their rapid introduction into industry and supply to mass consumer are the important source of social progress, contributing to the growth of material welfare and cultural development of society. In the last quarter of the 20<sup>th</sup> century a comprehensive system of production on the basis of high technologies was created in Japan. Professional skill and production standard reached the highest world level. Thus, the prestige of occupations in science, engineering and production is rather high. Due to the wide-scale robotization and computerization of production the labour conditions are rather favourable.

The government supports the spread of scientific knowledge, the interest of the people in scientific and technological activities as a significant and prestigious kind of creative work, explains their importance for the development and well-being of society. Since 1999 a special version of “The

White Book on Science and Technology” for schoolchildren and students is published; it is distributed through schools and colleges, local educational bodies, libraries and museums. At the industrial and technical exhibitions there are special stands for young people. But the main factor in showing the great significance of science is the highly-developed technosphere, in which the Japanese live from the birth.

According to the sociological studies, the Japanese society has positive attitude towards the scientific and technological development, and regards it as the basis for the better conditions of life, deliverance from the dangerous kinds of work, more effective health services, possibility to soften the acute problem of ageing of the population. Besides, global peace and security are also associated in public opinion with progress in science and technology. However, there is also certain skepticism about the possibility to make life more sound and comfortable by means of high technology; many people think, that, on the contrary, life becomes more and more troublesome. One should also take into consideration the point of view, that while relying exceptionally upon science and technology, people overlook the spiritual aspect of life.

The problem of correlation between the spiritual and material sides of life of the modern “consumer society” is the main subject of Chapter 7. The post-war Japanese society was planned and created primarily as industrial, aimed at mass standard production of high-quality products; and the activity of all social elements was aimed at solving this problem. When the initial goals were achieved – that is regaining the former economic ground and taking the new ones, that made Japan one of the leading world powers, – the industrial society gradually turned into consumer society, aimed mainly not at manufacture, but at consumption. The main symptoms of consumption, Japanese style, are its mass and standard nature, which is due to the firm basic social and psychological features of the Japanese: as consumers they behave themselves in the same way as producers. Besides, long orientation on manufacturing only material values resulted in specific nature of the Japanese type of consumption, aimed at the Japanese themselves. Many experts say, that by the middle of the 1980s the “consumer paradise” was created in the country.

At the same time, the most far-sighted part of the business and intellectual elite became aware of the necessity of “intellectual revolution”, which took place in the United States and developed European countries. In the new century “transforming the industrial society into the intellectual society” (the term of the prominent analyst and politician T.Sakaiya) was proclaimed the primary national objective. However, despite reforms and innovations in the spheres of management and education, “intellectual revolution” didn't happen in Japan. One of the major reasons of such development is

the primarily consumer nature of the modern Japanese society and exceptionally material nature of the standard of consumption, while intellectual values take rather modest place.

One should also pay attention at the system of education, which, as before, is reproducing “small screws” – ideal workers for mass standard production, who at the same time become ideal material for mass standard consumption. Taking into consideration the high level of development of the modern Japanese “consumer society”, the possibility of its transformation into intellectual society – i. e., its opposite – seems to be rather questionable.

Rather high educational level of all the strata of the Japanese society in different periods played an important part in implementing major reforms. The government always held the key of educational sphere, adjusting it according to the changing needs of the elite. From Chapter 8 one can learn, how and what the Japanese study.

The modern educational system and the whole educational process, which include the most important aspects of standardization and moral education, have a powerful historical, cultural, social and natural background. The educational level of the modern Japanese is considered to be one of the highest in the world. About 100% of the Japanese children receive compulsory 9-year education (elementary and high school of the first grade); 96% go to high school of the second grade; after finishing school more than 60% enter the universities, colleges and vocational schools. However, these quantitative parameters are not supported by appropriate quality.

Standardization of the education, resulted from social and psychological “equalization”, and thoughtless memorizing of large volumes of information prevent the students from developing their individual ability. Such system was rather effectual, while training of labour force for manufacturing mass standard product. One should note, that any reform of education system meets the requirements of the political, social and economic situation in society, which determine the goals and direction of the reform. In particular, the strategy of the “economic miracle” requires a lot of skilled labour force, conforming to certain standards. At that time companies didn’t need creators, they needed doers, easily incorporated in the structure of an enterprise. Since then Japan in many spheres has left most of the countries behind, but a number of factors, which in the past contributed to its boom, became hindrance to its further development. This is true about the system of education.

Already in the end of the 1990s the main directions of the educational reform became clear: “from centralization to decentralization”, “from unification to diversity”, “from rigidity to flexibility”. Three basic principles of reform were worked out: 1) cultivating individualism; 2) more attention to continuous education and life-long training; 3) taking into consideration

the global changes (internationalization, introduction of new information technologies, particularly, digital, etc.). In the age of high technologies egalitarianism, uniformity and thoughtless memorizing of information hinder the formation of creative characters. The country needs not so much diligent workers, as independently-thinking specialists, and the current reform of education system must solve the problem of training such specialists.

Considering the demographic situation in Japan, there is a forecast, that by 2009 the number of university entrants will be equal of the number of the vacant first year places in the universities, i.e., everybody, who finish the school, would be able to enter university without exams; thus higher education would actually become universal. However, the quality of such education would be doubtful.

Assessing the potential of the modern Japanese society, one should not ignore the role of women, who give birth to the new members of society and bring them up. Chapter 9 describes the life of the Japanese women – about 65 mln, or 51% of the population. More than 40% of women are occupied in different spheres of national economy. They amount to 41% of the working population of Japan, and, considering the demographic situation, their role would increase. Besides, more and more women take part in political and public life, in different social movements. Thus, the greater significance of women in labour and social life is an important trend in the evolution of modern Japan. However, there is a lot of unsolved problems as to the position of women in the traditionally “male” Japanese society.

The rise of social status of a Japanese woman drastically changes her role in the family. Today she has indisputable authority at home. It is she who control the family budget (husbands seriously call their wives “finance minister”) and make decisions about brining up and education of the children. Japanese husbands spend most of the time out of home, and wives, while holding them in the greatest respect, rarely ask their advice.

Today we see the formation of quite a new generation of the Japanese women. They are well-educated, have good earnings; they are fond of traveling, shopping; they like to chatter with friends. Young Japanese women are in no hurry to get married, they would like to “live for themselves” and make career. They behave in relaxed manner, although with dignity. Women don’t hesitate to apply to court in case of sexual harassment at work. What is more, dissatisfied with the fact that their husbands spend too much time at work (sometimes they even have to work and live in other cities), women consider themselves having the right to have liaisons elsewhere; photos of high school girls are published in the sex-magazines; they take part in “sex-talks”; students earn additionally in the night-clubs.

Modern Japanese women are advancing; step by step they gain new positions at work, in the family, in society. At the same time, their emancipa-

tion and deliverance from subordinate position, new independence, movement for equal rights – all these take place in the framework of national traditions. “The war of sexes”, as mass media sometimes call it, is waged rather skillfully, without insulting the “adversary”. Women are acting with characteristic tact, in soft manner, striving for consent settlement; which to a great extent differ them from, e. g., aggressive American feminists. And up to now family is top priority for the Japanese women, at least, for the most of them.

Chapter 10 gives a detailed account of the private life of the Japanese – actually, for the first time in the Russian studies of Japan. Besides, the subject is regarded apart from the problem of leisure. This Chapter is an attempt to consider the most important aspects of private life of the Japanese men, women and young people. Such three-sided approach is quite justified, because there is a lot of specific features in each of the three groups; someone might even think that they exist independently, without close contacts. However, this is not true; the Japanese society is an integral whole.

Changes of the Japanese attitude towards recreation and private life, changes of traditional structure of spare time, revision of individual interests, undoubtedly, result from economic issues. However, here we would like to study the non-economic causes for these changes. One should note more pragmatic attitude towards work, especially, among the young people; the desire to spend less time for work and more time for recreation, general desire of the Japanese as “ideal consumers” to plunge deeply into the life of the consumer society. We can support the opinion, that “paradoxical bewilderment because of a lot of spare time and further involvement in the life, based on the laws of consumer society, is typical today not only of the young people, but of all the age strata of society”.

*Sarariman* – a “white-collar”, an employee of a company or agency – was chosen as an object of study of the private life of an “average” male Japanese. Many hundred thousands of office-workers in dark suits, white shirts and neckties (actually, this has become their uniform) – today they are one of the main features of any megalopolis, broadly publicized by mass-media. How does this “ideal employee” and “ideal consumer” spend his spare time? How does he recover from stress and get free from rigid framework of hierarchy and regulations? What changes take place in the private life of the Japanese women; how they position themselves in the “male” society? Special attention is paid to the young people, who seek professional and social self-identification, and feel uneasy because of the conflict between self-expression in recreation and subordination at work.

Animated cartoons and comic strips, TV-serials and films, pop- and rock-music, fashion and advertisement, other forms of mass culture cur-

rently fill up the inner development and material life of the Japanese society. This is the subject of Chapter 11. Up to now Japan is not among the leaders of the world mass culture. However, lately Japan more often presents to the outside world its peculiar mass culture, which combines the latest innovations from abroad with centuries-old national traditions.

Mass culture is a peculiar phenomenon of social differentiation of the modern culture. However, some of its functional and formal analogues can be seen in the medieval Japanese culture. For instance, during the Tokugawa period one of the vivid examples of the urban culture was the painted woodcut – *ukie-e*. It sprang up at the edge of art and craft, and it had all the main features of mass culture: large circulation, availability, cheapness, often lewd content. It was the time, when the term “*manga*” appeared – “strange and amusing pictures”; it was invented by Hokusai for his “drawings from life”. Later they started to use the word “*manga*” for the Japanese comic strips.

Today manga-comic strips and animation are the mainstream of the national mass culture. The Japanese industry of manga-comic strips and animation is the most developed and diverse in the world. Animation serials and comic strips about robots-samurais are popular not only in Japan, but in many other countries. Perhaps, this is one of the most worthwhile spheres of the national mass culture, contending for influence with the cinema, which, after dozens years of stagnation, is now on the upgrade and try to win the world screen. The animation presents a lot of genres, various stylistic manners and artistic methods. However, the main divide is between the national tradition and western influence, which is adapted by the national artistic environment and acquires new, specific features. The same is true about the other forms of mass culture.

TV plays an important part in spreading mass culture. The Japanese are considered to be the most enthusiastic TV-viewers – 35% of the population spend four and more hours daily, watching TV. However, today the apotheosis of the infinite power of mass culture is Internet.

In Chapter 12 we try to describe the spiritual climate of the Japanese society, which is formed by moral and intellectual values (these values determine the ideals and demands of the Japanese). However, in each society there are different social strata, where people differ in cultural level and moral standards. Besides, there are some distinctions between various age groups. So it is rather difficult to describe the spiritual climate of society. While considering new trends, it is necessary to trace their background. Spiritual demands of the Japanese result from a combination of traditional intellectual and moral principles and new trends, formed due to the mutual cultural influence of the West and the East.



During the last three decades three generations appeared in Japan, which differ from each others in their attitude towards the world, society and themselves. These are: the generation, whose youth fell on the 1970s – the years of rapid economic growth; the generation, whose youth fell on the abundant 1980s – the years of prosperity; the generation, whose youth fell on the “empty 1990s”.

At the edge of the centuries, the Nomura research center set a goal to find out what these generations have in common with each other. In the interviews in 1999 with the representatives of various social strata and age groups most of the respondents stressed the importance of not just personal wellbeing, but, in the first place, of the welfare of the society as a whole. This point was presented as a major factor, uniting the Japanese and, consequently, the necessary condition of personal prosperity. Besides, opinion polls show, that, despite the changes in the way of life, the ethical and aesthetic values of the Japanese remain generally the same. This is very important, because in the end of the 20<sup>th</sup> century there were attempts in Japan to cultivate among the people (especially, young people) new social positions and principles of life. In particular, a campaign was launched for “individualization”, based on the desire to express his/her own unique individuality. Evidently, that the interest in the individuality as such arose under the influence of the concepts, very popular in the West. All the mass media stressed the importance and the necessity of self-expression. The issue of the unique nature of each personality (quite natural for Europe) has become a major problem for Japan, since most of the Japanese has not yet realized its significance. Moreover, there is general opinion, that “individualization” has already affected the traditional system of social relations and loosened the family ties.

By the level of economic development, scientific and cultural standards Japan doesn't fall behind its European and American partners, and the desire to live according to their standards gives the feeling of being the member of the world community. However, the inconsistent acquiring of values and ideas, alien for the Japanese, results in its' unnatural manifestation. A typical example is the ill-considered “individualization” campaign, which brought discordance in the established system of human relations. However, moral and aesthetic demands of the Japanese are less vulnerable to the changes, and this area remains invariable in the Japanese mentality.

---

---

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Создать портрет современного общества любой высокоразвитой страны – трудная задача. Для этого необходимо изучить все стороны его жизни, т. е. «объять необъятное». Современное японское общество – одновременно высокоразвитое и в определенной степени традиционное, что существенно усложняет задачу.

Книги о ведущих державах мира пользуются в России устойчивым спросом, за которым стоит отнюдь не только академический интерес. Анализируя успехи и неудачи других стран, мы ищем в их опыте уроки или хотя бы подсказки для решения собственных проблем. Это верно и для Японии, но ее случай иной. Россия знала несколько периодов «японизма», моды на все японское, каждый раз вызывавшей в обществе волну неподдельного интереса к дальневосточному соседу, его прошлому и настоящему, экономике и политике, истории и культуре, этнографии и быту. Сегодня Япония снова «в моде», и этот фактор общественного сознания нельзя не учитывать. На русском языке выходит много книг об этой стране, в том числе высокого уровня, но обобщающей научной работы о современной Японии, о современном японском обществе пока нет. Осознание необходимости заполнить эту лауну было одним из главных мотивов авторов нашего проекта – специалистов в самых разных сферах жизни японского общества.

Рубеж XX и XXI вв. можно рассматривать как определенный водораздел в оценке многих устоявшихся представлений о японском обществе, о самих японцах, как в России, так и в Японии. Многие, казалось бы, незыблемые ценности подвергаются серьезному пересмотру. Перемены произошли, они заметны, но их не стоит ни преувеличивать, ни преуменьшать

Авторы решили подойти к решению поставленной задачи нетрадиционно – посмотреть на японское общество изнутри и как бы снизу вверх, сосредоточив внимание не на законах или институтах, как это обычно делалось ранее, а на самих людях. Иными словами, они постарались показать, как японцы живут и работают, учатся и отдыхают, чем увлекаются, и что их волнует. Поскольку жизнь людей – единое

тканое полотно, все эти проблемы взаимосвязаны, и при рассмотрении одной из них невольно затрагиваются другие, что в результате позволяет создать единую картину общества. При этом вполне убедительно обращение авторов к истории страны мэйдзийского периода, когда закладывались основы современного общества.

Монография состоит из двенадцати глав, которые условно можно разбить на два блока. В первом из них рассмотрены проблемы, связанные с общим положением дел в стране: политика, экономика, менеджмент, наука – как они отражаются на жизни граждан и влияют на нее. Во втором блоке главы посвящены повседневной жизни японцев, их духовному и культурному миру.

Перемены в жизни общества в значительной степени проявляются в отношении людей к внутренней и внешней политике. Развернутая картина того, как современные японцы относятся к этой проблеме, представлена в первой главе. Подавляющему большинству японцев присущи естественная любовь к своей стране, чувство гордости за ее успехи, отсутствие явно выраженного недружественного отношения к другим народам. Однако сознательно и, более того, подсознательно им свойственно противопоставлять себя остальному миру, что является мощным стимулом формирования и самонастройки современной внутриполитической системы.

В настоящее время размытость политических целей и отсутствие четких ориентиров приводит к тому, что большинство японцев не хочет идентифицировать себя с какими-либо политическими течениями. Все больше японцев хотели бы видеть свою страну чем-то вроде «азиатской Швейцарии», не «великой», но уютной страной, в которой решены экологические и социальные проблемы. Другими словами, экология и комфортность жизни для большинства населения куда важнее, чем решение чужих и чуждых проблем, а политические баталии традиционно малоинтересны.

Япония раньше многих других стран вступила в информационное общество, что привело к перенасыщению населения политической информацией, а затем и к отторжению последней основной массой потребителей. Поэтому внутренняя и внешняя политика во все большей степени становится полем деятельности профессионалов. Простые японцы более активно интересуются проблемами пенсий и роста благосостояния, уровнем деловой активности, образовательной и почтовой реформами. Тем временем общественный контроль над политическими процессами ослабевает. Подобная ситуация наблюдается и во многих других развитых странах, однако в Японии она проявляется наиболее выпукло. Весьма активно, как правило, проявляют себя маргинальные группы, устраивающие шумные политические

кампании, но не находящие адекватного резонанса в обществе. Примером их может служить кампания за возвращение «северных территорий», больше напоминающая шоу. Широкие массы и бизнес-сообщество демонстрируют индифферентность к этой проблеме.

Опросы общественного мнения однозначно указывают на то, что японцам свойственен интерес к некоторому набору политических проблем, например, к тем, которые непосредственно затрагивают безопасность жителей страны и их кровные интересы. Развитие событий заставило японцев остро ощутить свою незащищенность перед враждебным внешним миром: например, беспокойство по поводу атомной программы Пхеньяна, поскольку именно Япония может стать первой жертвой ядерных амбиций КНДР и политического шантажа в связи с малым радиусом полета северокорейских баллистических ракет.

Большой интерес общественность проявляет к военной операции в Ираке и миротворческой деятельности ООН, поскольку это может непосредственно сказаться на особой позиции Токио, касающейся направления контингентов сил самообороны за границу. Обращает на себя внимание толерантное отношение большинства японцев к позиции кабинета. Хотя они ее большей частью не одобряют, но действия правительства поддерживают, что может служить проявлением традиционной ментальности. В целом отношение японцев к политике можно охарактеризовать как ограниченный прагматический интерес.

Глубокий анализ вопроса о том, идет ли страна к «власти закона», дается во второй главе на примере деятельности Банка Японии. Под «властью закона» понимаются правила и ограничения, четко определяющие параметры действий субъектов экономики. В частности, внимание акцентируется на проблемах, возникающих в процессе осуществления учреждениями как «представителями» тех функций, которые на них возлагает электорат как «доверитель». Введение в систему отношений между ними дополнительного звена так называемых «контролеров» (например, правительства), надзирающих за действиями учреждений, способно решить лишь часть проблем. В работе показано, как выстраиваются отношения в рамках этой системы в действительности и как много привходящих моментов влияет на них.

Реформа Банка Японии в соответствии с новым законом 1997 г. значительно расширила его автономию в области валютной и кредитно-денежной политики. Она также предусматривала координацию действий Банка с политикой правительства и вводила дополнительные правила законодательного контроля. Следует обратить внимание на то, что эта реформа рассматривается в контексте особенностей политической ситуации в стране. В преддверии выборов (октябрь 1997 г.) в условиях неблагоприятной макроэкономической ситуации,

связанной в том числе с явными просчетами в экономической политике, правительству нужен был «козел отпущения», на который бы можно было списать все грехи. Им стало министерство финансов, которое в результате принятия нового закона о Банке Японии и создания Агентства финансового контроля было ослаблено и лишилось части своих прежних функций.

Анализ ситуации с Банком Японии в плане ее соответствия условиям, которые позволяют режиму «власти закона» работать более эффективно, затрагивает проблему более широкого плана – о возможности перехода к режиму «власти закона» японского общества в целом. Центральное место здесь занимает вопрос о характере взаимоотношений между правительством и формально независимыми учреждениями. Смогут ли эти учреждения в дальнейшем полностью реализовать свой потенциал независимости? Смогут ли они служить обществу и в меньшей степени полагаться на традиционные отношения с государством? Ответ может дать только будущее.

В третьей главе дана социально-экономическая характеристика деятельности мелких и средних предпринимателей. Отечественная наука пока уделяет им мало внимания, хотя проблема формирования этого социального слоя является исключительно важной для современной России. Мелкие и средние предприятия играют огромную роль в развитии японской экономики. Заполняя значимые ниши экономической структуры, они производят более 55% ВВП страны, в том числе в обрабатывающей промышленности – около 52%, в оптовой торговле – около 60%, в розничной торговле около 80%. Мелкие и средние предприниматели общей численностью 5620 тыс. (без учета лиц, занятых в сельском и лесном хозяйстве и рыболовстве) составляют всего 8,6% самодельного населения Японии, но именно они приводят в движение более половины ее экономики.

В стабильном и однородном японском обществе этот слой выделяется нестабильностью и крайней пестротой состава. На протяжении последних 15 лет его общая численность принципиально не меняется, но одни предприниматели разоряются и уходят из бизнеса, другие заполняют образовавшуюся нишу и пробуют свои силы в этой новой для себя сфере. Социальный состав мелких и средних предпринимателей пестр и разнообразен, как и сам малый бизнес, который представляет собой конгломерат фирм, различающихся по размерам, формам и специфике организации предпринимательской деятельности. Здесь можно видеть как полноценных капиталистов, так и кустарей-одиночек. По роду деятельности различается мужское и женское предпринимательство, но в основном здесь заняты мужчины (почти 70% общего числа). В промышленности «мужской» бизнес превосходит

«женский» и по масштабам производства, и по широте охвата отраслей, и с точки зрения зрелости форм предпринимательства. Около 80% женщин являются индивидуальными производителями, при этом большинство их занимается производством одежды и текстильных изделий.

Распространено мнение, что мелкие и средние предприниматели – один из самых обеспеченных слоев общества. В действительности это утверждение можно отнести лишь к узкой прослойке (3–4%), в то время как основная масса мелких и средних предпринимателей (42%) довольствуется скромным доходом около 15 тыс. долл. в год. Примерно такое же число предпринимателей получает от 15 тыс. до 50 тыс. долл. в год, что по японским меркам также считается небольшой суммой. Однако следует учитывать, что для многих предпринимателей прибыли от их бизнеса – всего лишь один из источников доходов, нередко даже не основной, а дополнительный.

Малый бизнес – зона повышенного риска. Однако желающих открыть собственное дело в Японии немало, причем в период депрессии 90-х годов их число только возросло (примерно до 1,2–1,3 млн. человек). За счет постоянного притока свежих сил в предпринимательскую среду происходит поступательное развитие как японской экономики, так и общества в целом.

Предметом исследования в четвертой главе является корпоративная культура, которая занимает все более важное место в современной системе управления. Значимость этой проблемы обусловлена ее прямой связью с трудовыми отношениями, принятием и выполнением взаимных обязательств компании и работника. В рамках компании происходит не только карьерный рост работника, но и формирование его личности. Большинство корпораций при определении основ своей деятельности признает человека главной ценностью и наиболее значимым активом. Японская корпоративная культура отличается высокой степенью идентификации работника с компанией. Она осуществляется в рамках традиционной корпоративной модели «семья» и опирается на патернализм, который в совокупности с относительной закрытостью и традиционализмом общества в целом, особенностями системы образования и воспитания, обусловил ее исключительную живучесть. Взаимоотношения между людьми в рамках такой модели отличаются своеобразным сочетанием высокой степени эгалитаризма и иерархичности, включая подчеркнутое почитание старших по возрасту, стажу и опыту коллег и руководителей, хотя в ряде случаев это имеет формальный характер.

Одним из важных признаков японской корпоративной культуры является «группизм», который, имея сходные формальные признаки с «командным духом», который распространен в западных компаниях,

отличается высококонтекстуальным взаимодействием в рамках формальных и неформальных групп. В целом корпоративную культуру можно представить как эгалитарную, коллективистскую («группизм»), мужского типа (ориентированную на ценности, ассоциирующиеся с ролью мужчины в семье и обществе, с четким разделением социальных ролей полов), с ярко выраженным стремлением избежать неопределенности и долгосрочным временным горизонтом.

Японская корпоративная культура, относящаяся к категории сильного типа, формирует такой организационный климат, в котором работники не просто разделяют корпоративные ценности, но и сознательно, а чаще органично привержены им. Однако культура такого типа эффективна лишь тогда, когда соответствует текущим и перспективным целям корпорации. В период динамичного экономического роста в относительно стабильной внешней среде сильная корпоративная культура японских компаний была важным стратегическим активом и одним из факторов повышения их конкурентоспособности. Сейчас же, в эпоху перемен, вызванных завершением этапа догоняющего развития и необходимостью приспосабливаться к быстро меняющимся условиям глобальных рынков, японские корпорации вынуждены корректировать и свою корпоративную культуру, что является едва ли не самой сложной задачей в процессе реформы корпоративного управления.

В пятой главе рассмотрены черты японца как работника, которые помогли сложиться корпоративной культуре. Как известно, в национальном характере японцев трудолюбие является одной из традиционных, систематически воспитываемых добродетелей. Ценность труда скрепляет всю аксиологию японской жизни. Понимание и восприятие труда как средства самореализации и достижения личного благосостояния неотделимо от чувства долга перед обществом, приверженности, даже подчиненности интересам коллектива. Присущие национальному самосознанию японцев осознание ценности труда и трудолюбие восходят к национальной религии, а также к крестьянским корням народа. Но и современное общественное устройство хорошо приспособлено к воспроизводству такого отношения к труду.

Успешная экономическая жизнь и высокий уровень производственной организации труда в системе крупного бизнеса создавали и все еще продолжают создавать наиболее благоприятную среду для развития и получения высоких результатов труда. Более того, современная компания является основным общественным институтом, в котором окончательно утверждается ценность труда для индивида. Включенный в непосредственный процесс общественно-полезного труда, японец неизменно подвергается комплексу организационно-экономических способов «воспитания» трудолюбия. Результатом этого

являются высокие показатели использования рабочего времени, интенсивности труда и качества производимой продукции.

Однако в последнее время дает о себе знать ряд негативных тенденций, связанных с изменением экономической ситуации: снижение уровня квалификации, систематический рост усталости персонала, обострение проблемы травматизма и смертности на производстве, повышение текучести кадров и непрекращающийся рост безработицы. Особенно велика она среди представителей среднего и старшего возраста, ранее определявших лицо общества. Эти «трудоголики» все меньше котируются на рынке труда.

В начале текущего столетия 30% работников наемного труда составляют те, кто не имеет постоянной работы и достаточного заработка. Такой персонал совершенно по-другому относится к труду и видит в нем в лучшем случае лишь средство к существованию, но не смысл жизни. Более того, на рынке труда появился совершенно новый тип молодого работника, который ищет в труде источник доходов для развлечений. Такие сдвиги грозят сломать поведенческую модель японского работника с ее ориентацией на ценности труда и высокой трудовой морали и в будущем коренным образом изменить его облик. Пока это всего лишь намечающиеся тенденции, но японцы предпочитают задумываться о возможных последствиях, готовиться к ним, чтобы проблема неожиданно не обрушилась на голову.

В шестой главе показано, что в настоящее время новые достижения науки и техники, их быстрое освоение в производстве и доведение до массового потребителя являются важным источником социального прогресса, способствуют росту материального благосостояния и культурного уровня общества. В последней четверти XX века в стране была создана комплексная система производств, опирающихся на высокие технологии, подняты на высший мировой уровень производственная культура и мастерство работника. Поэтому в обществе весьма высок престиж научных, инженерных и производственных профессий. Благодаря широкомасштабной роботизации и компьютеризации производства созданы вполне комфортные условия труда.

Правительство, поддерживая интерес граждан к научно-технической деятельности как к важному и престижному виду творчества, пропагандирует научные знания, разъясняет их значение для жизни и благополучия общества. Начиная с 1999 г. издается специальный вариант «Белой книги по науке и технике» для школьников и студентов, который распространяется через учебные заведения, местные органы образования, библиотеки и музеи. На промышленных и технических выставках создаются стенды, специально ориентированные на молодых людей. Но, конечно, главным популяризатором науки и ее

практического значения является высокоразвитая техносфера, окружающая японцев с малых лет.

Согласно социологическим исследованиям японское общество благоприятно относится к развитию науки и техники и именно с ним связывает улучшение условий жизни, освобождение от опасных видов работ, более эффективное лечение, возможность снизить остроту проблемы стареющего общества. Спокойствие и безопасность в глобальном масштабе также связываются с достижениями науки и техники. Но существует и определенный скептицизм в отношении их возможностей сделать жизнь более здоровой и приятной: многие полагают, что, наоборот, она становится более беспокойной. Заслуживает внимания и мнение, что, полагаясь исключительно на науку и технику, люди забывают о духовной стороне бытия.

Проблема соотношения духовного и материального в жизни современного «общества потребления» является центральной темой главы седьмой. Послевоенное японское общество задумывалось и строилось, прежде всего, как индустриальное, ориентированное на массовое стандартизированное производство высококачественной продукции. Этой задаче была подчинена деятельность всех его компонентов. С достижением первоначальных целей – восстановлением прежних экономических позиций и завоеванием новых, что вывело Японию в число крупнейших развитых стран мира, – индустриальное общество постепенно превращалось в потребительское, ориентированное уже не столько на производство, сколько на потребление.

Главными признаками потребления по-японски остаются его массовость и стандартизированность, что объясняется неизменностью принципиальных социально-психологических характеристик японцев: в качестве потребителей они ведут себя так же, как в качестве производителей. Кроме того, многолетняя ориентированность на производство исключительно материальных ценностей придает специфический характер японскому типу потребления, сосредоточенного на них же. По мнению многих японских экспертов, к середине 80-х годов в стране был создан «потребительский рай».

В это же время наиболее дальновидная часть деловой и интеллектуальной элиты задумалась над необходимостью «интеллектуальной революции», происшедшей в США и развитых европейских странах. С наступлением нового века «реформирование индустриального общества в интеллектуальное» (термин видного аналитика и государственного деятеля Т. Сакаия) было провозглашено одной из главных задач страны. Однако, несмотря на реформы и нововведения в области образования и управления, «интеллектуальной революции» в Японии не произошло. Одна из главных причин этого кроется в преимущественно

потребительском характере современного японского общества и в исключительно материальном характере потребительской культуры, в которой интеллектуальные ценности занимают весьма скромное место.

Следует отметить и роль системы образования, которая по-прежнему ориентирована на воспроизводство «винтиков», идеальных работников для массового стандартизированного производства, которые одновременно становятся идеальным материалом для массового стандартизированного потребления. Учитывая исключительно высокую степень развития «общества потребления» в современной Японии, возможность эффективного превращения его в интеллектуальное, т. е. в свою противоположность, представляется более чем сомнительной.

Высокий уровень образования во всех слоях японского общества на разных этапах исторического развития играл важную роль при осуществлении кардинальных реформ. Правительство постоянно держало под контролем эту сферу, внося в нее коррективы в соответствии с изменениями потребностей элиты. В восьмой главе показано, как и чему учатся японцы в настоящее время.

Современная система образования и весь образовательный процесс, в котором чрезвычайно важны стандартизация и воспитательная составляющая, обладают мощным историческим, культурным, социальным и природным бэкграундом. Образовательный уровень современных японцев признается одним из самых высоких в мире. Обязательное девятилетнее образование (начальная и средняя школа первой ступени) получают почти 100% детей; 96% продолжают обучение в средней школе второй ступени, по окончании которой более 60% поступают в институты, колледжи и профессиональные училища. Однако эти количественные показатели не подкрепляются соответствующим качеством.

Стандартизация образования, проистекающая из социальной и психологической «уравниловки», и механическое заучивание чрезмерных объемов информации не дают возможности развивать индивидуальные способности учащихся. Такая система была эффективной при подготовке рабочей силы, предназначенной для выпуска стандартной массовой продукции. Стоит напомнить, что каждая реформа образования соответствует социально-экономической и политической ситуации в обществе, что определяет ее цели и направленность. В частности, стратегия «экономического чуда» требовала значительного числа хорошо подготовленной рабочей силы, соответствующей определенным стандартам. Компаниям в то время были нужны не творцы, а исполнители, которые легко инкорпорировались в структуру предприятия. Сегодня, когда Япония по многим параметрам находится впереди других стран, целый набор факторов, в свое время способст-

вовавших ее подъему, стал тормозом на пути дальнейшего развития. Это относится и к образованию.

Уже в конце 90-х годов определились основные направления реорганизации этой важнейшей сферы: «от централизации к децентрализации», «от унификации к разнообразию», «от жесткости к гибкости». Были разработаны три основных принципа реформы образования: 1) опора на воспитание индивидуализма; 2) усиление внимания к непрерывному образованию или обучению на протяжении всей жизни; 3) учет глобальных перемен (интернационализация, внедрение новых информационных технологий, особенно цифровых, и т. д.). В век высоких технологий эгалитаризм, единообразие, механическое заучивание мешают формированию творческих личностей. Стране нужны не столько «трудолюбивые пчелы», сколько оригинально мыслящие специалисты, задачу подготовки которых и призвана решить нынешняя реформа образования.

С учетом демографической ситуации в стране делается прогноз, что к 2009 г. число абитуриентов сравняется с числом мест на первых курсах университетов, т. е. каждый окончивший школу будет иметь возможность получить место в университете без экзаменов, и высшее образование фактически станет всеобщим. Остается вопрос, в каком соотношении будут находиться количественные и качественные показатели.

Оценивая потенциал современного японского общества, нельзя обойти вниманием женщин, прежде всего, из-за той важнейшей роли, которую они играют и которую не может исполнить ни один мужчина – они создают и воспитывают членов этого самого общества. В девятой главе подробно рассказывается о жизни японок. Их почти 65 млн. человек, или 51% всего населения; более 40% из них занято в различных сферах народного хозяйства. Женщины составляют 41% работающего населения Японии, и их роль в этой сфере, с учетом современной демографической ситуации, несомненно, будет возрастать. Кроме того, все больше женщин участвует в политической и общественной жизни, в различных гражданских движениях. Растущее значение японок в трудовой и общественной жизни – одно из главных направлений эволюции сегодняшнего общества. Однако остается много нерешенных проблем, касающихся положения женщин в поистине «мужском» японском обществе.

С повышением социального и общественного статуса японок кардинально меняется их роль в семье. Сегодня в доме она – непререкаемый авторитет. Именно женщины контролируют бюджет семьи (мужья вполне серьезно называют их «министрами финансов») и принимают решения о воспитании и обучении детей. Мужья почти не

бывают дома, поэтому жены, относясь к ним с должным уважением, практически никогда не советуются с ними.

Сейчас формируется совершенно новое поколение японок. Они хорошо образованы, неплохо зарабатывают, любят путешествовать, бродить по магазинам, болтать с приятельницами. Молодые японки не торопятся выходить замуж, хотя «пожить для себя» и сделать карьеру. Они держатся более раскованно, но с достоинством. Женщины уже не боятся обращаться в суд в связи с сексуальными домогательствами на работе. Более того, неудовлетворенные отсутствием мужей в силу их занятости на службе (нередко они вынуждены работать и жить в других городах), женщины считают себя вправе заводить связи на стороне, школьницы старших классов позируют для секс-журналов, участвуют в «секс-беседах», студентки подрабатывают в ночных клубах.

Современные японки наступают, шаг за шагом отвоевывая для себя все новые и новые позиции на работе, в семье, в обществе. Вместе с тем выход японок из подчиненного положения, обретение независимости и самостоятельности, движение за равноправие женщин происходит здесь в рамках национальных традиций. «Война полов», о чем иногда пишут СМИ, ведется вполне искусно, не оскорбляя «противника». Женщины действуют с присущим им тактом, в мягких тонах, в поисках компромиссов, что в значительной степени отличает японок, например, от американских феминисток. До сих пор семья для японок, во всяком случае для большинства из них, – дело первостепенной важности.

Десятая глава посвящена той стороне жизни японского общества, которая, по сути, впервые в российском японоведении рассматривается так подробно. Это – частная жизнь японцев. В данной главе рассматриваются наиболее важные аспекты частной жизни японцев, японок и молодежи. Такой подход представляется оправданным, поскольку в отношении к свободному времени у каждого из них много специфического. Создается даже впечатление, что они существуют сами по себе, не пересекаясь. Однако подобное впечатление ошибочно. Японское общество и в этом отношении представляет собой «единое тканое полотно».

Изменение отношения японцев к отдыху и к частной жизни, а также привычной структуры свободного времени, пересмотр индивидуальных интересов, безусловно, самым тесным и непосредственным образом связаны с экономическими проблемами, но в данном случае важно понять, что стимулирует эти перемены вне экономики. Нельзя не отметить более критическое отношение к работе, особенно у молодежи, желание меньше трудиться и больше отдыхать, общее желание

японцев как «идеальных потребителей» глубже погружаться в жизнь общества потребления. Можно согласиться с тем, что «парадоксальная растерянность в случае появления непривычно продолжительного свободного времени и еще большее втягивание в жизнь по законам общества потребления, характерны не только для молодежи, но и для всех возрастных слоев общества».

Объектом рассмотрения частной жизни «среднего» японского мужчины выбран сарариман – «белый воротничок», служащий в компании или учреждении. Сотни тысяч служащих в темных костюмах, белых рубашках и галстуках, фактически ставших униформой, – одна из главных примет современных мегаполисов, растиражированная средствами массовой информации. Как отдыхает этот «идеальный работник» и «идеальный потребитель», как снимает стрессы и пытается раскрепоститься, вырвавшись из жестких рамок иерархии и регламента? Как меняется отношение японок к частной жизни, какую нишу они находят для себя в «мужском обществе»? Особое внимание уделено молодежи, которая ищет профессиональную и социальную самоидентификацию, мечется между проявлением внешней индивидуальности в проведении свободного времени и ее подавлением на службе.

Анимация и комиксы, телесериалы и кинофильмы, поп и рок-музыка, мода и реклама, другие образцы массовой культуры сегодня заполняют духовную и материальную жизнь японского общества. Об этом рассказывается в одиннадцатой главе. В мировой массовой культуре Япония до сих пор является далеко не самым сильным и влиятельным представителем. Однако в последние годы она все чаще представляет миру своеобразную массовую культуру, в которой новейшие достижения, пришедшие извне, сочетаются с опытом многовековых традиций.

Массовая культура – своеобразный феномен социальной дифференциации современной культуры, но ее отдельные функциональные и формальные аналоги можно встретить в культуре средневековой Японии. Например, в период Токугава ярчайшим примером городской культуры стала цветная гравюра на дереве *укиё-э*. Возникшая на стыке искусства и ремесла, она имела все основные признаки массовой культуры – большой тираж, доступность, зачастую фривольный сюжет, дешевизна. Именно тогда появилось ныне столь известное понятие «манга» – «странные, или веселые картинки», которое придумал для своих «рисунков из жизни» великий Хокусай. Позже словом «манга» стали обозначать японские комиксы.

Сегодня *манга* и *анимэ* (анимация), сюжет которых заимствуется из наиболее любимых зрителями комиксов, представляют собой «мейнстрим» массовой культуры страны. Японская индустрия созда-

ния комиксов и анимации стала самой развитой и разнообразной в мире: многосерийные *анимэ* о космических роботах-самураях пользуются популярностью не только в Японии. Пожалуй, это наиболее перспективная область массовой культуры страны, посягнувшая на власть кинематографа, который после нескольких десятков лет застоя переживает новый подъем, вырываясь на мировой экран. В *анимэ* представлено все обилие жанров, многообразие стилистики и художественных методов. При этом основной водораздел между ними лежит все-таки между национальной традицией и западным влиянием, которое адаптируется в художественной местной среде и приобретает новые, оригинальные черты. Таким же путем идут и другие виды массовой культуры.

В популяризации и распространении массовой культуры огромную роль играет телевидение. Японцев считают самой телесмотрящей нацией в мире (35% населения страны проводят у телевизора по четыре и более часов в день). Однако на сегодняшний день вершиной безграничной власти массовой культуры становится Интернет.

В двенадцатой главе сделана попытка показать духовный климат японского общества, который формируется нравственными и интеллектуальными ценностями. Именно они определяют идеалы и запросы японцев. Однако в любом обществе имеются разные социальные слои, в рамках которых люди различаются по своему культурному уровню и нравственности. Кроме того, существуют определенные различия, характерные для разных возрастных групп. Поэтому однозначно охарактеризовать духовный климат общества нелегко. Рассматривая же новые тенденции, необходимо проследить, что послужило причиной их возникновения, и на каком фоне они развивались. Духовные запросы японцев вырастают из переплетения традиционных интеллектуальных и моральных устоев с новыми тенденциями, сформированными в результате культурного взаимодействия Востока и Запада.

За последние три десятилетия в Японии появились три поколения граждан, сильно отличающиеся друг от друга по отношению к миру, обществу и к самим себе. Это – три поколения людей, чья молодость пришла на 70-е годы, когда бурно развивалась экономика, на «изобильные 80-е годы процветания» и на «пустые 90-е».

На рубеже веков научный центр Номура задался целью установить, что может объединять эти поколения. В ходе социологических опросов, проведенных в 1999 г. среди представителей различных социальных слоев и возрастных групп, подавляющее большинство респондентов подчеркнуло важность не столько собственного благополучия, сколько благополучия всего сообщества в целом и комфортность жизни

в сообществе с другими. Именно это обстоятельство называлось в качестве главного условия, объединяющего граждан Японии, и, соответственно, необходимого условия благополучного существования каждого. Кроме того, опросы показали, что, несмотря на изменения в образе жизни японцев, их этические и эстетические ценности в принципе остаются прежними.

Последнее представляется особенно знаменательным, поскольку конец XX века в Японии ознаменовался попытками стимулировать появление у населения, и в особенности у молодежи, новых жизненных позиций и установок. В частности, развернулась кампания за «индивидуализацию», в основе которой лежало стремление научиться выражать свою неповторимую индивидуальность. Очевидно, что интерес к индивидуальности как таковой возник не без влияния идей, бытующих на Западе. Все средства массовой информации говорили о важности и необходимости раскрытия себя как личности. Естественный для Европы вопрос о неповторимости каждого отдельного индивидуума для Японии стал серьезной проблемой, поскольку для большинства членов общества такая необходимость пока не осознана. Более того, распространилось мнение, что «индивидуализация» уже нанесла удар по сложившейся системе взаимоотношений в обществе, ослабила семейные узы.

Япония по уровню экономического, научного и культурного развития не уступает своим европейским и американским партнерам, и стремление жить по одним с ними нормам позволяет полнее ощутить себя членом мирового сообщества. Но непоследовательное усвоение не свойственных японцам ценностей и идеалов приводит к определенной нарочитости в их проявлении. Примером может служить стремление к «индивидуализации», принявшее форму кампании. Бездумное внедрение ее в общество вносит определенную дисгармонию в налаженную систему человеческих отношений. Менее всего подвержены изменениям духовно-эстетические запросы японцев. Именно в этой сфере можно говорить о некоторой константе в их менталитете.

---



---

## ГЛАВА ПЕРВАЯ

### КАК ЯПОНЦЫ ОТНОСЯТСЯ К ПОЛИТИКЕ

#### «Посторонним вход на политическую кухню запрещен»

В течение почти трех столетий, вплоть до второй половины XIX в., Япония была сфокусирована исключительно на своем внутреннем развитии, которое не всегда возможно адекватно описать в общепринятой европейской политической терминологии. Политика не была выделена в отдельную категорию. В таком контексте внутреннее развитие воспринималось как «бытие в себе», считает японский политолог Ямада Кэндзи. А если приходилось бросать взгляд на внешний мир, то он никак не сопрягался с внутренним пространством. Оба пространства воспринимались независимо друг от друга. «Чтобы увидеть себя, внутреннее пространство должно стать частью внешнего пространства»<sup>1</sup>.

С «открытием Японии» в 50-х годах XIX в. ее жители стали проявлять острый интерес к окружающему миру. А к концу века в японском обществе возник неподдельный интерес к внешнеполитическим концепциям (миссия Ивакура и др.). Началось интенсивное заимствование элементов западных политических систем. На рубеже столетий этот интерес вылился в военные экспедиции против Кореи и Китая. А своего пика идеологическая активность общества по внешнеполитическим проблемам достигла к 30-м годам, когда Япония ввязалась в военную авантюру, квинтэссенцией которой стал лозунг «хакко-итиу» («восемь углов под одной крышей»), провозглашавший господство Японии в Тихом океане. Политические мифы овладели тогда умами широких масс.

И сейчас встречаются адепты воинствующего национализма. Однако этот набор стереотипов «стал уделом ультраправых маргиналов,

---

<sup>1</sup> Yamada Keiji. Ways of Thinking in Traditional Philosophy; Prospects and Limits. – Intellectual Creativity in Endogenous Culture. Ed. by Abdel-Malek Anour, Nath Pandeya, Asian Regional Symposium. The United Nations University, Tokyo, 1981, p. 149.



в то время как подавляющему большинству японцев свойственна отнюдь не экзальтированная ненависть к другим странам, а всего лишь естественная любовь к своей, – отмечает Г. Кунадзе. Правда, он тут же добавляет, что «сохранив лучшие черты национального характера, японцы не смогли избавиться от некоторых не самых лучших... в частности, от своеобразного “островного менталитета”, сознательного, а еще больше подсознательного противопоставления себя остальному миру»<sup>2</sup>. Тем не менее, именно такое противопоставление является мощным стимулом складывания и самонастройки современной внутривнутриполитической системы.

В нынешней Японии размытость политических целей и отсутствие четких ориентиров приводит к тому, что большинство японцев просто не хотят идентифицировать себя с какими бы то ни было политическими течениями. Как показывают опросы общественного мнения, все большее число японцев хотели бы видеть свою страну чем-то вроде «азиатской Швейцарии», пусть не великой, но уютной страной, в которой решены экологические и социальные проблемы. Другими словами, экология и комфортность жизни для японцев гораздо ближе, чем решение чужих и чуждых проблем. А политические баталии большинству из них традиционно малоинтересны.

Основной источник политической информации – японские СМИ. Практика их функционирования неизменно усложнилась из-за широчайшего использования инспирированных утечек информации и сведений, «поступающих из неофициальных источников», не подлежащих идентификации (*хикосики хацугэн*). Потребители информации порой должны довольствоваться умолчаниями и недосказанностями. Фрагментированность информации приводит к своеобразному ее отторжению, поскольку люди начинают проникаться сознанием своей полной неспособности не только как-либо влиять на политическую сферу, но даже понять суть политических вопросов.

В феврале 2005 г., проводя опрос общественного мнения, компания «Майнити симбунся» зондировала мнение аудитории о качестве комментирования Эн-Эйч-Кэй важнейших политических событий. 69% опрошенных ответили, что комментарии обычно «вызывают недоумение»<sup>3</sup>. Таким образом, все более расширяется круг людей, предпочитающих черпать из СМИ информацию о более близких им социальных процессах, а интерес к политическим событиям для них отходит на задний план. Это относится ко всему комплексу доминирующих пред-

<sup>2</sup> Кунадзе Г. Ф. Внешняя политика Японии; время перемен? – Япония: экономика, политика, общество на заре XIX века. М., 2003, с. 268.

<sup>3</sup> Ёрон тэса дзёхё BLOG (Информационные опросы, подготовленные ЛДП). – <http://jiyuto.jugem.jp/2month=2005.02>.

ставлений в японском обществе – и во внешнеполитической области, и во внутренней политике, хотя в последней японцы информированы гораздо более адекватно и полно. Молодежь же, согласно социологическому исследованию В. Э. Молодякова, более озабочена не политическими перипетиями, а следующими «срезами» жизни: 1) образование и карьера; 2) секс, брак, семья; 3) досуг и развлечения<sup>4</sup>.

Еще одним фактором, который предопределяет невысокий уровень интереса японцев к событиям мировой и даже внутренней политики – это расчет на патернализм власти, который имеет очень глубокие исторические корни. В сознании японцев прочно закрепились представления о патернализме учителя, врача, политика, которые, по их представлениям, берут на себя ответственность за ученика, пациента или любого японского подданного. Человек полностью поручает себя, точнее, передоверяет, специалистам и даже не пытается вникнуть в суть ситуации, считая невозможным постичь профессиональную специфику и повлиять на развитие событий. Конечно, подспудно присутствует некоторое недоверие, но очень многие японцы, давая нелестную характеристику политическому классу, стремятся не обременять себя деталями, связанными со специальной терминологией.

Доверие специалистам также предопределено исторической традицией. В Японии значительно сильнее, чем где-либо еще, доминирует убеждение, что «каждый должен заниматься своим делом» и неспециалистам зазорно вмешиваться и вникать в чужие сферы компетенции. Это убеждение восходит к концепции «бун» (часть).

Уже в первые десятилетия эпохи Токугава возникло понятие «сёкубун» («занятие»), которое стало выражать деятельностный аспект, непосредственно связанный со способом функционирования отдельных частей социально-политической системы, схемой взаимодействия личности с общественной средой.

Смысловой компонент «бун» выражает самоощущение индивида или группы как части общественного механизма. Это ощущение предполагает включенность в некоторое целое, состоящее из взаимодополняющих и взаимозависимых элементов. Вместе с тем в семантическое поле этого компонента входит также момент разделения, в том числе ограничения сферы деятельности, размежевания ролей, специализации, пределы компетенции. Отсюда в словосочетаниях «бун» означает ту или иную атрибуцию индивида или группы в двух направлениях: понятие «сёкубун», характеризуя отдельного человека или группу с точки зрения их вовлеченности в определенный род дея-

<sup>4</sup> Молодяков В. Японская молодежь накануне третьего тысячелетия. – Япония: с чем в третьем тысячелетии? М., 1999, с. 185.

тельности, одновременно выражает степень их самостоятельности и обособленности.

Таким образом, японцы стремятся оставаться внутри круга своих непосредственных обязанностей, стараясь не вмешиваться в дела «чужого монастыря». Это обеспечивает не только высокий профессиональный уровень японских специалистов, но и социальную стабильность. В то же время японцы оказываются замкнутыми рамками своей профессии и традиционных интересов и чувствуют себя неуютно, попадая на «чужое поле» профессионалов). Так, в стране сложился своеобразный «фаустовский пакт»: общество доверяет политикам, а политики занимаются своим делом, не испытывая раздражающего бремени бдительного общественного контроля. В последние годы, правда, наблюдается эрозия этой системы.

Важнейшим показателем политической активности общества считается партисипативность, т. е. желание граждан (подданных) принимать непосредственное участие в формировании политического курса. Согласно трудам американских политологов Олмонда и Вербы, ставшими уже классическими, существуют три разновидности политической культуры – патриархальная, субъектная и партисипативная. *Патриархальная политическая культура* не зависит непосредственно от государства и базируется на традиционных ценностях, которые выше решений государственных органов. *Субъектная политическая культура* основана на зависимости подданных или граждан от государства, будучи практически лишенной обратной связи. *Партисипативная политическая культура* базируется на широком участии масс в государственном строительстве и фокусируется на вкладе граждан в государственное управление.

Японская политическая культура представляет собой довольно парадоксальное сочетание всех трех разновидностей. В ней очень заметное место занимают традиционные ценности, жители Японии в значительной степени зависят от политической элиты, и в то же время они аккуратно выполняют стандартные демократические процедуры, связанные с идеологией «политического участия», т. е. партисипативностью. Тем не менее, между своего рода «кастой» политической элиты и массами существует явственный водораздел, которого в принципе нет в Соединенных Штатах и Западной Европе. Партисипативность не является доминирующей чертой японского общества, хотя наблюдается некоторая, правда, довольно вялая, тенденция к росту политической активности. Отметим также, что без доверия к политической элите невозможно существование демократического общества. Такое доверие представляет собой важный элемент политической стабильности.

Таблица 1  
Степень влияния мнения масс на политику государства\*, %

| Дата опроса     | Влияние очень велико | Велико до определенной степени | Не знаю | Почти нет влияния | Совсем нет влияния |
|-----------------|----------------------|--------------------------------|---------|-------------------|--------------------|
| Декабрь 1982 г. | 1,7                  | 22,7                           | 11,9    | 48,0              | 15,6               |
| Декабрь 1988 г. | 3,8                  | 23,0                           | 9,4     | 48,3              | 15,5               |
| Январь 2004 г.  | 1,7                  | 19,3                           | 5,7     | 52,5              | 20,8               |
| Февраль 2005 г. | 1,5                  | 16,5                           | 5,3     | 53,6              | 23,2               |

\* Найкакуфу дайзин камбо сэйфу кохосицу. Сякай исики-ни кан суру ёрон тёса (Информационный отдел при секретариате кабинета министров. Опрос общественного мнения, касающийся состояния общественного сознания). Январь 1982 – февраль 2005 г. – <http://www8.cao.go.jp/survey/h16/h16-shakai/images/z11.gif>

Из таблицы 1 следует, что, согласно общественному мнению, влияние масс на политику государства падает, а число считающих, что такого влияния почти нет или совсем нет, динамично возрастает. Так, показатель влияния снизился с 24,4% в 1982 г. до 18% в 2005 г. Индекс влияния масс на политику (в их представлении) резко возрос с 63 до 76,8% в 2005 г. Особенно заметен рост числа тех, кто считает, что мнение масс никак не влияет на политику (с 15 до 23,2%). Здесь наглядно проступает упоминавшийся «политический фатализм» японцев: профессионалы-политики занимаются своим делом, и остаются в силе своеобразное табу, запрещающее вмешиваться всуе в их политическую кухню.

Таблица 2  
Способы влияния мнения масс на политику государства\*, %

|                 | Политики должны слушать голос народа | Народ должен проявлять интерес к политике страны | Народ во время выборов должен осознанно голосовать | Следует расширить сферы участия народа | Правительство должно прислушиваться к общественному мнению | СМИ должны адекватно выражать мнение народа |
|-----------------|--------------------------------------|--|--|--|--|---|
| Декабрь 1983 г. | 27,1                                 | 18,5   | 21,1   | 9,5                                    | 12,7   | 4,8   |
| Декабрь 1988 г. | 28,5                                 | 17,9   | 20,2   | 13,2                                   | 12,6   | 4,0   |
| Январь 2004 г.  | 26,3                                 | 21,0   | 17,2   | 15,7                                   | 12,0   | 4,2   |
| Февраль 2005 г. | 28,8                                 | 20,3   | 16,6   | 13,8                                   | 13,6   | 4,2   |

\* <http://www8.cao.go.jp/survey/h16/h16-shakai/images/z11.gif>

Таблица 2 иллюстрирует наличие контртенденции и характеризует мнение масс о способах своего влияния на политику государства. Эта таблица свидетельствует о редкостной стабильности общественного мнения по этой проблеме.

### Чем же интересуются японцы в политике?

Утверждать, что японцам присуще отсутствие интереса к политическим событиям и процессам, было бы вопиющим преувеличением. Есть области, вызывающие самый живой интерес жителей Японии.

Для того чтобы определить «оазисы» политических интересов японского массового сознания, следует рассмотреть результаты многочисленных опросов общественного мнения, которые регулярно проводятся различными агентствами и исследовательскими центрами, главным образом при национальных газетах. Следует отметить, что японцы довольно охотно проводят опросы, а также дисциплинированно и серьезно участвуют в них, выполняя свой общественный долг.

### Восприятие внутренней политики

СМИ усердно освещают ход предвыборной борьбы и особенно тщательно – ход парламентских дебатов. Некоторые телеканалы передают прямые многочасовые трансляции парламентских дебатов, фиксируя внимание телезрителей на скандальных ситуациях. Благодаря этому парламент заслужил неофициальное название «Нагататё-но бутай» («подмостки в Нагататё» – именно в этом токийском районе расположен парламент). Иными словами, ни в коем случае нельзя утверждать, что японцы лишены доступа к информации о деятельности законодателей и политических партий. Наоборот, возможность японского общества быть в курсе всех переплетений открытых политических дискуссий превышает возможности многих других демократических обществ.

Нельзя не отметить то, что число индифферентных японцев (ответивших «не поддерживаю никого») заметно превышает долю симпатизирующих даже самой популярной партии ЛДП (табл. 3). Кроме того, доля индифферентных избирателей стабильно увеличивалась с января по март 2005 г. с 38,1% до 42,5%, тогда как доля симпатизирующих ЛДП сохранялась практически неизменной.

Надежность и стабильность приведенных цифр подтверждается и другими источниками. Например, динамику поддержки партий демонстрирует аналогичный телефонный опрос, который проводился «Нихон кэйдзай симбун» в 2003–2005 гг. Результаты опроса отражают ту же динамику. В марте 2003 г. 47% не поддерживали ни одну партию, при этом 7% ответили, что «не могут сказать» или «не знают». В

феврале 2004 г. 35% никого не поддержали, а 6% не могли сказать или не знали, а в мае 2004 г. ни одну партию не поддерживали 41%, а ответили «не могу сказать» или «не знаю» 4%<sup>5</sup>. Иначе говоря, более 40% японцев не поддерживают какую-либо политическую партию.

**Таблица 3**  
**Какую партию вы поддерживаете?\***  
(%)

| Название партии       | Январь 2005 г. | Февраль 2005 г. | Март 2005 г. |
|-----------------------|----------------|-----------------|--------------|
| ЛДП                   | 29,1           | 30,6            | 30,6         |
| ДП                    | 17,7           | 16,2            | 12,7         |
| Комэйто               | 3,1            | 2,8             | 4,9          |
| КПЯ                   | 2,1            | 2,6             | 2,5          |
| СПЯ                   | 1,7            | 1,4             | 0,8          |
| Остальные             | 0,8            | 0,1             | 0,3          |
| Не поддерживаю никого | 38,1           | 39,9            | 42,5         |
| Не дали ответа        | 7,4            | 6,4             | 6,0          |

\* НКХ хосо бунка кэнкюдзё (Научно-исследовательский институт НКХ по культуре вещания. Ежемесячный опрос по проблемам политического мышления) – [http://www.nhk.or.jp/bunken/research/ippan/list\\_seijiishiki1.html](http://www.nhk.or.jp/bunken/research/ippan/list_seijiishiki1.html)

Приоритетность политических сфер, вызывающих наибольший интерес у японцев очень рельефно представлена в таблице 4.

**Таблица 4**  
**На что правительству следует направить силы в первую очередь?\***  
(%)

|   |    |
|---|----|
| Пенсии и народное благосостояние                      | 52 |
| Подъем деловой активности и состояние рынка занятости | 28 |
| Внешняя политика, оборона                             | 9  |
| Изменение конституции                                 | 5  |
| Почтовая реформа                                      | 2  |
| Не дали ответа, другое                                | 4  |

\* «Асахи симбун», 27–28. 09. 2004. – <http://www.asahi.com/special/shijiritsu>.

<sup>5</sup> [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm), а также [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200405a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200405a.htm)

Отметим, что интерес к проблеме пенсий и народного благосостояния (52%) более чем в 5 раз выше, чем к проблемам внешней политики и обороны (9%), и почти в 10 раз выше, чем к проблеме изменения конституции (5%). Интерес же к почтовой реформе (2%) вполне сравним с интересом к внесению изменений в конституцию. Адекватность данных в таблице 4 подтверждается результатами телефонного опроса, проведенного «Нихон кэйдзай симбун» в мае 2004 г. (табл.5).

Таблица 5

**Какие направления должны стать приоритетными для кабинета Коидзуми?\***  
(%)

|  |    |
|--|----|
| Пенсии и благосостояние, социальные гарантии                 | 65 |
| Подъем деловой активности                                    | 45 |
| Состояние рынка занятости                                    | 33 |
| Финансовое оздоровление                                      | 26 |
| Реформа налоговой системы                                    | 24 |
| Реформа образования  | 23 |
| Политическая реформа   | 22 |
| Административная реформа                                     | 21 |
| Международные отношения и проблемы национальной безопасности | 18 |
| Проблемы окружающей среды                                    | 16 |
| Проблема конституции   | 14 |
| Развитие информационных технологий                           | 4  |
| Прочие   | 0  |
| Не могу сказать, не знаю                                     | 6  |

\* Эн-Эйч-Кэй хосо бунка кэнкюдзё. Никкэй дэнва ёрон тёса (Научно-исследовательский институт культуры вещания Эн-Эйч-Кэй. Телефонный опрос общественного мнения газеты «Нихон кэйдзай симбун»). 05.2004. – [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200405a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200405a.htm)

По опросу «Нихон кэйдзай симбун», на первом месте опять же оказалась проблема пенсий и благосостояния (65%). Не случайно со второго по пятое места занимают проблемы подъема деловой активности, состояния рынка занятости, финансового оздоровления и реформы налоговой системы, поскольку читателями газеты в первую очередь являются представители бизнес-сообщества и финансовых кругов. Проблемы международных отношений и внешней политики находятся очень далеко от повседневных интересов среднестатистического японца (9% по опросу «Асахи» и 18% по опросу «Никкэй»).

Традиционно, как показывают опросы общественного мнения, заметное место среди интересов рядового японца занимают такие близкие ему вопросы, как реформа образования, административная реформа, развитие информационных технологий, проблемы окружающей среды, почтовая реформа. Если информационные технологии интересовали некоего воображаемого «советского человека» в первую очередь с точки зрения их вклада в могущество страны, то японцев они интересуют сугубо с прагматических позиций применения в быту. Опросы общественного мнения указывают на такую особенность японского менталитета: люди тем ближе знакомы с предметом, чем более он приземлен и приближен к их каждодневным нуждам. Например, про готовящуюся почтовую реформу, которая в основном заключается в приватизации почтовой службы, знают почти все (только 5% ответили «не знаю, не могу сказать»), а про парламентскую реформу не знают уже 17%<sup>6</sup>.

**Проблема конституции в массовом сознании**

Изменение конституции, – по сути, одна из центральных проблем в японском обществе. Она выделяется среди других еще и тем, что занимает переходное место между внутренней и внешнеполитической проблематикой. Тем не менее, японская социология традиционно относит ее к сфере внутренней политики. Попробуем проанализировать, из чего складывается интерес общества к изменению конституции, пользуясь результатами подробного опроса, проведенного в сентябре 2004 г. газетой «Нихон кэйдзай симбу».

Таблица 6

**Что вы думаете о конституции?\***  
(%)

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Лучше не менять          | 33 |
| Следует изменить         | 49 |
| Не знаю, не могу сказать | 17 |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

Собственно, результаты опроса показывают, что японское общество расколото практически пополам (49% считают необходимым внести изменения в конституцию и 50% выступают против изменений или не могут однозначно ответить). Достаточно красноречива характерная для японцев высокая доля тех, кто не знает или не может

<sup>6</sup> Эн-Эйч-Кэй хосо бунка кэнкюдзё. Никкэй дэнва ёрон тёса (Научно-исследовательский институт культуры вещания Эн-Эйч-Кэй. Телефонный опрос общественного мнения газеты «Нихон кэйдзай симбун»). 09.2004. [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

сформулировать ответ (17%). Естественно, от того, в какую сторону станут дрейфовать сомневающиеся, и будет реально зависеть вектор колебаний «маятника общественного мнения», который определяет дальнейшее развитие событий вокруг конституции. Учитывая традиционную специфику японского политического менталитета, есть основания полагать, что амплитуда колебаний этого маятника будет невелика, а значит, и само решение вопроса назреет нескоро.

Собственно, вся острота дискуссии фокусируется вокруг 9-й антивоенной статьи конституции, первый пункт которой провозглашает отказ от войны, а 2-й пункт – отказ от обладания вооруженными силами.

Таблица 7  
**Что вы думаете о 9-й статье?\***  
(%)

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Лучше оставить так, как есть | 38 |
| Лучше пересмотреть           | 47 |
| Не знаю, не могу сказать     | 16 |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

Снова мы видим знакомую картину (табл. 7): мнение общества раскололось почти пополам, а число сомневающих респондентов перманентно высоко (16%). Чтобы прояснить картину обратимся к раскладке мнения только тех, кто ответил, что надо пересмотреть 9-ю статью.

Таблица 8  
**Что следует пересмотреть в конституции?\***  
(%)

|  |    |
|--|----|
| Первый пункт (отказ от войны) оставить так, как есть, а второй пункт изменить, сформулировав более четко основания для существования сил самообороны | 28 |
| И первый, и второй пункты оставить так, как есть, но добавить третий пункт, определив сферы участия сил самообороны в международных операциях        | 32 |
| Полностью пересмотреть первый пункт (отказ от войны)   | 33 |
| Другие варианты  | 1  |
| Не знаю, не могу сказать   | 5  |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

Мнения распределились на три почти равных части (28, 32 и 33%), что указывает на дефицит единодушия среди сторонников ревизии конституции.

Тогда следует взглянуть на проблему не с процедурной, а со смысловой точки зрения, поскольку речь в нынешнем политическом кон-

тексте идет о праве Японии на коллективную оборону. О трактовке этой проблемы могут многое рассказать результаты ответа на следующий вопрос: «Если какое-либо государство, тесно связанное с Японией, подвергнется нападению, даже если она сама избежала агрессии, то участие в отражении нападения совместно с этим государством в интересах безопасности Японии называется правом на коллективную оборону. По толкованию правительства, согласно конституции Япония не может пользоваться правом на коллективную самооборону. Что вы думаете по этому поводу?»

Таблица 9  
**Вносить ли изменения в конституцию с точки зрения обеспечения права Японии на коллективную оборону?\***  
(%)

|   |    |
|---|----|
| Ничего не менять  | 33 |
| Не меняя конституцию, изменить ее толкование таким образом, чтобы стало возможным пользоваться правом на коллективную оборону | 23 |
| Изменив конституцию, сделать возможным пользоваться этим правом   | 26 |
| Другие варианты   | 1  |
| Не знаю, не могу сказать  | 17 |

\* Респондентам было предложено выбрать более чем один вариант. – [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

До боли знакомая картина: три варианта ответа варьируют в промежутке между 23 и 33%, а число сомневающих опять высоко (17%)!

Чтобы примерно оценить место 9-й статьи конституции среди внутривнутриполитических приоритетов, посмотрим на красноречивую таблицу 10.

И еще раз наталкиваемся на «заколдованный» 10%-ный разрыв (22–32%). А число не ответивших еще выше – 24%. Отметим, что проблема самоуправления и прав на здоровую окружающую среду и невмешательство в личную жизнь для японцев более приоритетны, чем проблемы конституции.

### Восприятие внешней политики

Многим памятна формулировка премьер-министра Обути, которую обнародовал его помощник Такамура Масахико: «Основа внешней политики – национальные интересы Японии»<sup>7</sup>. Тем не менее, многое

<sup>7</sup> Такамура Масахико. 21 сэйки-но сори дайзин кохо га катару (Рассказывает помощник премьер-министра XXI века). – Сэкай, 2000, № 22 (5), с. 32.

Таблица 10  
Какая из пяти позиций наиболее соответствует  
вашей точке зрения на конституцию?<sup>\*</sup>  
(%)

|  |    |
|--|----|
| Право на здоровую окружающую среду и право на невмешательство в личную жизнь: отсутствуют надлежащие формулировки прав, соответствующие современному положению вещей | 32 |
| В конституции непоследовательно очерчена концепция местного самоуправления   | 28 |
| 9-я статья (отказ от войны) не соответствует современному положению вещей  | 27 |
| Неудовлетворительно обоснование системы двухпалатного устройства парламента  | 23 |
| В результате широты возможностей для вмешательства администрации, нет ясности в отношении определения свободы экономической деятельности                             | 22 |
| Другие темы  | 2  |
| Не знаю, не могу сказать   | 24 |

<sup>\*</sup> [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

зависит от трактовки понятия «государственные интересы». Посмотрим на иерархию внешнеполитических приоритетов нации по опросам 2000 и 2003 гг. Напомним, что внешнеполитическая и оборонная проблематика привлекает интерес лишь от 9 до 18% опрошенных в 2004 г. (соответственно «Асахи симбун» и Эн-Эйч-Кэй). Что же беспокоит японцев более всего среди внешнеполитических вызовов?

Прежде всего, обращает на себя внимание беспрецедентно высокий уровень тревоги по поводу положения в Северной Корее (74,4 в 2003 г.), а вкупе с беспокойством по поводу оружия массового поражения (34,7%) проблема может считаться безусловно доминирующей в японском массовом сознании. Обращает на себя внимание стремительный рост интереса к третьей позиции в результатах опроса – ситуации на Ближнем Востоке (с 14,8 в 2000 г. до 33,9% в 2003 г.). Это тенденция продиктована действием двух факторов – важностью ближневосточных источников нефти для Японии, а главное, проблемой участия японских сил самообороны в военных операциях за рубежом (ниже этот вопрос будет рассмотрен более подробно). Уже в 2000 г. интерес к Ближнему Востоку заметно возрос в связи с подготовкой операции «Буря в пустыне». А в 2003 г. беспрецедентно остро встал вопрос о японском участии в интервенционистской операции по свержению режима Саддама Хусейна.

Таблица 11  
Внешиполитические проблемы,  
вызывающие наибольший интерес<sup>\*</sup>, %

| Проблемы  | 2000 г. | 2003 г. |
|---|---------|---------|
| Положение на Корейском полуострове                    | 56,7    | 74,4    |
| Оружие массового поражения и ракеты                   | 35,2    | 34,7    |
| Ситуация на Ближнем Востоке                           | 14,8    | 33,9    |
| Военные объекты США, расположенные в Японии           | 16,8    | 16,6    |
| Американо-российские отношения                        | 17,9    | 13,2    |
| Американо-китайские отношения                         | 13,1    | 12,3    |
| Дислокация российских войск на «северных территориях» | 13,7    | 8,7     |
| Китайско-российские отношения                         | 11,7    | 7,2     |
| Положение в Юго-Восточной Азии                        | 10,5    | 6,9     |
| Положение в Западной Европе                           | 2,2     | 1,7     |
| Прочие вопросы  | 0,2     | 0,8     |
| Особого интереса нет                                  | 13,8    | 8,4     |
| Не знаю   | 6,1     | 4,2     |

<sup>\*</sup> Найкакуфу дайзин камбо сэйфу кохосицу. Гайко-ни кан суру ёрон тёса (Информационный отдел при секретариате кабинета министров. Опрос общественного мнения по вопросам внешней политики). 2000, 2003 г. – <http://www8.cao.go.jp/survey/h16/h16-gaikou/images/2-4/html>. При опросе респонденты имели возможность выбрать не более трех вариантов ответа.

Показательна тенденция потери интереса к дислокации российских войск на «северных территориях» (с 13,7% в 2000 г. до 8,7% в 2003 г.). Эта тенденция полностью коррелирует с курсом на демилитаризацию Южных Курил.

Очень симптоматичен и чрезвычайно низкий интерес к Западной Европе (1,7% в 2003 г.) – этот регион находится на самой далекой периферии политического кругозора японцев, хотя занимает одно из ведущих мест как объект туристического паломничества. В целом, вырисовывается достаточно логичная картина: японцев интересуют в первую очередь те проблемы, которые непосредственно угрожают их безопасности и политической стабильности. Постараемся проверить эту гипотезу, более подробно рассмотрев указанные переменные.

### Отношение к положению на Корейском полуострове

Тема собственной безопасности в последние годы приобрела доминирующее влияние на массовое сознание. К беспокойству в связи с нестабильностью на Корейском полуострове прибавились тревога по поводу ядерной программы Пхеньяна, которая может превратиться в прямую угрозу безопасности Японии, периодическое появление судов без опознавательных знаков у берегов архипелага, драматическое развитие ситуации с японцами, когда-то похищенными северокорейскими спецслужбами. В результате все более широко распространяются опасения в отношении дальнейших намерений Пхеньяна. Теоретически не исключены раздумья японских властей о разработке собственного ядерного оружия. Вашингтон в принципе способен приосановить северокорейские ядерные программы. В отношении Японии это будет сделать сложнее, несмотря на союзнические отношения.

Публикации в японской прессе убеждают: руководство страны склонно считать, что проблему ядерных программ КНДР можно урегулировать дипломатическими средствами. «Более того, здесь понимают, что ядерная угроза – это скорее ответная реакция загнанного в угол режима, который использует ее как единственную оставшуюся у него козырную карту», – пишет известный японовед К. О. Саркисов<sup>8</sup>.

Таблица 12

#### Как должно реагировать японское правительство на расширение ядерной программы КНДР?\*

(%)

|  |    |
|--|----|
| Оно должно принять жесткие меры типа экономических санкций             | 61 |
| Углубить переговорный процесс в условиях международного сотрудничества | 30 |

\* Опрос проводился 19–20 февраля 2005 г. Асахи RDD. Асахи симбун ёрон тёса (Опрос общественного мнения газеты «Асахи»). Февраль 2005.

Казалось бы, большинство японцев заняли жесткую позицию в отношении применения санкций (табл. 12). Однако есть очень красноречивая деталь: из числа тех, кто выступает за экономические санкции, 73% подчеркивают, что Япония должна делать это совместно с другими странами. За то, что Япония должна самостоятельно принимать санкции выступило только 24%.

Что касается прямо противоположной позиции – оказания экономической помощи со стороны Токио в качестве тактического шага на

<sup>8</sup> Саркисов К. Ядерная Япония как ответ Ким Чен Иру. – Независимая газета. 06.05.2003.

пути решения северокорейской проблемы, то многие японцы склонны противиться тому, чтобы на свои же деньги поднимать страну, в которой до сих пор не преодолены антияпонские настроения<sup>9</sup>. В результате сохраняется некоторая неопределенность относительно выбора стратегии. Традиционное стремление избегать жестких сценариев сочетается с тем, что большинство японцев выступают за жесткость: «Удастся ли при этом Японии ограничиться дежурными извинениями и финансовыми вливаниями или придется применить более решительные меры – неясно»<sup>10</sup>.

Таблица 13

#### Считаете ли вы, что Япония должна решиться на прямые экономические санкции против КНДР?\*

(%)

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| За прямые экономические санкции | 65,4 |
| Против экономических санкций    | 27,4 |
| Не знаю, другие варианты        | 7,2  |

\* Телефонный опрос проводился в Токио и Киото 24–27 февраля 2005 г. Ходо 2001 ёрон тёса (Опрос общественного мнения агентства «Информация 2001»). Февраль 2005.

В целом все большему числу японцев становится очевидным, что для того, чтобы положить конец кризису, т. е. добиться решения краткосрочной задачи, наиболее эффективны запугивание, принуждение или тактика умиротворения, а чтобы стабилизировать положение в регионе, т. е. решить долгосрочную задачу, следует привлечь Пхеньян к экономическому сотрудничеству (табл. 13).

### Отношение к ситуации на Ближнем Востоке

По свидетельству японского исследователя Ёсихито Карибэ, когда расширились масштабы конфликта вокруг Боснии и Косово (а там американские войска играли главную роль), большинство японцев, как правило, скептически оценивало моральный аспект американского вмешательства. Таким же было их восприятие военной операции США и Великобритании после террористических актов 11 сентября 2001 г.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Саркисов К. Смена режима – не выход для Северной Кореи. – Независимая газета. 17.07.2003.

<sup>10</sup> Кунадзе Г. Ф. О корейском урегулировании без гнева и пристрастия. – Полвека без войны и без мира: Корейский полуостров глазами российских ученых. М., 2003, с.168–169.

<sup>11</sup> Карибэ Ёсихито. Японская идентичность (с древности до эпохи глобализации). Канд. дисс. М., ИВ РАН, 2004, с. 51.

Таблица 14

**Что вы думаете по поводу того, что причиной начала американского вторжения в Ирак была разработка и обладание им оружия массового уничтожения?**  
(%)

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Согласен                 | 25 |
| Не согласен              | 68 |
| Не знаю, не могу сказать | 7  |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm)

С самого начала восприятие большинством японцев американской карательной акции основывалось на выраженном несогласии с американской версией объяснения событий (табл. 14).

Таблица 15

**Японское правительство взяло курс на поддержку американского вторжения в Ирак. Что вы думаете по этому поводу?**  
(%)

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Согласен                 | 40 |
| Не согласен              | 49 |
| Не знаю, не могу сказать | 11 |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm)

Поддержка японским кабинетом военной операции США в Ираке расколола общественное мнение на примерно равные части (табл. 15). Тем не менее, не согласных с поддержкой все же больше (49%). А вот число тех, кто не согласен с доводами правительства (табл. 16), значительно больше (60%).

Таблица 16

**Что вы думаете по поводу объяснений, данных премьер-министром Коидзуми, в связи с отправкой сил самообороны в Ирак?\***  
(%)

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Согласен                 | 25 |
| Не согласен              | 60 |
| Не знаю, не могу сказать | 15 |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

Еще большее число японцев не довольны формой объяснения и не считают их убедительными.

Таблица 17

**Что вы думаете, насколько убедительно японское правительство объяснило причины своей поддержки американского вторжения в Ирак?\***  
(%)

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Объяснило в достаточной мере | 4  |
| Объяснило в некоторой мере   | 24 |
| Не очень внятно объяснило    | 19 |
| Объяснения явно недостаточны | 48 |
| Не знаю, не могу сказать     | 5  |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200303a.htm)

В данном случае число неудовлетворенных правительственными объяснениями в 12 раз больше, чем число считающих их явно достаточными хотя бы в некоторой степени. В этом контексте удивляет то, что, несмотря на неудовлетворенность объяснениями правительства, поддержка кабинета Коидзуми изменилась довольно незначительно (табл. 18): лишь 15% перестали его поддерживать, а для 78% изменений не произошло.

Таблица 18

**Как изменилось ваше отношение к кабинету Коидзуми в результате того, что японское правительство поддержало вторжение в Ирак?\***  
(%)

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Перестал поддерживать    | 15 |
| Стал поддерживать        | 1  |
| Изменений не произошло   | 78 |
| Не могу сказать, не знаю | 5  |

\* [www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm](http://www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200409a.htm)

В этом контексте уже не выглядит столь парадоксальной, на первый взгляд, относительная поддержка продолжения миссии сил самообороны в Ираке. На первых порах, японские СМИ утверждали, что вся Япония будет единодушно требовать отзыва военнослужащих, если появится хоть одна жертва из их числа. Действительность оказалась сложнее.

Как видим, по вопросу о судьбе японского контингента в Ираке общественное мнение раскололось почти пополам при небольшом преимуществе тех, кто склонен поддержать продолжение японской миссии в Ираке. Здесь сказывается дисциплинированность общест-



венного сознания и упоминавшаяся традиция по возможности не вмешиваться в деятельность правительства.

Таблица 19

**Что, по вашему мнению, должно делать правительство в случае, если среди посланных в Ирак военнослужащих сил самообороны будут убиты?\***  
(%)

|  |    |
|--|----|
| Сразу отозвать                           | 40 |
| Не отзывая, продолжать выполнение миссии | 45 |
| Не знаю, не могу сказать                 | 15 |

\* www.nikkei-r.co.jp/nikkeipoll/qandres/y200402a.htm

### Состояние общественного сознания по вопросам обороны

Япония сделала однозначную ставку на договор безопасности с США. Однако общественное мнение задается вопросом: способствует ли этот договор обеспечению мира в регионе и безопасности их страны? Согласно правительственному опросу 73,4% считают, что способствует (причем однозначно ответили 31,4%, а 42% полагают, что лишь «в общем, способствует»). Уверены, что не способствует 13,2% (среди них ответили, что, в общем, не способствует – 10,1%, а что однозначно не способствует – 3,2%)<sup>12</sup>.

Таблица 20

**Как лучше обеспечить безопасность Японии?\***  
(%)

|   |      |
|---|------|
| Выйти из договора и обеспечивать безопасность силами самой Японии   | 8,3  |
| Так же, как и до сих пор, обеспечивать безопасность Японии на основе договора с США и с помощью сил самообороны | 72,1 |
| Прекратить действие Договора безопасности с США и сократить и затем ликвидировать Силы самообороны              | 4,7  |
| Не знаю   | 13,8 |

\* Найкафу дайзин камбо сэйфу кохосицу. Дзэйтай-бэй мондай-ни кан суру ёрон тёса (Информационный отдел при секретариате кабинета министров. Опрос общественного мнения, касающийся проблем обороны и сил самообороны). Январь 2003.

Чуть иначе сформулированный вопрос «Как лучше обеспечить безопасность Японии?» приводит к практически идентичному результату:

<sup>12</sup> Найкафу дайзин камбо сэйфу кохосицу. Дзэйтай-бэй мондай-ни кан суру ёрон тёса (Информационный отдел при секретариате кабинета министров. Опрос общественного мнения, касающийся проблем обороны и сил самообороны). Январь 2003.

72,1% респондентов уверены в незыблемости ставки на договор безопасности.

Принято считать, что после окончания второй мировой войны Япония существовала как бы «под сенью Америки». Однако набирает силу другое, несколько парадоксальное, мнение. Учитывая верность Японии системе договора безопасности и дислокацию военных объектов на ее территории, после окончания холодной войны все чаще стали говорить о том, что Америка живет «под сенью Японии»<sup>13</sup>.

Уровень информированности о размещении военных баз США на территории Окинавы может поставить в тупик. 87% знают о том, что американские военные объекты присутствуют в Японии (причем хорошо знают 41,5% и, в общем, имеют понятие 45,8%). Удивляет же цифра 11,5% – это число респондентов, которые вообще не имеют понятия об американском военном присутствии на островах. Анти-милитаристская аллергия японцев начинает слегка проявляться, когда речь заходит о частичном перемещении баз США с Окинавы на основную территорию страны. 34,6% поддерживают передислокацию баз (из них 11,2% полностью согласны и 23,4% в общем согласны). Против передислокации баз выступают 41,7% (из них в общем против 23,8% и полностью против – 17,9%). Не могут однозначно ответить 15,2% – неожиданно высокая цифра<sup>14</sup>!

### Отношение к силам самообороны

Японцам нечасто приходится сталкиваться с оборонной проблематикой вообще и проблемами сил самообороны в частности. Опрос общественного мнения 2003 г. показал, что регулярно соприкасается с этой проблематикой меньше половины населения страны – 45,9%. Среди них часто соприкасаются лишь 10,2%, а время от времени – 35,7%. Не приходится иметь дело с проблемой 52,9% респондентов (причем почти не соприкасаются 30,4% и совсем не соприкасаются 22,5%)<sup>15</sup>. Начинает складываться уже знакомая нам «зеркальная» картина разделенного почти пополам общественного мнения.

Сталкиваться с каким-либо объектом далеко не всегда означает испытывать к нему интерес. Согласно тому же опросу, проблемами сил самообороны интересуются 59,4% (из них – очень интересуются 13%, а «до некоторой степени» – 46,4%). Ответили «не интересуюсь» 38,9% («почти не интересуюсь» – 29,9%, и «совсем не интересуюсь» –

<sup>13</sup> *Igarasi Takэси*. Нитибэй канкэй то Хигаси Адзиа (Японо-американские отношения и Восточная Азия). – Токио, 1999, с. 9.

<sup>14</sup> Найкафу дайзин камбо сэйфу кохосицу. Дзэйтай-бэй мондай-ни кан суру ёрон тёса (Информационный отдел при секретариате кабинета министров. Опрос общественного мнения, касающийся проблем обороны и сил самообороны). Январь 2003.

<sup>15</sup> Там же.

9%). В городских регионах доля интересующихся довольно стабильна на протяжении последнего десятилетия; в сельских же – наблюдается тенденция к сокращению их числа. Мужчины, естественно, интересуются в большей степени, нежели женщины. Если сравнить по возрастному критерию, то заметно больше интересуется поколение 50–60-летних, а среди 20-летних увеличивается число тех, кто не интересуется силами самообороны.

Чтобы лучше понять структуру общественного сознания, следует обратить внимание на ответы на вопрос о причинах отсутствия интереса к проблемам сил самообороны. Для этого обратимся к тем 38,9% опрошенных, которые ответили, что не испытывают интереса.

Таблица 21

**Почему вас не интересуют проблемы сил самообороны?\***  
(%)

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| Суть проблем, как следует, не понимаю | 38,1 |
| Это не имеет отношения к моей жизни   | 34,9 |
| Нет военной угрозы                    | 17,7 |

\* Приведенные данные касаются ответивших отрицательно на вопрос об интересе к проблемам сил самообороны. Там же, январь 2003.

Заметим, что довольно высока доля тех, кто не понимает сути проблем (38,1%). В больших городах респонденты чаще отмечают, что «нет военной угрозы», чем в малых городах и сельской местности. Среди мужчин больше тех, кто говорит, что проблемы сил самообороны не имеют отношения к их жизни, а женщины чаще указывают, что не понимают этих проблем. В 1990 г., когда впервые обсуждалось возможное участие Японии в военной операции в Персидском заливе, число интересующихся этим вопросом достигло максимума (67,3%), но через год довольно резко снизилось почти до прежнего уровня

Таблица 22

**Какое впечатление на вас производят силы самообороны?\***  
(%)

|  |                             |
|--|-----------------------------|
| Находятся в надлежащем состоянии                 | 39,1                        |
| Я хорошо не знаком с положением вещей            | 37,9<br>(тенденция к росту) |
| Суровые и опасные условия службы                 | 33,8                        |
| Задачи имеют социальное и международное значение | 32,2                        |
| Секретная работа                                 | 15,0                        |
| Не знаю, не понимаю                              | 4,5                         |

\* Там же.

При изучении результатов опросов за последнее десятилетие обращает на себя внимание то, что число ответивших «Я хорошо не знаком с положением вещей» обнаружило устойчивую тенденцию к росту (табл. 22). Это также косвенно свидетельствует о росте индифферентности масс к вопросам обороны.

Таблица 23

**Как вы оцениваете обороноспособность Японии?\***  
(%)

|   |         |         |
|---|---------|---------|
|   | 1991 г. | 2004 г. |
| Желательно усилить                          | 7,7     | 15,8    |
| Нынешнее состояние вполне удовлетворительно | 62,1    | 61,8    |
| Не знаю                                     | 10,3    | 14,1    |
| Было бы лучше снизить                       | 20,0    | 8,4     |

\* Там же, октябрь 2004.

Сразу обращает на себя внимание (табл. 23), что число желающих повысить обороноспособность страны выросло с 1991 г. вдвое, а число согласных снизить уровень обороноспособности резко сократилось (с 20 до 8,4%). Это говорит, конечно, не о росте воинственных настроений среди японцев, а о нагнетании напряженности в мире, появлении новых угроз и об увеличении числа тех, кто желает, чтобы Япония играла более самостоятельную роль в мире.

Таблица 24

**Какова цель существования сил самообороны?\***  
(%)

|   |      |
|---|------|
| Гражданская оборона (помощь в случае природных и техногенных катастроф)                   | 71,8 |
| Безопасность страны (отражение агрессии иностранного государства)                         | 68,6 |
| Внутренняя безопасность   | 36,0 |
| Международное сотрудничество в области обеспечения мира и помощи в чрезвычайных ситуациях | 35,3 |

\* Респонденты могли давать более одного ответа. Там же, январь 2003.

В таблице 24 сразу же бросается в глаза, что значительное большинство респондентов (71,8%) видит главную миссию сил самообороны в гражданской сфере – оказании помощи в случае природных и техногенных катастроф. Обращает на себя внимание и то, что растет

число респондентов, отвечающих, что задачей сил самообороны должно быть обеспечение внутренней безопасности и международное сотрудничество в обеспечении мира и чрезвычайных ситуациях. Исследование последней тенденции заслуживает особого внимания, поскольку постепенно начинает занимать все более важное место в японском политическом дискурсе.

### Отношение к миротворческим операциям ООН

Операции по поддержанию или установлению мира в конфликтных регионах стали предметом широкой дискуссии начиная с 90-х годов. Она достигла своего пика в 2003–2004 гг. (табл. 25). Для Японии – это проблема направления контингентов сил самообороны за пределы собственно японской территории, что запрещено существующей конституцией (точнее, общепринятым ее толкованием).

Таблица 25

#### Отношение к участию Японии в операциях ООН по поддержанию мира\*, %

|   |      |
|---|------|
| Сохранить нынешний уровень участия                | 46,8 |
| Участвовать более активно                         | 22,2 |
| Следует участвовать, но по возможности ограничить | 17,7 |
| Участвовать не следует                            | 4,4  |

\* Опрос проводился с 7 по 17 октября 2004 г. Там же, октябрь 2004.

Тема участия японских вооруженных сил в миротворческих акциях ООН продолжает оставаться в значительной степени деликатной (некоторые наблюдатели и эксперты считают, что взрывоопасной), поскольку она затрагивает проблему толкования конституции, представляет собой некий паллиатив и может постепенно, исподволь увести далеко от первоначального смысла 9-й статьи. В связи с этим президент Сингапура Ли Куан Ю некогда образно заметил, что участие Японии в военных операциях по поддержанию мира можно уподобить «конфетам с начинкой из виски для алкоголика»<sup>16</sup>. Тем не менее, вопреки ожиданиям, число считающих, что надо участвовать более активно (22,2%) или что надо сохранить нынешний уровень участия (46,8%) производит весьма сильное впечатление (правда, следует помнить и о том, что приводятся результаты опроса, проводившегося под эгидой кабинета министров).

<sup>16</sup> Midford P. Making the Most of a Bad Reputation: Reassurance Strategies in Japan's Security Policy. – Social Science Japan. 1997, November, p. 24. (Интервью 18 мая 1998 г. на Конгрессе японских исследователей международных отношений).

Контингенты сил самообороны участвуют в операциях ООН по поддержанию мира на Голанских высотах и в Восточном Тиморе. На вопрос «Должны ли они участвовать в подобного рода операциях?» 70,1% опрошенных ответили положительно.

Таблица 26

#### Каковы ваши настроения защищать страну?\*

|                |      |
|----------------|------|
| Сильные        | 48   |
| Трудно сказать | 38,4 |
| Слабые         | 11,4 |

\* Там же, январь 2003.

Можно было бы ожидать более выраженного патриотического отношения японцев к проблеме защиты страны. Число индифферентных и не испытывающих особого желания защищать страну довольно высоко (38,4 и 11,4%). Сказываются десятилетия антивоенной пропаганды и привычный расчет на военную мощь США (табл. 26).

Таблица 27

#### Считаете ли вы, что для Японии существует опасность вовлечения в войну?\*

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| Нет опасности                     | 11,1 |
| Нельзя сказать, что нет опасности | 36,8 |
| Существует опасность              | 43,2 |

\* Там же, январь 2003.

Таблица 27 убедительно свидетельствует о высокой степени тревожных настроений в японском обществе. Это вполне очевидный результат общего нарастания международной напряженности. Для того чтобы охарактеризовать мотивы респондентов, следует обратиться к причинам, побудившим дать отрицательный и положительный ответы.

В результатах опроса (табл. 28) нам открываются очень красноречивые детали, характеризующие нынешнее состояние общественного сознания. Расчет на силы самообороны как фактор подавления угрозы оказался на крайне незначительном уровне, практически на последнем месте (4,3%), а на усилия Организации Объединенных Наций по обеспечению мира (42,6%) и надежда на Договор безопасности с США (41,7%) заняли первые два места. Также сильны и надежды на 9-ю статью конституции как гаранта обеспечения мира.

Таблица 28

**Причины, по которым, как вы считаете, опасности нет\***  
(%)

|   |      |
|---|------|
| Поскольку ООН объединяет усилия по обеспечению мира                 | 42,6 |
| Поскольку существует договор безопасности с США                     | 41,7 |
| Поскольку существует конституция, содержащая антивоенную статью     | 36,6 |
| Поскольку у японского народа сильны настроения защищать свою страну | 11,5 |
| Поскольку ослабли международная напряженность и противостояние      | 7,7  |
| Поскольку существуют силы самообороны                               | 4,3  |
| Другие мнения   | 4,7  |
| Не знаю   | 4,3  |

\* Были опрошены те, кто считает, что опасности нет. Там же.

При анализе мнений об опасности вовлечения Японии в войну, привлекает внимание следующий факт: с большим отрывом доминирует мнение об обострении напряженности и противостояния (табл. 29). Доля тех, кто считает, что причиной опасности является международная напряженность, увеличилась на 6% по сравнению с опросом, проводившимся двумя годами раньше. Эта реакция, несомненно, отражает реальные процессы в мире.

Таблица 29

**Причины, по которым, как вы считаете, есть опасность вовлечения в войну, %**

|   |      |
|---|------|
| Поскольку существует международная напряженность и противостояние | 79,5 |
| Поскольку возможности ООН недостаточны                            | 19,6 |
| Поскольку существует договор безопасности с США                   | 18,3 |
| Поскольку потенциал самообороны недостаточен                      | 14,1 |
| Прочие  | 2,0  |
| Не знаю   | 2,3  |

\* Опрос проводился 16–26 января 2003 г. среди тех, кто ответил положительно на вопрос о существовании опасности вовлечения в войну. Там же.

Важное место в японском политическом дискурсе занимает проблема постоянного членства в Совете Безопасности ООН.

Таблица 30

**Проблема вхождения в Совет Безопасности ООН в качестве постоянного члена\*, %**

|          |      |
|----------|------|
| Согласны | 62,6 |
| Против   | 16,0 |
| Не знают | 21,2 |

\* Максимальное число респондентов, которые поддерживали идею постоянного членства Японии в ООН, было зафиксировано в 2001–2002 гг. (70,6%). Затем наметился устойчивый спад заинтересованности. Там же, октябрь 2004.

Многие наблюдатели свято верят, что японцы мечтают, чтобы их страна была представлена в Совете Безопасности в качестве постоянного члена. Это далеко не так. Согласны с этой новой ролью страны лишь 62,2%. Особенно обращает на себя внимание число сомневающихся (21,2%). Несомненный интерес представляют собой причины как стремления стать постоянным членом Совета Безопасности (табл. 31), так и аргументы противников членства (табл. 32).

Таблица 31

**Причины одобрения общественным мнением планов обеспечить Японии постоянное членство в СБ ООН\* (% от числа согласных)**

|  |      |
|--|------|
| Странно, что Япония не участвует в принятии важных решений СБ при том, что она вносит большой финансовый вклад в бюджет ООН                | 32,8 |
| Членство Японии, которая является безъядерной державой и проповедует идеологию пацифизма, будет полезно для установления глобального мира  | 25,7 |
| Так как Япония является крупной экономической державой, то она должна активно участвовать в планировании глобального мирного строительства | 19,6 |
| Наша страна сможет проводить свои взгляды в важнейших решениях ООН   | 11,8 |
| Если Япония станет постоянным членом СБ, то она сможет вносить более конструктивный вклад в деятельность ООН                               | 7,7  |
| Другие варианты  | 0,5  |

\* Там же, октябрь 2004.

Причины одобрения постоянного членства сформулированы в самом общем виде. Исключением можно считать, пожалуй, лишь первую формулировку, в которой упомянут большой финансовый вклад Японии в бюджет ООН. Гораздо более интересно преломление в общественном мнении причин нежелания становиться постоянным членом.

Таблица 32

**Причины неодобрения общественным мнением планов обеспечить Японии постоянное членство в СБ ООН\* (% от числа согласных)**

|   |      |
|---|------|
| Если Япония станет постоянным членом СБ, ей придется нести большее финансовое бремя   | 25,2 |
| Даже не являясь постоянным членом СБ, она в достаточной мере вносит вклад в решение экономических, социальных проблем, проблем окружающей среды и другие сферы международной деятельности | 22,4 |
| Если Япония станет постоянным членом СБ, ей придется принимать более активное участие в военной деятельности ООН  | 18,5 |
| Япония, не принимающая непосредственного участия в военной деятельности, не должна иметь отношение к принятию решений, допускающих использование военной силы                             | 16,1 |
| Если Япония станет постоянным членом СБ, она должна будет пересмотреть конституцию  | 8,8  |
| Не согласен с существующей формой существования ООН как организации   | 5,5  |
| Другие варианты   | 1,8  |
| Не знаю   | 1,8  |

\* Там же.

Следует отметить прагматический мотив в самой популярной формулировке («придется нести большее финансовое бремя» – 25,2%). Опасения по поводу потенциальной необходимости пересмотреть конституцию удивительно невелики (8,8%).

В целом, доминирует точка зрения, что Япония должна вносить вклад в международное сотрудничество по урегулированию региональных конфликтов (табл. 33), что свидетельствует об активной позиции японского общественного мнения.

Таблица 33  
**Роль, которую должна играть Япония\*, %**

|  |                              |
|--|------------------------------|
| Вносить вклад в международные усилия по урегулированию региональных конфликтов, включая гуманитарную помощь            | 51,9                         |
| Вносить вклад в решение глобальных проблем окружающей среды и других глобальных проблем                                | 38,4                         |
| Оказывать гуманитарную поддержку беженцам и терпящим бедствие, в особенности женщинам и детям                          | 25,0                         |
| Вносить вклад в здоровое развитие мировой экономики  | 19,9                         |
| Участвовать в сотрудничестве по защите таких признанных в мире ценностей, как свобода, демократия и права человека     | 16,1<br>(годом ранее – 19,7) |
| Способствовать продвижению вперед развивающихся стран  | 15,0                         |
| Вносить вклад в культурные международные обмены и способствовать сохранению культурного наследия во всех регионах мира | 5,5                          |
| Другие варианты  | 0,1                          |
| Не знаю  | 8,3                          |

\* Респондентам была предоставлена возможность выбрать не более двух вариантов. Там же, октябрь 2004.

**Некоторые выводы: японцы – неполитическая нация?**

Япония раньше многих других наций вступила в информационное общество. Информационное пространство страны перенасыщено политической информацией, что вызывает своего рода отторжение у масс. Поэтому, как упоминалось, политика во все большей степени становится полем деятельности профессионалов, политического класса. Японцы более активно интересуются проблемой пенсий и роста благосостояния, уровнем деловой активности, образовательной и почтовой реформами. Общественный контроль над политическими процессами тем временем ослабевает. Подобные процессы, похоже, охватили и многие другие развитые страны, однако в Японии они наблюдаются наиболее выпукло. Неумеренно активную позицию занимают, как правило, маргинальные группы, устраивающие шумные политические кампании, не находящие адекватного резонанса в обществе. Например, площадная кампания за возвращение «северных территорий» скорее напоминает костюмированное шоу на большей части территории страны

(за исключением тех районов Хоккайдо, где проживают перемещенные жители Курил и их потомки). Широкие массы и бизнес-сообщество демонстрируют индифферентность к проблеме «северных территорий».

Было бы неверным считать японцев «неполитической нацией». Опросы общественного мнения однозначно указывают на то, что им свойствен интерес к некоторому набору политических проблем. Это – проблемы, которые непосредственно затрагивают безопасность жителей Японии и их кровные интересы. Развитие событий заставило японцев остро ощутить свою незащищенность перед враждебным внешним миром. Например, жители страны очень живо переживают события вокруг ядерной программы Пхеньяна, поскольку именно Япония может стать первой жертвой ядерных амбиций КНДР и политического шантажа в связи с малым радиусом полета северокорейских баллистических ракет.

Большой интерес общественность проявляет к военной операции в Ираке и миротворческой деятельности ООН, поскольку это непосредственно может сказаться на особой позиции Токио в отношении направления сил самообороны за границу. Обращает на себя внимание толерантное отношение большинства японцев к позиции кабинета. Ее они большей частью не одобряют, но правительство поддерживают. Для разумного европейца такая линия поведения находится за пределами рационального мышления, но испокон веков «для японцев законы разума – предрержащие власти»<sup>17</sup>.

Таким образом, отношение японцев к политике можно охарактеризовать как ограниченный прагматический интерес. Не стоит также считать тенденцию к потере интереса к политике фатальной. Наряду с ней не умирает тенденция, которая характеризуется сохранением критического отношения к действиям кабинета, акциями против договора безопасности с США и передислокации баз с Окинавы на основную часть территории страны.

Японская мечта об уютной, чистой, не втянутой в политические баталии «азиатской Швейцарии», очевидно, так и останется нереализованной. Японцы все более отчетливо понимают, что подлинный нейтралитет едва ли достижим в условиях окружения странами, втянутыми в игру политических амбиций в регионе. Слишком высоки ставки, слишком много болезненно острых вопросов концентрируется в северо-западной части бассейна Тихого океана, чтобы можно было забыть о политике.

<sup>17</sup> Вышеславцев А. В. Лики Эддо. Очерки пером и карандашом из кругосветного плаванья в 1857, 1858, 1859, 1860 годах. СПб., 1867. Цит. по: Япония сегодня..2003, № 4, с. 21.

## ГЛАВА ВТОРАЯ

### ИДЕТ ЛИ ЯПОНИЯ К «ВЛАСТИ ЗАКОНА»?

#### Анализ деятельности Банка Японии<sup>1</sup>

В последние годы в различных сферах государственной политики Японии наметились примечательные тенденции – создание учреждений, формально независимых от политического вмешательства, выработка более жестких и прозрачных правил для существующих органов власти и поощрение инициатив частного сектора по исполнению управленческих функций. Все эти тенденции могут быть объединены в понятие «власть закона». Под «властью» мы понимаем правила и ограничения, которые четко очерчивают юридические параметры возможных действий. Это подобно спортивной игре, где передвижение по полю происходит не беспорядочно, а в зависимости от поставленных целей. Хотя игрокам разрешено передвигаться свободно, действуют механизм контроля, который гарантирует соблюдение правил, а также механизм оценки, позволяющий определять, насколько эффективно реализуются поставленные цели.

При таком понимании «власти закона» нетрудно понять, каким образом должны действовать независимые учреждения и какими должны быть жесткие административные процедуры и поддержка механизмов гражданского общества. Что касается независимых учреждений, то им позволено действовать автономно от министерской бюрократии, но до тех пор, пока они соблюдают правила. В качестве примера<sup>2</sup> можно привести новую редакцию Закона о Банке Японии (БЯ)

<sup>1</sup> При сборе материала для этой статьи автору была оказана помощь Японским обществом содействия науке, что позволило ему проводить исследования в университете Васэда, в Токио, летом 2003 г., где его принимал профессор Агата Коичиро. Автор также приносит благодарность своим многочисленным собеседникам в различных японских организациях.

<sup>2</sup> Здесь мы не будем рассматривать введение системы независимых административных агентств (*dokuritsu gyosei hojin*) в таких важных областях, как здравоохранение и университеты. На этот счет есть обширная литература, в частности касающаяся их создания и деятельности. По вопросу финансовой деятельности таких организаций [см. ниже: «Список использованной литературы» – 1, 2003].

1998 г., в соответствии с которой этот банк стал более независимым от министерства финансов, однако в рамках четких правил, определяющих его действия. Что касается введения жестких административных процедур, например, в рамках Закона об административных процедурах 1993 г., то их связь с режимом «власти закона» довольно очевидна. Наконец, что касается организаций гражданского общества, то их можно рассматривать как разновидность независимых агентств. В то время как последние имеют юридическую форму «государственных» в широком смысле слова, или квазигосударственных, организации гражданского общества часто таковой не имеют. Они возникают в результате взаимодействия отдельных людей, объединенных общей целью; могут первоначально самоорганизоваться в виде неформальных клубов, а на более поздней стадии они обычно стремятся получить общественное признание. Это признание возможно в том случае, если эти «клубы» действуют подобающим образом, не допускают ничьей дискриминации, неправильного использования общественных средств и следуют ясным и четким правилам. Наиболее очевидный пример, свидетельствующий о поощрении такой практики, – Закон о некоммерческих организациях (НКО) 1998 г., принятие которого вызвало появление множества новых, официально зарегистрированных организаций<sup>3</sup>.

В данной статье мы рассмотрим два принципиальных вопроса, связанных с этими событиями. Первый – почему это произошло? Каковы причины расширения и усиления механизмов «власти закона» в Японии? Второй вопрос – как следует расценивать эти перемены? Делают ли они работу правительства более эффективной и надежной?

Эти вопросы мы рассмотрим на примере работы Банка Японии, независимость которого недавно была усилена. Поскольку финансовая политика является ключевым элементом экономической политики, этот случай представляет особый интерес. В заключительной части с учетом выводов данного исследования, мы попытаемся дать общую оценку развития механизмов власти закона в Японии.

### **«Власть закона» с позиций политической экономии**

Чтобы не быть поверхностными в наших рассуждениях, мы определим место понятия «власть закона» с позиций современной политической экономии в рамках отношений доверитель – исполнитель<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Господин Инго Майерханс из института Дуйсбург в настоящее время проводит исследования по данному вопросу [первые результаты представлены: 18, р. 479–489].

<sup>4</sup> Такой подход, с принципом разделения властей, системы сдержек и противовесов и роли групп, имеющих общие интересы, и их представительства [см. 14, 2000].

Как правило, доверитель, т. е. электорат, передает полномочия своим представителям для выполнения ими определенных задач. Это может быть связано со специфичностью задач, с тем что для их решения необходимо привлечь экспертов и т. д. Однако это вовсе не означает, что представитель всегда действует в интересах своего доверителя; его поведение может оказаться и недобросовестным. Так, представитель ради собственного корыстного интереса может злоупотребить доверием и прибегнуть к мошенничеству. Разумеется, это не значит, что все представители так поступают, однако некоторые на это идут<sup>5</sup>.

Учитывая возможность злоупотреблений, а также для того, чтобы обеспечить надежную работу общественных механизмов, нужно принять меры, чтобы недобросовестность отдельных представителей не привела к краху системы. Что может позволить представителю действовать недобросовестно? Одной из причин является недостаточность информации. Если доверитель не может должным образом контролировать своего представителя, то вполне возможно, что тот может воспользоваться предоставленной ему свободой в собственных корыстных интересах.

Чтобы избежать этого, можно добавить в эту схему еще одно звено – промежуточного контролера, который будет надзирать за представителем. В результате мы получаем следующую цепочку: доверитель → контролер → представитель (рядовой).

В этом случае доверитель передает контроль над рядовыми представителями посреднику, который может обладать более высокой квалификацией или лучше разбираться в конкретной проблеме, или просто быть более заинтересованным в решении поставленной задачи. Таким посредником может быть законодательный орган (парламент) или правительственная организация (кабинет, министерства и т. д.). (На самом деле посредники сами могут составлять иерархию, например: парламент → министерство → контролирующее агентство, но мы не будем на данном этапе усложнять аргументацию.)

Хотя, на первый взгляд, трехступенчатая схема решает проблему, на самом деле это не совсем так. Если мы вводим посредников, чтобы, в частности, бороться с недостоверной информацией, нельзя исключать возможности сговора между контролерами и представителями, которые могут сообща использовать свои информационные преимущества в ущерб доверителю. Иными словами, представители и контролеры могут сообща вводить в заблуждение своих доверителей, используя их недостаточную информированность или просто нежелание вникать в проблему.

<sup>5</sup> Эта проблема рассматривалась Тироле в 1986 г., и существует обширная литература по вопросу сговора и прочих подобных обстоятельств.

Не вдаваясь в детали, отметим, что весьма непросто договориться между различными звеньями этой цепи таким образом, чтобы стимулы для контролеров и представителей не входили в противоречие с интересами доверителей. И тут на первое место выступает «власть закона». Правила можно рассматривать как средство уменьшения информационной сложности ситуации, вводимое для того, чтобы доверителю было проще (и/или дешевле) контролировать нижние уровни организации. С этой точки зрения правила оказываются полезны в трех аспектах. Во-первых, они не предусматривают действий, которые было бы трудно проверить (точнее, они исключают возможность таких действий). Во-вторых, если последствия определенных действий трудно предвидеть заранее, то лучше предоставить свободу действий исполнителю, позаботившись о его вознаграждении в случае успеха. В-третьих, когда поставлены ясные цели, и их достижение поддается проверке, доверитель получает доступ к достаточно эффективным и простым механизмам, чтобы убедиться, что контролер и представитель действуют в его интересах.

Однако есть и некоторые недостатки, а именно: режим «власти закона» далек от совершенства в плане проблем материального стимулирования в рамках трехступенчатой системы доверитель → контролер → представитель. Например, что делать, если цели не могут быть достигнуты достаточно быстро, или если есть серьезные побочные эффекты, которые не очевидны для доверителя, но не могут быть исключены? Что мы можем почерпнуть из имеющейся литературы по политической экономии?

Следует различать организацию режима власти закона и, собственно, осуществление этого режима. На стадии организации инициативу на себя могут взять как доверители, так и представители. Доверители могут пойти на это, если другой механизм не действует, или если условия изменились в пользу применения правил. Контролеры и представители нижнего уровня могут взять на себя инициативу по тем же причинам, но не потому, что их интересы могут не совпадать с интересами доверителей, а потому, что они рассчитывают на поощрение с их стороны.

При осуществлении режима власти закона на первой стадии происходит выбор директоров учреждений нижнего уровня. Этот момент очень важен, потому что в реальных обстоятельствах идеальный контракт с директором, который обеспечивал бы совпадение его/ее побудительных стимулов с мотивацией доверителя, представляется невозможным. Но если нельзя достичь этого с помощью внешних мотивов, следует поискать внутреннюю мотивацию, которая совпадала бы с

интересами доверителя. Выбор директора обычно является обязанностью контролеров. Однако существует опасность, что мотивация директора будет больше совпадать с мотивацией контролера, чем доверителя. Проще говоря, контролеры (например, парламент и правительство) могут назначать директоров, которые разделяют их убеждения, что не обязательно отвечает интересам доверителя. Однако этот конфликт трудно преодолеть, даже если доверитель осознает проблему и намерен, а также способен, переиграть в этом вопросе контролера. Если требуется компетентный директор, то он должен быть достаточно самостоятельным. Люди, мыслящие не самостоятельно, редко бывают экспертами в своем деле.

На самом деле деятельность подобных учреждений всегда сопряжена с появлением противоречий между соображениями эффективности, независимости и отчетности. Чем больше независимости получает учреждение, тем менее подотчетно оно в своих действиях. Ограничение круга его полномочий приводит к снижению эффективности. Ужесточение требований к отчетности означает усиление внешнего контроля и вмешательства в его дела. Все это снижает эффективность работы трехступенчатой системы.

Из всего сказанного выше явствует, что режим «власти закона» особенно эффективен в ситуациях, когда цели ясны; их достижение может быть проверено; побочные эффекты не представляются существенными; правила касаются деятельности, которую можно четко проверить; другие действия, которые правила не охватывают, не играют роли; существуют условия для надзора доверителей за контролерами (система выборов предлагает рычаги воздействия; вопросы ясны для понимания; доверители могут объединяться в группы по интересам; и т. д.).

Серьезную проблему представляет возможность захвата контроля «снизу», особенно если представителям нижнего уровня в их сфере деятельности легче объединиться, чем их доверителям и контролерам. В этом случае представители нижнего уровня постараются увеличить закрытость и недостоверность информации, чтобы труднее было вскрыть факт этого захвата.

Поскольку прямая цепь контроля от доверителей к представителям нижнего уровня может быть несовершенной, а также в связи с тем, что их независимость трудно контролировать, особое значение приобретают не прямые каналы контроля, а контроль «со стороны». Такие внешние контролеры могут иметь официальный статус. В этом случае важное значение приобретает юридическая система, которая определяет рамки действий контролеров и представителей. На неофициальном



уровне осуществлять подобные функции также могут средства массовой информации, хотя этот механизм не всегда эффективен.

Наконец, режим «власти закона» характеризуется жесткостью. Если правила можно было легко менять, то исчезли бы отличия от двухступенчатого механизма контроля над представителями. Те, кто поддерживает трехступенчатую схему «власти закона», заинтересованы в этой жесткости по соображениям эффективности, о которых говорилось выше. Но могут быть для этого и другие причины. Если посредник (контролер) не уверен в своей судьбе (например, выиграет ли он предстоящие выборы), он может захотеть установить жесткие правила для нижестоящих исполнителей, исходя из собственных интересов. Обычно бывает очень трудно изменить однажды установленное правило, поэтому победитель на выборах столкнется с теми же правилами, которым он будет обязан подчиняться, пока не обретет достаточную силу, чтобы преодолеть их.

#### **Изменения статуса Банка Японии с точки зрения политической экономии**

11 июня 1997 г. был обнародован новый Закон о Банке Японии, который предоставил ему большую автономию. Он вступил в силу 1 апреля 1998 г. С тех пор в него несколько раз вносились поправки, хотя они и не имели принципиального значения<sup>6</sup>. В соответствии со старым законом Банк Японии достаточно жестко контролировался правительством, в частности, через министерство финансов, в то время как в новом законе, в ст. 3, п. 1 указывается: «Должна уважаться автономия Банка Японии в отношении валютной и кредитно-денежной политики»<sup>7</sup>. Согласно ст. 15 банк имеет в своем распоряжении широкий арсенал действий.

Это, разумеется, вызывает определенную озабоченность относительно подотчетности Банка Японии и, в частности, его правления. С учетом этого закон определяет цели, предусматривает координацию действий банка с политикой правительства и вводит дополнительные правила законодательного контроля над ней. Что касается целей, то статья 1 возлагает на банк контроль над валютной и кредитно-денежной политикой, а также «поддержание соответствующей финансовой системы». (На самом деле, валютный контроль в смысле интервенций с целью воздействия на валютные курсы находится под юрисдикцией министерства финансов; банк Японии действует как представитель

правительства лишь в случае интервенции на мировых валютных рынках; ст. 40.) Статья 2 сужает свободу «контроля»: «Валютный и финансовый контроль должен осуществляться в целях стабильного развития национальной экономики путем поддержания стабильных цен». Иными словами, Банк Японии должен не просто поддерживать стабильные цены, но и учитывать макроэкономические цели. Статья 4 провозглашает политику «взаимной гармонии» между банком и правительством и разъясняет, как достичь этого. «Признавая тот факт, что валютный и финансовый контроль является компонентом общей экономической политики, Банк Японии должен всегда поддерживать тесные контакты с правительством и вести с ним эффективный диалог с тем, чтобы валютный и финансовый контроль, с одной стороны, и основные положения экономической политики правительства – с другой, находились во взаимной гармонии».

На этой стадии четкость закона (или, в более широком смысле, контракта) достигает своих пределов. Предположим, что в какой-то ситуации, которую не могли предусмотреть разработчики закона, обе стороны упорно придерживаются своих точек зрения. Каким же образом на основании закона можно найти разумный выход из этой ситуации или прийти к компромиссу? Если предоставить окончательное решение на усмотрение одной из сторон, например правительству, то сама концепция «автономии» банка окажется выхолощенной. А что может предпринять Банк Японии в такой неприятной ситуации? Важным моментом является присутствие представителей правительства на заседаниях правления банка (ст. 19): они могут высказывать свои взгляды, представлять свои предложения по вопросам денежной политики и даже просить отложить принятие неблагоприятных с их точки зрения решений правления. Проще говоря, на банк может оказываться значительное психологическое давление с целью заставить его искать соглашения с правительством. (Даже если представители правительства и не присутствуют на заседаниях правления, последнее все равно должно постараться принять во внимание мнение правительства.)

Чтобы сделать это моральное давление еще более весомым, большое значение в законе придается прозрачности деятельности Банка Японии. Основные положения на этот счет содержатся в ст. 3, п. 2 закона, после положений об автономии банка: «Банк должен разъяснять общественности смысл своих решений, а также информировать о самом процессе принятия решений в области валютного и финансового контроля». Основными средствами обеспечения этой прозрачности являются:

<sup>6</sup> Так называемый «предварительный перевод» на английский, сделанный Банком Японии; японскую версию можно найти на сайте [www.boj.or.jp](http://www.boj.or.jp).

<sup>7</sup> Все цитаты из Закона о Банке Японии взяты из перевода, указанного в предыдущей сноске.

- регулярные отчеты представителей банка в парламенте и присутствие на его заседаниях (гл. VII, ст. 54–55);
- детально разработанная система отчетности (гл. VI);
- доступность для общественности стенограмм заседаний правления;
- публикация материалов либо в печатном виде (например, «БЯ 2000»), либо в Интернете ([www.boj.or.jp](http://www.boj.or.jp)).

Почему же Банк Японии и его высшие руководители, в частности, члены правления, должны беспокоиться о том, каков их имидж в обществе? Во-первых, из-за возможности наказания в соответствии с законом. В гл. X существуют предписания на этот счет. Правда, они касаются исключительных случаев (вроде ложных публичных заявлений). Разумеется, такие меры не могут быть приняты в случае разногласий по вопросам экономической политики. В то же время существуют другие меры воздействия, в частности срок пребывания в должности, продвижение по службе и т. д. Высшие руководители банка (управляющий, его заместители, члены правления, исполнительные аудиторы, исполнительные директора и советники) назначаются кабинетом и одобряются парламентом на определенный срок. Например, для членов правления (управляющий, его заместители, члены правления) – это пять лет, для других – меньшие сроки. Эти лица могут быть уволены только при чрезвычайных обстоятельствах, вроде физического или психического заболевания (ст. 25), что повышает их независимость. Но поскольку существует вероятность их назначения на новый срок (ст. 24, п. 2), у них есть очевидная заинтересованность в том, чтобы избежать длительных и серьезных конфликтов с правительством.

У правительства есть также еще один рычаг воздействия на банк. На него постоянно осуществляется давление с целью сокращения персонала в соответствии с политикой правительства по созданию более компактного государственного аппарата. Объективно это направлено на повышение эффективности государственного управления, но в то же время может использоваться и для того, чтобы заставить банк проявлять большую склонность к компромиссам. Карьерные перспективы на всех уровнях государственной службы, безусловно, зависят от размера организации в целом. Примечательно, что в последнее время Банк Японии сократил свой штат (в конце 1989 г. в нем работало 6292 сотрудника, а в марте 1999 г. – 5657). К 2004 г. персонал банка должен был быть сокращен примерно на 500 сотрудников [4, 1999]. Между тем банк уже ликвидировал некоторые подразделения в целях создания более гибкой структуры.

Когда дискуссии о независимости Банка Японии в конце 90-х годов завершились принятием нового закона, экономисты монетаристского толка могли предположить, что он направлен на решение проблемы

инфляции, которая обычно требует независимости центрального банка. Главный аргумент заключается в том, что если кредитно-денежную политику поручить выборным политикам, им будет сложно преодолеть противоречия между двумя различными целями. С одной стороны, в интересах стабильности цен они должны проводить жесткую кредитно-денежную политику. С другой стороны, ради своего переизбрания они будут вынуждены проводить политику, которая уменьшит экономические тяготы для избирателей, а следовательно, финансовая дисциплина ослабнет. Даже если они провозгласят жесткую антиинфляционную политику, у них впоследствии возникнет искушение отклониться от нее, а поскольку субъекты экономической деятельности смогут предвидеть это, то кредитно-денежная политика будет в целом неэффективной [смотри, например, 16, 1999, гл. 1].

Однако ситуация в Японии в 90-х годах была иной. После краха экономики «мыльного пузыря» в условиях снижения стоимости активов и трудностей, связанных с преодолением экономического спада, инфляция не являлась серьезной проблемой. Темпы инфляции были низкими, и в том самом году, когда Банк Японии стал формально независимым, страна на самом деле вступила в период умеренной дефляции, которую она до сих пор до конца не преодолела. Истинные причины предоставления независимости банку заключались в другом.

Реформу Банка Японии<sup>8</sup> нельзя понять, не рассмотрев политическую ситуацию в стране. Например, Комиссия по изучению Центрального банка (тёо гинко кэнкюкай), которая была создана по указанию премьер-министра Хасимото Рютаро, закончила предварительный доклад в октябре 1997 г., за три дня до выборов в нижнюю палату парламента. Каков был интерес Хасимото и возглавляемой им правящей Либерально-демократической партии (ЛДП) в установлении независимости Банка Японии? Если вспомнить, в какое время происходили эти события, то можно сделать вывод, что для правящей партии важно было заручиться общественной поддержкой.

Раз инфляция в тот период не являлась насущной проблемой, какие же вопросы волновали общество? Период 1995–1997 гг. был чрезвычайно сложным для правительства из-за очевидных ошибок в управлении в финансовом секторе. Сразу приходит на ум «кризис дзюсэн» 1995–1996 гг., когда корпорации, кредитовавшие жилищное строительство и покупку недвижимости, разорились, а значительную часть расходов по выходу из кризиса предполагалось переложить на плечи налогоплательщиков. В 1996 г. обанкротилась компания «Ямайти секьюритиз», а в обществе шла бурная дискуссия относительно того,

<sup>8</sup> Для подробного ознакомления с событиями, которые привели к принятию нового закона [см. 3, 1999, гл. 2]. Более короткая версия содержится [10, 2004].

как плохо работает финансовый сектор в целом и компании по операциям с ценными бумагами в частности в условиях слабого контроля со стороны правительства. Более того, некомпетентное повышение налогов в начале 1997 г. привело к спаду в экономике (который еще более усугубился в результате Азиатского кризиса). По всем этим пунктам можно было предъявить обвинение министерству финансов, и критика в адрес Окурасэ (буквально «министерство рисового амбара»), насчитывающего тысячелетнюю историю, достигла беспрецедентной остроты. Чтобы благополучно выступить на предстоящих выборах, правительству и Либерально-демократической партии было выгодно ослабить «козла отпущения» – министерство финансов – и тем самым показать свою приверженность проведению реформ. (В то же время, потеря некоторых функций была для бюрократии министерства финансов предпочтительнее более радикальной трансформации<sup>9</sup>.)

Почему правительство выбрало режим автономии для кредитно-денежной политики? Был ли он наиболее подходящим? На первый взгляд, ответственность банка за кредитно-денежную политику вполне удовлетворяет условиям режима «власти закона». Цель, по которой оценивается деятельность центрального банка, может быть сформулирована вполне ясно: стабильность цен. Статистическая база для измерения стабильности цен как средства оценки степени достижения этой цели также хорошо разработана. Поскольку кредитно-денежная политика оказывает влияние и на ситуацию в сфере занятости, на экономический рост и стабильность платежного баланса, классическим решением является «разделение труда» между банком и правительством, которое должно решать указанные задачи в рамках комплексной политики. Центральный банк со своей стороны имеет в распоряжении обычные инструменты кредитно-денежной политики, такие, как политика открытого рынка, установление основных процентных ставок и т. д. (все они хорошо описаны в научной литературе). Наконец, организационные механизмы введения независимости и отчетности также хорошо разработаны.

Существует обширная литература и большой практический опыт, на основании которых можно судить о достоинствах и проблемах независимого центрального банка [например, 12, 1997; 16, 1999]. Что касается нового Закона о Банке Японии, то здесь все правила были соблюдены полностью. Если мы используем обычные измерители для определения независимости центрального банка, то «новый» Банк Японии окажется где-то между немецким Бундесбанком до введения евро и американской Федеральной резервной системой (которая, кстати,

<sup>9</sup> Аналогичные выводы содержатся [10, 2004, p. 259].

гораздо менее независима от американского правительства, чем это принято считать) (см. табл. 1).

Таблица 1  
**Показатели степени независимости центрального банка  
в некоторых странах \***

| Страна                       | I**<br>Шкала 1–4*** | II<br>Шкала 0–15 | III<br>Шкала 1–5 | IV<br>Шкала 0–1 |
|------------------------------|---------------------|------------------|------------------|-----------------|
| Япония<br>до 1998 г.         | 3                   | 6                | 3                | 0,18            |
| США                          | 3                   | 12               | 3                | 0,48            |
| Германия до<br>введения евро | 4                   | 13               | 5                | 0,69            |
| Япония после<br>1998 г. **** | 3                   | 10               | 4                | 0,56            |

\* [9, 1998, p. 70, дополненный].

\*\* Использованные исследования: I. *Alesina A.* Macroeconomics and Politics. – NBER Macroeconomics Annual. Vol.3, 1988, p. 17–52; II. *Grilli V., Mascardiano D., Tabellini G.* Political and Monetary Institutions and Public Financial Policies in the Industrial Countries. – Economic Policy. Vol.13, 1991, p. 341–392; III. *Eijffinger S., Schiling E.* Central Bank Independence in Twelve Industrial Countries. – Banca Nacional del Lavoro Quarterly Review. 1993, № 184, p. 49–89; IV. *Cukierman A., Webb S., Neyapti B.* Measuring the Independence of Central Banks and its Effect on Policy Outcomes. – World Bank Economic Review. Vol.6, 1992, № 3, p. 353–398.

\*\*\* Высший балл в каждой шкале означает высшую степень независимости.

\*\*\*\* Показатели для Японии после 1998 г. были вычислены Брокром [9, 1998] с применением исследований с I по IV и использованием соответствующих данных для Банка Японии по новому Закону о Банке Японии.

При ближайшем рассмотрении оказывается, что вопрос независимости центрального банка является весьма непростым. Во-первых, возникает проблема взаимосвязи между различными макроэкономическими целями. Существует обширная литература о том, что центральный банк должен учитывать влияние его политики стабилизации цен на другие процессы [см., например, 12, 1997, p. xii–xv]. В новом Законе о Банке Японии, как мы уже отмечали, упоминаются и другие цели, помимо стабильности цен.

Второй момент, касающийся условий независимости центрального банка в Японии, – это механизмы осуществления политики. В научных кругах уже довольно продолжительное время ведется дискуссия о том, какие механизмы политики являются эффективными, и что центральный банк может предпринять в реальности. Дефляционная ситуация в японской экономике с конца 90-х годов делает эту проблему крайне актуальной. В 1998–2003 гг., когда управляющим банка был Хаями Масару, делались заявления о том что, в условиях, когда про-

центные ставки приблизились к нулю, центральный банк практически не имеет инструментов для придания позитивного импульса развитию экономики. Однако другие специалисты, включая влиятельных западных экономистов, утверждали, что не все средства себя исчерпали и что положительный импульс может быть придан путем обнародования заслуживающей доверия программы преодоления дефляции.

Кто бы ни был прав, важным моментом в данном контексте является то, что контролирующие представители высшего уровня и доверители имеют слабое представление относительно того, в какой степени могут быть достигнуты поставленные цели. Это относится и к правительству – в той степени, в какой оно реально может функционировать в качестве контролера, а в еще большей степени – к избирателям (= доверителям),

Таблица 2

**Банк Японии в глазах общественности: результаты опроса, проведенного Банком Японии (в % к итогу по каждой строке)**

| А  | Согласен с А | Согласен скорее с А, чем с В | Не могу выбрать между А и В | Согласен скорее с В, чем с А | Согласен с В | В   |
|--|--------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------|---|
| Я имею представление о политике и действиях Банка Японии | 2,3          | 10,2                         | 19,3                        | 29,5                         | 38,4         | Я имею слабое представление о политике и действиях Банка Японии |
| Банк Японии связан с нашей жизнью                        | 18,1         | 32,4                         | 26,7                        | 12,9                         | 9,4          | Банк Японии не связан с нашей жизнью                            |
| Банк Японии приносит пользу в нашей жизни                | 10,1         | 22,0                         | 43,3                        | 13,0                         | 11,2         | Банк Японии бесполезен в нашей жизни                            |
| Объяснения Банка Японии для общественности легко понять  | 0,7          | 2,4                          | 25,7                        | 29,1                         | 41,7         | Объяснения Банка Японии для общественности трудно понять        |
| Я верю Банку Японии                                      | 9,7          | 17,3                         | 49,9                        | 11,9                         | 10,7         | Я не верю Банку Японии  |

\* [8, 2003, p. 22].

у которых мало возможностей понять технологию денежных потоков. Согласно опросу, проведенному Банком Японии в 2003 г., представления общества о значении, функциях и структуре банка являются весьма скудными. Например, 42% опрошенных не знали, что Банк Японии является независимым от правительства государственным учреждением [6, 2003а, p.21). С учетом технических моментов, результаты выглядят достаточно устрашающе. Около 70% полагают, что они мало или вообще не понимают «объяснения» Банка Японии (см. табл. 2).

**Действия Банка Японии после 1998 г.**

Первые годы после обретения Банком Японии независимости характеризовались почти постоянной напряженностью в его отношениях с правительством. В центре внимания был первый управляющий «новым» Банком Японии Хаями Масару. Правительство хотело, чтобы центральный банк занял более благосклонную позицию в отношении вливания дополнительных денег в экономику. Банк Японии колебался. Первая проблема возникла уже в 1998 г., поскольку со второго квартала 1997 г. начался новый спад конъюнктуры. Оппозиция Банка Японии продолжалась и дальше, например, когда банк выступил против покупки правительственных облигаций. Другая арена противоречий – нежелание банка сформулировать цели по инфляции.

Наиболее известное столкновение мнений произошло в 2000 г., когда банк поднял учетную ставку с 0% до 0,25%. Это было сделано в условиях роста цен на фондовом рынке, после того как банковская система была рефинансирована за счет вливания государственных средств и когда, казалось, возникла опасность, что ликвидность стала слишком легко достижимой. Правительство и значительная часть средств массовой информации резко критиковали этот шаг, который они расценивали как абсолютно преждевременный. Действительно, реальная экономика показывала симптомы «охлаждения». Между тем произошел спад на фондовом рынке США, что вело к снижению американского спроса на импорт и к общему экономическому спаду в азиатском регионе. Вскоре Банк Японии вынужден был изменить свою позицию и снизил ставку по онкольным ссудам всего лишь несколько месяцев спустя.

Почему Банк Японии придерживался столь жесткой, по мнению большинства наблюдателей, позиции? Здесь возможны два ответа. Первый заключается в том, что банк серьезно полагал, что у него нет возможности следовать более агрессивной кредитно-денежной политике. Второй ответ – банк просто не хотел проводить такую политику. Что касается первого варианта, то мы должны вернуться к оценке

арсенала инструментов политики банка, которые уже рассматривались выше. Наиболее детальная аргументация в пользу дальнейшего смягчения денежной политики была предложена Паулем Крюгманом [13, 1998]. Он отмечал, что нынешнюю ситуацию в Японии можно расценить как ловушку ликвидности, при которой совокупный спрос настолько низок, что даже с помощью политики нулевых процентных ставок его невозможно поднять до уровня, который бы позволил задействовать все производственные мощности. Номинальные процентные ставки были близки к нулю, а поскольку субъекты экономики ожидали сохранения дефляционной ситуации, реальные процентные ставки оставались положительными, и не было смысла в их дальнейшем снижении (до уровня, который бы обеспечил полное использование производственных мощностей и, следовательно, полную занятость). С учетом указанных обстоятельств Крюгман предлагал поставить целью достижение некоторого уровня инфляции. Это помогло бы снизить реальную ставку процента, несмотря на то, что его номинальная ставка уже не могла дальше снижаться. Вопрос в том, насколько действенным было бы такое заявление. В этом сомневались многие специалисты, и неудивительно, что Банк Японии также присоединился к лагерю скептиков.

Проблема заключается в том, что одного такого заявления было бы недостаточно. Банк Японии так или иначе должен показывать, что он стремится помочь улучшению положения дел в экономике. Крюгман предложил поставить жесткую инфляционную цель на пару лет и соблюдать ее, например, оформив ее в законодательном порядке. Однако, если процентная ставка – величина непостоянная, и с этим ничего нельзя поделать, неясно, с какой стати любое официальное заявление, без предъявления необходимых механизмов, должно быть воспринято как убедительное<sup>10</sup>. Вторая проблема заключается в том, может ли Банк Японии вместо изменения процентной ставки пойти на смягчение количественных ограничений. В течение длительного времени банк настаивал на том, что он может оперировать только процентной ставкой и не может предоставлять дополнительные деньги реальному сектору [например, 18, 1999]. Времена «указаний через окошко», когда правительство могло устанавливать размеры и цели банковского кредитования, ушли в далекое прошлое [24, 1999]. Что касается третьей проблемы, то поскольку традиционные средства обеспечения большей ликвидности с целью поддержки реальной экономики вызывают определенный скептицизм, можно задаться вопросом, не могут ли помочь

<sup>10</sup> См. Родса [23, 2003], где обсуждается, совместимо ли представление Крюгмана [13] об отрицательной процентной ставке ради полной занятости с общепринятыми понятиями относительно того, как работают денежный, инвестиционный и валютный рынки и рынок сбережений.

другие механизмы. Например, можно увеличить покупку государственных облигаций, что позволило бы правительству проводить более агрессивную фискальную политику. Даже если бы частный сектор совершенно не склонен был увеличивать расходы, это позволило бы кейнсову IS кривую сдвинуть настолько вправо, что можно было бы преодолеть любую ловушку ликвидности. Представители центральных банков обычно проявляют крайний скептицизм относительно этого механизма, поскольку он дает государству возможность «печатать деньги» и осуществлять безответственные расходы. Однако в японской ситуации его можно было бы приветствовать, так как подобная «безответственность» могла бы вызвать инфляционные ожидания и помочь экономике выйти из ловушки ликвидности. (Однако процентные ставки могут быть подняты настолько, что позитивное влияние на спрос будет немедленно нивелировано.)

Другой «неортодоксальный» механизм может заключаться в прямой покупке центральным банком активов частного сектора. Идея состоит в покупке малоликвидных активов с целью помочь компаниям преодолеть проблемы задолженности и улучшить состояние балансов, что создаст условия для дальнейшего развития экономики в целом. «Типичный» руководитель Центробанка, однако, отмахнется от идеи загрузить баланс банка такими рискованными активами. Более того, экономика может негативно отреагировать на то, что неэффективные предприятия остаются на плаву благодаря покупке их малоликвидных активов. Это может стать причиной серьезного морального ущерба, так как компании могут начать действовать безответственно в надежде, что их вновь и вновь будет спасать правительство и/или центральный банк.

Суммируя сказанное выше, следует отметить, что случай, когда центральный банк ничего не может предпринять для смягчения финансовой политики, является не таким простым, как полагают некоторые специалисты. Конечно, «открытие клапанов» возможно, но это весьма рискованная политика, поскольку не существует подробно изученных примеров того, каким образом частные субъекты экономики – как национальные, так и иностранные – отреагируют на «намеренно безответственное» поведение банка. В этой связи не следует забывать, что опыт Японии конца 90-х годов, дефляция и почти нулевой уровень процентных ставок является практически уникальным, по крайней мере, в истории современной экономики<sup>11</sup>. Даже Кейнс, который придумал «ловушку ликвидности», проявлял крайний скептицизм относительно того, может ли этот теоретический случай произойти в реальности.

<sup>11</sup> Смотри, например, обзор литературы банка данных Немецкой центральной библиотеки в Киле о теоретических и практических аспектах дефляции. С учетом практических исследований, публикации почти целиком касаются Японии [26, 2005].

И можно лишь строить догадки относительно того, действительно ли основные параметры ситуации в Японии подпадают под то, что имеет в виду «модель IS-LM» в трактовке Дж. Хикса. Возможно, Япония в конце 90-х годов с ее особыми экономическими параметрами действительно оказалась в ситуации, которая слабо описана в существующей экономической литературе, обычно строящей свои теории на более «нормальных» показателях.

Есть и еще одно соображение относительно Банка Японии. Побочным эффектом чрезмерной либерализации кредитно-денежной политики могут быть не только желаемая инфляция и улучшения в макроэкономике. Помимо этого, возможны негативные последствия в виде замедления структурных изменений в японской экономике. Как указывают специалисты, слишком много компаний со слабыми конкурентными позициями пережили крах экономики «мыльного пузыря» и продолжают существовать, в то время как лучшим решением был бы их уход с рынка. Поскольку Банк Японии должен стоять на страже интересов долгосрочного экономического роста, он должен укреплять здоровый корпоративный и банковский сектор, избегая излишней либерализации финансовой политики. Конечно, и у такого взгляда есть противники.

Во-первых, возникает вопрос, должен ли вообще Банк Японии исходить из таких долгосрочных соображений. Однако если серьезно подходить к статье 2 Закона о Банке Японии, то требование «способствовать стабильному развитию национальной экономики» подразумевает не только краткосрочные цели по поддержанию совокупного спроса, но и долгосрочные соображения.

Второй вопрос заключается в том, является ли «неблагополучное» положение банков и других фирм результатом неэффективного руководства в период экономического подъема и после него, или следствием тяжелой макроэкономической ситуации. Многие специалисты в конце 90-х годов полагали, что остающиеся «плохие долги» связаны со слабым спросом, а не с какими-то структурными недостатками социально-экономической системы. Однако вряд ли можно четко выделить все составляющие факторы. Конечно, банки и другие компании заинтересованы в том, чтобы представить любые «красные» цифры как результат влияния макроэкономической среды, а не их собственных провалов. Поскольку любому внешнему наблюдателю не хватает информации, вполне логично, что Банк Японии предпочел занять в этом вопросе более консервативную позицию.

Наконец, третий вопрос заключается в том, что даже если указанные недостатки имеют структурный характер и их необходимо преодолеть, это разумно сделать в условиях сдерживания кредитно-денежной экспан-

сии. Есть другие организации, которые должны позаботиться об этих проблемах. Среди нескольких околоправительственных организаций, наиболее важным является Агентство финансовой службы (киньютё), главной задачей которого является контроль за стабильностью финансовой системы и которое таким образом косвенно влияет на финансовые условия деятельности во всем предпринимательском секторе<sup>12</sup>. Хотя агентство было отделено от министерства финансов и стало «независимым», тем не менее, оно возглавлялось министром кабинета. В первые годы после его создания в 1998 г. было неясно, сможет ли агентство завоевать репутацию заслуживающего доверия контролера за финансовой стабильностью, или же оно уступит политическому давлению в пользу кратковременных выгод. Исходя из этих соображений, понятно, что Банк Японии не мог полностью полагаться на этот новый и непроверенный механизм в вопросе о возможных побочных эффектах либерализации финансовой политики.

Как мы только что видели, в этой ситуации Банк Японии имел несколько весомых причин действовать с осторожностью. Более того, очевидно, что если бы политика дальнейшей либерализации действительно имела успех, то он был бы приписан правительству, а в случае неудачного исхода «козлом отпущения» был бы сделан Банк Японии. К тому же потребовались бы многие годы, чтобы преодолеть последствия такой неправильной политики.

Конечно, спор о возможных последствиях для репутации Банка Японии можно продолжить. Когда в 1998 г. была установлена его независимость, он должен был с самого начала утвердить свою репутацию не только де-юре, но и де-факто. В этой ситуации было очень сложно начать с политики сотрудничества с правительством и проводить то, что при нормальных обстоятельствах рассматривалось бы как «безответственная инфляция». Такая политика могла бы быть истолкована как уступка давлению правительства. Чем больше правительство требовало дальнейшей либерализации кредитно-денежной политики, тем труднее было Банку Японии уступать таким требованиям без ущерба для своей репутации. Конечно, излишняя неуступчивость тоже могла повредить его репутации, потому что ее могли расценить

<sup>12</sup> Между прочим, за созданием АФС в 1998 г. стоят те же силы, что и за новым Законом о Банке Японии (хотя оно сначала было названо «контролирующим» органом, и сфера его юрисдикции расширилась в первые годы). Мы не будем вдаваться в подробности оценки его деятельности, но не удивительно, что на этот счет существуют противоречивые взгляды; некоторые отмечают возможное влияние министерства финансов и конкуренцию с персоналом Банка Японии, поскольку в первое время штат нового агентства набирался оттуда. Анализ влияния агентства на деятельность корпоративного сектора и малого бизнеса см.: [5, 2000].

как непрофессиональное упрямство. Иными словами, налицо некоторая неопределенность относительно того, как следует создавать «репутацию». Здесь нужно учитывать следующие четыре момента.

1. Действующие субъекты должны демонстрировать как профессионализм, так и независимость от конкретных интересов, что довольно непросто.

2. Независимость может быть продемонстрирована только с помощью определенных действий в конкретных обстоятельствах. Если определенный образ действий не может ясно продемонстрировать независимость от конкретных интересов, от него лучше отказаться, даже если в его пользу говорят другие профессиональные соображения.

3. Репутация не может измеряться лишь с «объективной», научной точки зрения; это явление имеет информационную природу и зависит от общественного мнения. Любой образ действий будет так или иначе истолковываться общественностью, и любая организация может ошибиться относительно того, как оценит ее деятельность общественное мнение.

4. Такие ошибки особенно вероятны в условиях непрозрачности среды. Как мы уже видели, процесс передачи финансовых импульсов в реальную экономику является весьма сложной проблемой, по поводу которой существуют различные точки зрения. Более того, особенности этого процесса в периоды дефляции весьма слабо изучены, и вообще существуют серьезные трудности с получением информации при оценке состояния банковского и корпоративного секторов.

На самом деле Банк Японии не был пассивным. Он предпринимал сдержанные попытки реагировать на критику. Например, уже в 1999 г. он послал сигнал рынкам, что будет поддерживать учетную ставку на очень низком или нулевом уровне до тех пор, пока не исчезнут дефляционные опасения. Подняв ставки по онкольным ссудам в конце 2000 г., он подорвал общественное доверие к этому обещанию. Вновь снизив процентную ставку лишь месяц спустя, он подорвал свою профессиональную репутацию. Такой нерешительный курс был результатом попытки достичь компромисса между стремлением избежать впечатления в обществе, что банк поддается давлению, уменьшить накал критики в свой адрес по поводу якобы пассивной политики и поддержанием профессионального уровня, исходя из долгосрочных соображений. Если взглянуть на все это по прошествии четырех–пяти лет, то окажется, что Банк Японии серьезно просчитался в отношении экономических результатов своей политики, а также оценки общественностью своего нерешительного и невнятного курса.

### Действия Банка Японии при новом руководстве

Хотя управляющий Банка Японии Хаяма никогда не реагировал на требования покинуть свой пост и не было возможности отстранить его, в начале 2003 г. наступил конец пятилетнего срока его пребывания в должности. Кто должен был прийти ему на смену? На открытую вакансию в качестве кандидата от правительства был выдвинут Фукуи Тосисихо, и в марте он стал управляющим. Перед этим Фукуи был президентом Института исследований частного сектора, а прежде длительное время работал в Банке Японии, занимая различные руководящие посты, что давало ему основания возглавить это учреждение. Помимо Фукуи, были также назначены два новых заместителя управляющего, так что можно было говорить о новой руководящей команде. Одним из них был Муто Тосиро, который ранее служил в министерстве финансов. Хотя может показаться странным, что министерство финансов, влияние которого уменьшилось в связи с обретением независимости Банком Японии, направило своего сотрудника на должность одного из заместителей управляющего, с профессиональной точки зрения это можно считать оправданным. Ведь, помимо прочих функций, Банк Японии исполняет и роль банкира правительства Японии. Более того, покупка государственных облигаций стала важной сферой деятельности Банка Японии. Таким образом, направление в руководство банка хотя бы одного человека, который хорошо разбирается в этом предмете, было вполне естественным. Вторым заместителем управляющего стал Ивата Кудзамаса, ученый, экономист, который занимал различные правительственные посты, в частности, в сфере экономического планирования.

Почти сразу же, в конце 2003 г., руководство Банка Японии сформулировало новый курс действий. Главными его элементами стали следующие. Во-первых, Банк взял курс на поощрение кредитно-денежной экспансии, что означало отказ от позиции прежнего управляющего Хаяма, который настаивал на том, что прежде, чем предпринимать любые попытки «безответственной» либерализации, необходимо осуществить коренную структурную реформу. Во-вторых, Банк поставил ряд конкретных задач в области инфляции: кредитно-денежная политика должна быть направлена на смягчение количественных ограничений до тех пор, пока индекс потребительских цен не установится на нулевом уровне или не превысит его, причем такая тенденция должна сохраняться, по крайней мере, в течение нескольких месяцев [8, 2003b]<sup>13</sup>. В-третьих, банк намеревался существенно повысить размеры резервных депозитов коммерческих банков в Банке Японии с тем,

<sup>13</sup> Полное заявление см.: [БЯ 2003b].

чтобы увеличить количество наличных денег. Более того, он занял позитивную позицию в отношении использования других мер, таких, как увеличение покупок государственных облигаций, а также ценных бумаг с подтвержденными активами частного сектора. Уже в марте/апреле 2003 г. Банк Японии поднял текущие балансовые счета банков с 15–20 трлн. до 17–22 трлн. иен (к январю 2004 г. они достигли 30–35 трлн. иен [7, 2004, р. 2–3]). Кроме того, Банк Японии больше не настаивал на сдерживании валютной интервенции (т. е. покупки долларов), которые он прежде осуществлял как агент министерства финансов<sup>14</sup>.

Эти изменения были одобрены почти всем (международным) финансовым сообществом. В характерной статье в лондонском журнале «Экономист» [11, 2004] Фукуи был представлен читателю как, возможно, лучший руководитель центробанка в мире, в то время как его предшественник Хаяма характеризовался как худший. Тем временем в начале 2003 г. японская экономика и фондовый рынок действительно пошли на поправку. Следует отметить, что большую роль в этих переменах сыграло еще одно политическое событие. К концу 2002/03 фин. г., 31 марта 2003 г., отношение собственного капитала к активам банков (RESONA) упало ниже критического уровня 4%. Правительство ответило на это «впрыскиванием» капитала и де-факто национализацией под контролем АФС. Однако было неясно, является ли это «обычным», стандартным видом поддержки, а именно затыканием образующихся дыр деньгами налогоплательщиков, или же АФС полагало, что действительно нужны серьезные меры по улучшению показателя RESONA. Между тем финансовые рынки отреагировали на все это положительно. С учетом изменений в Банке Японии, казалось, что Япония преодолела инерцию и может извлечь выгоду из растущего спроса в Китае, Америке и других регионах мира. В то время как на фондовом рынке индекс Никкэй достиг самого низкого за 20 лет показателя – менее 8 тыс. пунктов, на финансовых рынках пессимистов, продававших ценные бумаги, было совсем немного, и это позволило рынку постепенно восстановиться.

Адам Посен, исследователь из Вашингтонского института международной экономики, был одним из самых активных сторонников тезиса о том, что экономические трудности Японии в 90-х годах были вызваны не структурными проблемами, а неправильной и нерешительной макроэкономической политикой [21, 1998]. А после недавних экономических успехов он с триумфом заявил, что был прав [22, 2004].

Как же было достигнуто это очевидное международное признание? В то время как готовность Муго и Ивата следовать кредитно-денежной

<sup>14</sup> Главная проблема 2003/2004 годов заключалась в сильной иене; ее ослабление путем покупки долларов могло легко привести к увеличению количества наличных иен.

стратегии, отвечающей пожеланиям правительства, была вполне понятна, «мягкость» Фукуи была неожиданной и удивительной, по крайней мере, для общественности. Действительно, зимой 2002/2003 г. он сделал несколько довольно жестких заявлений о необходимости структурных изменений. И, конечно, он был старым сотрудником Банка Японии, поэтому можно было ожидать, что он будет жестко отстаивать вновь обретенную независимость банка. Однако именно эта самая репутация старого сотрудника Банка Японии и позволила ему переключиться на более проправительственную политику, не потеряв при этом лица. Такое иногда случается, когда люди рассчитывают на поддержку общественного мнения. Так, например, среди всех американских президентов лишь сторонник жесткой линии и антикоммунист Ричард Никсон мог позволить себе установить дипломатические отношения с Китайской Народной Республикой в начале 70-х годов. Аналогично, именно бюрократ Банка Японии с непоколебимой репутацией жесткого сторонника независимости своего ведомства мог позволить себе смягчить кредитно-денежную политику. Благодаря этим особым обстоятельствам Банк Японии не только не подорвал свою репутацию из-за нетрадиционных шагов, но даже укрепил ее.

На самом деле, ничто так не способствует успеху, как сам успех. С теоретической точки зрения правительство в начале 2003 г. сделало одну из самых худших вещей, которую оно могло сделать, чтобы подорвать репутацию учреждения, всего лишь пять лет работавшего независимо: оно назначило новое руководство, которое почти сразу же изменило политику и стало следовать правительственной линии. Это привело к рискованной политике «безответственной кредитно-денежной экспансии», которая проводилась в малоизученной дефляционной ситуации. Тем не менее, такая политика привела к успеху, по крайней мере, на данный момент. Ситуация на фондовом рынке улучшается, экспорт увеличился, прибыли растут, и это позволило банкам и компаниям значительно снизить задолженность. Даже если обстановка опять осложнится, то сработает эффект запаздывания: поскольку предпринимательский сектор сократил свою задолженность, он сможет перенести ухудшение экономической ситуации легче, чем прежде.

### Результаты анализа деятельности Банка Японии

Подводя итоги, попробуем ответить на вопрос, зачем понадобилась реформа Банка Японии и как ее следует оценивать. Мы отмечали, что предоставление ему независимости нельзя объяснить проблемами инфляции, как это можно было бы предположить, исходя из обширной литературы о реформах центральных банков. В конце 90-х годов



ситуация в Японии, напротив, характеризовалась опасениями неминуемой дефляции, и независимость центрального банка не могла рассматриваться как способ решения этой проблемы. В то же время существовали политические причины, побуждавшие к тому, чтобы создать видимость серьезных реформ [10, 2004], подобных созданию Агентства финансовой службы. Чтобы возложить на кого-то вину за экономические неудачи и продемонстрировать активность, были ограничены полномочия министерства финансов путем создания АФС и предоставления независимости Банку Японии.

С самого начала придания новых полномочий банку в 1998 г. правительство дало понять, что оно намерено сохранить свое влияние на выработку кредитно-денежной политики, оказывая давление на банк с тем, чтобы он осуществлял дальнейшую финансовую либерализацию. Оно не приняло стратегию управляющего Хаяма, который был согласен на проведение рискованной инфляционной политики в том случае, если бы предпринимались и более серьезные и болезненные экономические реформы. И правительство использовало первую же возможность сменить руководство центрального банка. Видимо, никогда не удастся точно узнать, оказывало ли правительство давление на кандидатов, чтобы они следовали проправительственному курсу, однако очевидно, что новое руководство Банка Японии с момента своего назначения действовало именно так.

Общественное мнение не критиковало новое руководство за то, что оно следовало правительственной линии. Напротив, оно критиковало прежнее руководство 1998–2003 гг. за его независимую стратегию, хотя Хаяма и его коллеги действовали строго в рамках своих законных полномочий. Изменение политики в 2003 г. прошло успешно, ситуация в экономике улучшилась, однако неясно, произошло ли это улучшение в результате целенаправленных действий или в связи с благоприятными внешними условиями.

Была ли «независимость» в данном случае положительным фактором? Вряд ли. Правительство на самом деле пыталось подорвать эту независимость, которую оно ввело ради краткосрочных целей оздоровления экономики. Возникает вопрос – является ли независимость сама по себе лекарством? В данном случае существенными представляются три фактора. Во-первых, общественное давление обычно направлено на то, чтобы контролировать правительство. Для этого общественность должна иметь ясное представление о происходящих процессах и быть заинтересованной в защите независимости центрального банка. В этом смысле до 2003 г. у Банка Японии было мало защитников. Общественность не интересовала его автономия как таковая, а только как инструмент улучшения экономической ситуации. Кроме того, было

совершенно непонятно, какая именно политика даст наилучший результат. Иными словами, даже если рядовые исполнители старались действовать в интересах доверителей (и в рамках политики независимости), их политика была непоследовательной. Причиной этого служили: (а) нехватка информации и (б) недостаток интереса в обществе к защите «власти закона».

Во-вторых, нехватка информации сыграла свою роль и в том, что касается раскрытия случаев незаконного вмешательства правительства. Вряд ли можно точно выяснить, как правительство отбирало кандидатов на руководящие посты в Банк Японии в 2003 г. Существуют самые разнообразные взаимосвязи между правительством, в частности министерством финансов, и Банком Японии, начиная от официального представления позиции кабинета на заседаниях правления (Статьи 4-я и 19-я Закона о Банке Японии), и кончая огромным числом неформальных консультаций (*содан*). Хотя Банк действительно пытался сделать свою деятельность более прозрачной [8, 2003b], эти попытки никогда не распространялись на сферу личных связей и отношений. Пока существуют веские причины для таких взаимоотношений, – а исполнение своих законных функций министерством финансов, АФС и Банком Японии не может происходить при их изоляции друг от друга – эти отношения будут продолжаться.

В-третьих, контролер имел возможность действовать благодаря благоприятным внешним обстоятельствам, но такая ситуация может больше и не повториться. В то же время автономность деятельности представителя в этой сфере была серьезно подорвана.

### Результаты анализа в контексте других реформ

Мы выбрали реформу Банка Японии в качестве примера для изучения процесса перехода к «власти закона» в различных сферах японской политики. Какие выводы мы можем сделать в связи с этим? Во-первых, нужно иметь в виду цели реформ. В различных сферах политики провозглашаются различные цели, в том числе и связанные с повышением результативности. Когда организуется партнерство между государством и частным сектором [17, 2004], часто приводится аргумент, что это будет более прозрачная схема, чем поручение определенной задачи правительственному учреждению, и что в результате произойдет повышение эффективности и отчетности. Однако, исходя из примера с Банком Японии, можно выдвинуть и другую точку зрения: партнерство между государством и частным сектором предоставляет правительству возможность осуществлять косвенное влияние в некоторых сферах, не неся при этом прямой ответственности за негативные последствия и риски.

Еще одним политико-экономическим объяснением усиления режима «власти закона» может служить то, что правительство из-за риска потерпеть поражение на предстоящих выборах может захотеть изолировать некоторые сферы политики от своих вероятных преемников. Если эти сферы станут «независимыми», то новому правительству будет сложно проводить в этих сферах новую политику. Этот аргумент уже рассматривался при анализе мотивов правительства по введению независимого судопроизводства [17, 1975], а автор данной главы [19, 2005] попытался применить его к анализу недавней реформы судопроизводства в Японии. В случае реформы Банка Японии, этот аргумент кажется притянутым за уши<sup>15</sup>. Тем не менее, ситуация с Банком Японии показывает, что политико-экономический интерес субъектов политики может быть крайне важным для понимания движения к «власти закона» в различных областях японской политики.

Во-вторых, вновь затронем вопрос информационной недостаточности и напомним, при каких условиях режим «власти закона» является особенно уместным.

1. Цели ясны.
2. Их достижение может быть четко проверено.
3. Побочные эффекты не представляются существенными.
4. Правила касаются деятельности, которую можно четко проверить.
5. Другие действия, которые правила не охватывают, не играют роли.
6. Доверители находят подходящие условия для надзора за контролерами (система выборов предлагает рычаги воздействия; вопросы ясны для понимания; доверители могут объединяться в группы по интересам; и т. д.).

На первый взгляд, реформа центрального банка представляется вполне отвечающей этим условиям: (1) цель ясна (стабильность цен); (2) ее достижение может быть четко проверено (статистика движения цен); (4) существуют четкие правила контроля над деятельностью центрального банка. При ближайшем рассмотрении, однако, возникают проблемы. Могут возникнуть серьезные побочные эффекты в плане экономического роста (3), особенно в малоизученной дефляционной ситуации в конце 90-х годов; существенную роль могут играть неформальные контакты (5), особенно в условиях Японии с ее приверженностью к неформальным отношениям внутри системы. Более

<sup>15</sup> Идея состоит в том, что Либерально-демократическая партия (ЛДП) хочет попытаться ограничить влияние будущего правительства, которое может быть неподконтрольно ЛДП, на министерство финансов и косвенно на денежную политику Банка Японии. Краткое правление кабинета Хосокава в 1993–1994 гг., неподконтрольного ЛДП, показало, однако, насколько трудно любой политической силе контролировать министерство финансов.

того, контроль со стороны доверителей затруднен (6), поскольку финансовые механизмы слишком удалены от их повседневного опыта и знаний.

Может создаться впечатление, что правительство осуществляло реформу центрального банка, исходя из своих корыстных политико-экономических соображений, намереваясь использовать недостатки по пунктам (3), (5) и (6). При этом оно следовало международной моде на создание независимых центральных банков (создание Европейского центрального банка – наиболее известный пример), что позволило ему замаскировать свои подлинные мотивы.

Мы можем предположить, что и в других сферах политики могут применяться подобные механизмы. Является ли введение партнерства между государством и частным предпринимательством следованием моде по созданию маленьких правительств или же оно используется для того, чтобы замаскировать вмешательство правительства и позволить ему избежать проверки со стороны доверителя (=электората)? Здесь мы можем лишь поставить этот вопрос.

В-третьих, в процессе реформирования Банка Японии важно было то, что общественность была заинтересована не в защите независимости центрального банка как таковой, а лишь в результатах его деятельности. Так, при руководстве Хаяма Банк Японии подвергался критике, хотя он защищал свою автономию, а при Фукуи, будучи экономически успешным, пользовался популярностью, хотя его «независимость» весьма сомнительна. Как иностранные представители, включая влиятельных международных финансистов, так и представители японских деловых кругов принимали лишь конкретные краткосрочные достижения, а не долгосрочные соображения необходимости поддержания независимости субъектов экономики. Часто говорят, что японцы отдают предпочтение не принципам, а прагматическим оценкам ситуации<sup>16</sup>. Если это так, то это серьезная проблема для любой реформы, основанной на защите автономии даже при неблагоприятных условиях.

В-четвертых, в то время как японское правительство предстает из нашего анализа как особо хитрый субъект, эксплуатирующий недостаточность информации и международную моду с целью получить определенные преимущества, нельзя не отметить, что оно порой допускает серьезные просчеты в оценке событий. Например, первые пять лет существования «нового» Банка Японии со строптивым управляющим Хаяма определенно были ударом для кабинета. Возможно, хитрое правительство перехитрило само себя? Как мы видим,

<sup>16</sup> Более подробно роль культуры в политике экономической реформы см. [20, 2002].

ставка на установление формальной независимости может оказаться рискованной. Почему? В случае с Банком Японии критически важным фактором стала расплывчивость представлений о репутации, в то время как репутация должна быть предметом особой заботы руководства любой формально независимой организации. Меры по укреплению репутации зависят от конкретной ситуации и общественного мнения, и тут может возникнуть конфликт между различными целями. Даже в таком структурированном обществе, каким является Япония, часто оказывается невозможным для контролера (=правительства) влиять на формально независимых исполнителей нижнего уровня. Позволят ли это в дальнейшем независимым учреждениям освободиться от влияния правительства? Позволят ли это им в будущем полностью реализовать свой потенциал независимости? Смогут ли они служить обществу, в меньшей степени полагаясь на традиционные отношения с государством? Ответ на эти вызовы даст время.

### Использованная литература

1. *Akai Noburo*. Докурицу гёсэй ходзин сисутэму-но кэйдай рирон (Экономическая теория системы независимых административных учреждений). – Файнансянару рэбю. 2003, January, p. 151–171.
2. Атарасий Нихон гинко – соно кино то дзимму (Новый банк Японии – его функции и деятельность). Bank of Japan, Financial Research Institute, Токуо, 2000.
3. *Канэгаэ Цуёси*. Атарасий Нихон гинко (Новый банк Японии). Нагоя, университет Тюкё, 1999.
4. Сэйкацу исики ни кансуру тёса дай Тюкан дзинин мокухё оёби сокуин-но тэйдо ни цуйтё (Цели среднего звена и позиция подчиненных). Bank of Japan, 29.10. 1999. – <http://www.boj.or.jp/about/99/un9910b.htm>, accessed 10. 09. 2003.
5. *Хигаситани Сатоси*. Кинъютё га туюё кигё о цубусу (Агентство финансовых услуг разрушает мелкие и средние предприятия). Токио, 2000.
6. 16-кай кэкка (Результаты 16-го обследования по вопросам жизни населения). Bank of Japan, Information Services Bureau, 2003 (2003a). April
7. BoJ (Bank of Japan). Bank of Japan Statistics, downloaded from –<http://www.boj.or.jp/en/stat/sk/data/skeall.pdf>, accessed 20.12. 2004.
8. BoJ (Bank of Japan). Enhancement of Monetary Policy Transparency, Monetary Policy Meetings, 10. 10. 2003 (2003b), downloaded from – <http://www.boj.or.jp/en/seisaku/03/pb/k031010b.htm>, accessed in December 2004.
9. *Brock Stefan*. Die Diskussion um die Autonomie einer Notenbank am Beispiel der japanischen Zentralbank, Diplom Thesis in East Asian Economic Studies. Duisburg University, 1998.
10. *Dwyer Jennifer Holt*. Explaining Central Bank Reform in Japan. – Social Science Japan Journal. Vol. 7, 2004, No. 2, p. 245–262.
11. Economist, The Toshihiko Goldilocks, 12.02. 2004. –[http://www.economist.com/displaystory.cmf?story\\_id=2429154](http://www.economist.com/displaystory.cmf?story_id=2429154), accessed in December 2004.

12. *Eiffinger Sylvester* (ed.). Independent Central Banks and Economic Performance, Cheltenham and Lyme. E. Elgar, 1997.
13. *Krugman Paul*. It's back: Japan's Slump and Return of the Liquidity Trap. – Brookings Papers on Economic Activity, 1998, No. 2, p. 137–205.
14. *Laffont Jean-Jacques*. Incentives and Political Economy. Oxford et al., Oxford University Press, 2000.
15. *Landes William M. und Richard A. Posner*. The Independent Judiciary in an Interest-Group Perspective – Journal of Law and Economics, Vol. 18, 1975, No. 3, p. 875–901.
16. *Lippi Francesco*. Central Bank Independence, Targets and Credibility, Cheltenham/Northampton. E. Elgar, 1999.
17. *Meierhans Ingo*. Die ökonomische Bedeutung des Dritten Sektors in Japan. – Japan aktuell, 2004, December, p. 479–489.
18. *Okina Kunio*. Monetary Policy under Zero Inflation: A Response to Criticism and Questions Regarding Monetary Policy. – Monetary and Economic Studies, ed. by the Bank of Japan. 1999, December, p. 157–188.
19. *Pascha Werner*. Die Rolle der «rule of law» in den Wirtschaftsverfassungen Japans und Südkoreas. – *Werner Pascha and Cornelia Storz* (eds). Wirkung und Wandel von Institutionen – Das Beispiel Ostasien (working title). Stuttgart: Lucius+Lucius, will appear in 2005.
20. *Pascha Werner*. Wirtschaftspolitische Reformen in Japan – Kultur als Hemmschuh? – *Thomas Eger* (ed.): Kulturelle Pragungen wirtschaftlicher Institutionen und wirtschaftspolitischer Reformen, Schriften des Vereins für Socialpolitik N.F., Bank 291, Berlin, 2002, p. 189–214.
21. *Posen Adam*. Restoring Japan's Economic Growth. Washington, Institute for International Economics, 1998.
22. *Posen Adam*. What Went Right in Japan, Policy Brief in International Economics, Washington, Institute for International Economics, 2004, November, No. PB 4–6. – <http://www.iie.com/publications/pb/pb04-6.pdf>, accessed in January 2005.
23. *Rhodes James*. Japan's Economic Stagnation – Interrogating the Monetary Policy Suspects, Paper Prepared for the Pan-Pacific Conference. Shanghai, 23–30.05.2003.
24. *Rhodes James and Naoyuki Yoshino*. Window Guidance by the Bank of Japan: Was Lending Controlled? – Contemporary Economic Policy. Vol. 17, 1999, April, No. 2, p. 166–176.
25. *Tirole J*. Hierarchies and Bureaucracies: On the Role of Collusion in Organizations. – Journal of Law, Economics and Organization, 1986, p. 181–214.
26. ZBW (Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften in Deutschland, Kiel). Deflation: Theoretical Aspects and Empirical Findings, ECONIS-select, January 2005. – [http://www.unikiel.de/1fW/zbw/dienstleist/econselect/pdf/za\\_deflation.pdf](http://www.unikiel.de/1fW/zbw/dienstleist/econselect/pdf/za_deflation.pdf), accessed in January 2005.

## ГЛАВА ТРЕТЬЯ

### МЕЛКИЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ЯПОНИИ: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Закон о мелких и средних предприятиях, согласно поправкам, внесенным в 1999 г., относит к этой категории следующие виды предприятий: в добывающей и обрабатывающей промышленности, на транспорте, в строительстве и связи – с числом занятых не более 300 человек или размерами капитала до 300 млн. иен; в оптовой торговле – с числом занятых не более 100 человек или размерами капитала до 100 млн. иен; в розничной торговле и сфере услуг – с числом занятых соответственно не более 50 человек и не более 100 человек или размерами капитала не более 50 млн. иен<sup>1</sup>.

Занимая определенные ниши в сложной структуре японской экономики (прежде всего, те, где наиболее важными факторами конкурентоспособности оказываются быстрота реакции на изменение спроса, гибкость и подвижность организационных структур, близость к потребителю и т.д.), мелкие и средние предприятия Японии производят весьма значительную часть товаров и услуг. В целом на их долю приходится более 55% ВВП страны, в том числе в обрабатывающей промышленности – около 52%, в оптовой торговле – около 60%, в розничной торговле – около 80% и т. д.<sup>2</sup>

Эти данные одновременно свидетельствуют о том, насколько важной частью японского общества являются мелкие и средние предприниматели. Ведь они приводят в движение более половины экономики и промышленности страны, являющейся второй по экономической мощи державой мира.

В стабильном и достаточно однородном японском обществе указанный слой выделяется своей нестабильностью и крайней пестротой состава.

По данным японской статистики, в настоящее время в стране насчитывается около 5620 тыс. мелких и средних предпринимателей

(без учета лиц, занятых в сельском, лесном хозяйстве и рыболовстве), что составляет 8,6% численности самодеятельного населения. Хотя на протяжении последних 15 лет общая численность этого слоя оставалась практически стабильной, его состав постоянно меняется – одни предприниматели разоряются и уходят из бизнеса, другие, напротив, открывают дело, чтобы попробовать свои силы в бизнесе.

О том, насколько интенсивны процессы обновления в слое мелких и средних предпринимателей, можно судить по приведенным ниже данным о коэффициентах открытия и закрытия бизнеса. Первый коэффициент представляет собой частное от деления числа вновь созданных за год предприятий на число существовавших на начало года, а второй – частное от деления числа закрывшихся за год предприятий на число действовавших на начало года. В 1966–1999 гг. динамика этих показателей выглядела следующим образом (%) <sup>3</sup>:

| Период    | Коэффициент открытия бизнеса | Коэффициент закрытия бизнеса |
|-----------|------------------------------|------------------------------|
| 1966–1969 | 6,5                          | 3,2                          |
| 1969–1972 | 7,0                          | 3,8                          |
| 1972–1975 | 6,1                          | 4,1                          |
| 1975–1978 | 6,2                          | 3,4                          |
| 1978–1981 | 6,1                          | 3,8                          |
| 1981–1985 | 4,7                          | 4,0                          |
| 1985–1989 | 4,2                          | 3,6                          |
| 1989–1991 | 4,1                          | 4,1                          |
| 1991–1994 | 4,6                          | 4,7                          |
| 1994–1996 | 3,7                          | 3,8                          |

Как показывают приведенные данные, обычно коэффициент открытия несколько превышает коэффициент закрытия бизнеса. Однако в период депрессии 90-х годов эти показатели сблизились, а к концу десятилетия впервые за всю послевоенную историю последний даже несколько превысил первый. В этот период ежегодно бизнес покидали 200–300 тыс. человек, а открывали дело несколько меньше – 200–250 тыс. человек. Правда, следует иметь в виду, что далеко не все неудачливые предприниматели навсегда уходят из бизнеса. По данным одного из обследований, около 40% из них через какое-то время вновь решают вернуться в бизнес. Они рассматривают приобретенный опыт как весьма полезный в плане неповторения прежних ошибок.

<sup>1</sup> [http://www.chusho.meti.go.jp/2002/08\\_kihonhou](http://www.chusho.meti.go.jp/2002/08_kihonhou)

<sup>2</sup> Нихон токэй нэнкан 2000–2001.

<sup>3</sup> White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan. Tokyo., 1999, с.94; <http://www.jasmeq.go.jp/02/12/08>

Среди создателей новых предприятий на эту категорию приходится 40–50%. Что касается «новичков», то примерно половина из них – работники крупных компаний, за ними следуют работники мелких и средних предприятий (около 40%), а оставшаяся часть – люди самых разных категорий: домохозяйки, пенсионеры, студенты, школьники старших классов и т. д.<sup>4</sup>

Надо отметить, что резерв пополнения рядов мелких и средних предпринимателей весьма значителен: ежегодно о желании открыть свое дело заявляют более 1 млн. японцев. Причем в период депрессии их число не только не уменьшилось, но даже несколько возросло (примерно до 1,2 – 1,3 млн. человек)<sup>5</sup>. Правда, реализовать это желание удастся далеко не всем: как свидетельствуют приведенные выше данные, лишь 15–20% желающих открыть дело могут осуществить свои планы.

Что касается состава мелких и средних предпринимателей, то он отличается невероятной пестротой и разнообразием, как, собственно, и состав самого малого бизнеса, который можно представить как конгломерат фирм, резко различающихся между собой с точки зрения размеров, форм организации предпринимательской деятельности, направлений специализации, уровня техники и технологии, показателей рентабельности и производительности труда и т. д. Опираясь на данные статистических обследований, которые регулярно проводятся по линии министерства общих дел, министерства труда и благосостояния, а также Управления мелких и средних предприятий, можно дать общую характеристику мелкого и среднего предпринимательства.

Остановимся вначале на половозрастной характеристике слоя мелких и средних предпринимателей. Основную его массу составляют мужчины – на них приходится почти 70% (3908 тыс. человек), а на женщин – примерно 30% (1717 тыс. человек). Средний возраст предпринимателей весьма солидный – около 56 лет, при этом женщины в среднем несколько моложе мужчин (соответственно 54,5 года и 56,5 лет).

Столь высокие средние показатели объясняются абсолютным преобладанием среди владельцев мелких и средних предприятий людей среднего и старшего возрастов. Так, среди мужчин более 40% составляют лица в возрасте от 40 до 59 лет, а свыше 36% – в возрасте от 60 до 75 лет. Среди женщин на аналогичные возрастные группы приходится соответственно около 45% и свыше 30%. Обращает также на себя внимание тот факт, что бизнесом в Японии занимаются и люди, находящиеся в весьма преклонном возрасте: около 8% предпринимателей (мужчин и женщин) в возрасте старше 75 лет.

<sup>4</sup> Японский опыт для российских реформ. 2004, вып. 2, с. 40–41.

<sup>5</sup> Там же, с. 39.

Напротив, молодые возрастные категории занимают в структуре японского предпринимательства весьма скромные позиции: на группу в возрасте от 15 до 24 лет приходится менее 1% (у мужчин – 0,7%, у женщин – 1,5%), а на группу в возрасте от 25 до 39 лет – около 13% (у мужчин – 12%, а у женщин – 16,1%).

Общее представление о половозрастной структуре мелких и средних предпринимателей Японии дает таблица 1.

Интересно отметить, что половозрастная структура начинающих дело предпринимателей (включая как «новичков», так и тех, кто повторно возвратился в бизнес) существенно отличается от структуры, приведенной в таблице. Так, на долю лиц в возрасте до 40 лет приходится почти половина общего числа новых предпринимателей, в том числе 25% – на долю молодежи в возрасте до 30 лет. Люди среднего возраста (от 40 до 60 лет) составляют в этой категории немногим более трети, а те, кому перевалило за 60 – около 14%. Кроме того, в последние годы среди создателей новых предприятий заметно повысилась доля женщин – сейчас она составляет уже более 40%<sup>6</sup>. Исходя из этого, можно ожидать, что в будущем состав мелких и средних предпринимателей Японии изменится в сторону некоторого омоложения и повышения доли женщин, хотя понятно, что до появления статистически значимых изменений пройдет достаточно долгое время.

Таблица 1  
Половозрастной состав  
мелких и средних предпринимателей Японии\*  
(тыс. человек, в скобках – доля группы, %)

| Возрастные группы | Всего          | Мужчины        | Женщины        |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| 15–24             | 63,9 (0,9)     | 36,7 (0,7)     | 27,3 (1,5)     |
| 25–39             | 921,7 (13,0)   | 619,9 (12,0)   | 302,0 (16,1)   |
| 40–59             | 3046,6 (43,3)  | 2216,3 (42,9)  | 830,2 (44,3)   |
| 60–75             | 2449,1 (34,8)  | 1878,3 (36,4)  | 570,7 (30,5)   |
| Свыше 75          | 559,1 (8,0)    | 415,8 (8,0)    | 143,2 (7,6)    |
| Всего             | 7040,4 (100,0) | 5167,0 (100,0) | 1873,4 (100,0) |

\* Гёгё кодзо кихон тёса нэмпо. 2004, с. 108–113. С учетом лиц, занятых в первичных отраслях.

Вместе с тем следует иметь в виду, что далеко не все те, кого японская статистика относит к категории мелких и средних предпри-

<sup>6</sup> <http://www.jasmec.go.jp/02/12/08>

нимателей (объединяя их понятием «самозанятые»), являются предпринимателями как таковыми. Среди них можно обнаружить самые разные типы предпринимателей – от кустарей-одиночек до полноценных капиталистов, при этом основным критерием для выделения этих типов служит то, в каких формах они организуют свой бизнес.

При всем многообразии с точки зрения формы предпринимательства мелкие и средние предприятия делятся на следующие группы:

- полноценные капиталистические предприятия;
- предприятия семейного типа, занимающиеся тем или иным видом производства как бизнесом;
- предприятия семейного типа, ориентированные на тот или иной вид деятельности как на основное занятие для членов семьи;
- предприятия семейного типа, чья деятельность для членов семьи является подсобным или побочным занятием.

Полноценные предприятия используют наемную рабочую силу и ставят своей целью увеличение прибыли. По размерам они могут быть и мелкими и средними, а по форме организации в массе своей являются корпорациями. Нельзя сказать, что все они стремятся к безграничному расширению производства и накоплению капитала. Стимулы предпринимательства здесь самые разные, и возможности роста предприятий также различны. Здесь можно встретить фирмы, чьи владельцы довольно часто направляют всю прибыль на увеличение личного богатства своей семьи и накопления капитала не производят. И, наоборот, есть немало предприятий, чьи владельцы стремятся в первую очередь к максимально возможному увеличению капитала и росту производства.

Предприятия второго типа – семейные фирмы, ориентированные на предпринимательство, – ведут экономические счета как полноценные предприятия, четко разделяя семейный бюджет и счета собственно предприятия. Они функционируют ради получения прибыли, вознаграждая при этом за труд и членов семьи. Многие предприятия этой группы осуществляют накопление капитала и расширение производства, но среди них есть немало и таких, чьи владельцы рассматривают свой бизнес, прежде всего, как источник увеличения личного богатства своей семьи и довольно часто используют прибыль именно для этих целей. Некоторые из них привлекают работников со стороны, другие обходятся собственными силами. Многие предприятия этой группы со временем превращаются в полноценные капиталистические фирмы.

Семейные предприятия, ориентированные на определенный вид деятельности как на основное занятие для членов семьи, также управляются семьей как субъектом экономической деятельности. Однако в этой группе нет четкого разграничения между прибылью и заработной

платой, предпринимательскими счетами и семейным бюджетом, а целью предпринимательства является увеличение семейных доходов за счет организации какого-либо дела. Тем не менее, и здесь на многих предприятиях периодически происходит накопление капитала и расширение масштабов производства. Сферы деятельности предприятий этой группы чрезвычайно разнообразны, а их состав с точки зрения величины доходов, масштабов бизнеса, уровня техники и технологии производства и т. д. отличается крайней пестротой.

Наконец, четвертая группа – семейные предприятия, чья деятельность является для членов семьи побочным или подсобным занятием. Их цель – получение дополнительных доходов для пополнения бюджета семьи. Организация такого рода деятельности довольно проста и не требует больших затрат, масштабы бизнеса весьма незначительны, а семейный бюджет и предпринимательские счета, как и на предприятиях предыдущей группы, по существу, не разделяются. В этой группе в отличие от других случаев накопления капитала и расширения производства практически не наблюдается<sup>7</sup>.

Даже по приведенной классификации можно судить о том, насколько многообразен состав мелких и средних предпринимателей Японии с точки зрения мотивов и целей предпринимательства, стимулов к расширению дела, подходов к организации бизнеса, масштабов деятельности и т. д. Среди них есть как полноценные капиталисты, по существу, ничем не отличающиеся от владельцев крупных компаний, так и те, кого предпринимателями можно назвать лишь с большой долей условности. Кроме того, следует иметь в виду, что к мелким и средним предпринимателям японская статистика относит и так называемых индивидуальных производителей, т. е. тех, кто по индивидуальным контрактам или заказам выполняет определенные виды работы на дому, самостоятельно определяя режим труда, объем выполняемой работы и т. д.

Разумеется, никакие статистические обследования не могут адекватно отразить огромное разнообразие состава слоя мелких и средних предпринимателей Японии с точки зрения форм, в которых они организуют свой бизнес. Обычно при таких обследованиях выделяется минимальное число категорий, а основанием для их выделения служат самые простые и очевидные критерии. Так, в использованных нами статистических материалах представлены три категории предпринимателей: использующие наемную рабочую силу, не использующие наемную рабочую силу и индивидуальные производители. Очевидно, что первая категория представлена главным образом владельцами

<sup>7</sup> *Киёнари Тадао*. Тюсё кигё (Мелкие и средние предприятия). Токио, 1985, с. 31–34.

полноценных капиталистических предприятий, а также семейных фирм, ориентированных на предпринимательство. Вторая категория – это главным образом владельцы семейных фирм, ориентированных на определенный вид деятельности как на основное занятие членов семьи, а также фирм, чей бизнес является для членов семьи лишь дополнительным видом деятельности и дополнительным источником дохода.

По данным японской статистики, среди 5620 тыс. мелких и средних предпринимателей страны к первой категории относятся 1668,5 тыс. человек (29,7%), ко второй – 3627,5 тыс. (64,5%), а индивидуальными производителями являются 328,9 тыс. человек (0,8%). При этом можно обнаружить довольно существенные отличия между мужским и женским предпринимательством.

Так, если из 3908 тыс. предпринимателей–мужчин 1361 тыс., или почти 35%, владеют предприятиями, нанимающими рабочую силу со стороны, то среди женщин на эту категорию приходится всего лишь около 18% (307 тыс. из 1717 тыс. человек.). В то же время, если среди женщин индивидуальных производителей насчитывается столько же, сколько и полноценных предпринимателей – 308,2 тыс. человек, или 18%, то среди мужчин – всего лишь 20,7 тыс. человек, или 0,6%. В чем обе группы совпадают, так это в абсолютном преобладании предпринимателей второй категории, т. е. владельцев предприятий, не нанимающих рабочую силу со стороны. Среди мужчин на эту категорию приходится 64,6%, а среди женщин – 64,1%<sup>8</sup>.

Иными словами, среди мужчин стремление к ведению бизнеса в наиболее развитых формах предпринимательства выражено в гораздо большей степени, чем среди женщин. И, наоборот, среди женщин-предпринимателей значительная часть ведет свои дела в наиболее простой форме, т. е. в качестве индивидуальных производителей, в то время как среди мужчин доля этой категории ничтожна.

Рассмотрим направления профессиональной специализации мелких и средних предпринимателей Японии. Как известно, в малом бизнесе обычно владельцы предприятий являются одновременно и высшими управленцами, т. е. людьми, досконально знающими особенности того сегмента экономики, в котором оперирует их предприятие. Поэтому по данным о том, в каких отраслях экономики действуют предприятия, принадлежащие мелким и средним предпринимателям, можно достаточно достоверно судить и о том, каков профессиональный состав последних.

Как показывают приведенные данные, основными областями деятельности мелких и средних предпринимателей Японии являются

<sup>8</sup> Гёгё кодзо кихон тёса нэмпо. 2004, с. 120–125.

сфера услуг, оптовая и розничная торговля, строительство, обрабатывающая промышленность, а также ресторанный и гостиничный бизнес. Причем на уровне отраслевой агрегации, который использован при составлении таблицы 2, значительных расхождений между направлениями специализации мужского и женского предпринимательства не наблюдается.

Таблица 2  
**Направления специализации мелких и средних предпринимателей Японии**  
(тыс. человек, в скобках – % к итогу)

| Отрасль экономики             | Всего          | Мужчины        | Женщины        |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Добывающая промышленность     | 0,6 (0,01)     | 0,6 (0,02)     | –              |
| Строительство                 | 871,0 (15,5)   | 866,1 (22,2)   | 4,9 (0,3)      |
| Обрабатывающая промышленность | 743,5 (13,2)   | 438,1 (11,2)   | 305,4 (17,8)   |
| Связь и информация            | 50,2 (0,9)     | 41,2 (1,1)     | 9,0 (0,5)      |
| Транспорт                     | 172,8 (3,1)    | 169,4 (4,3)    | 3,4 (0,2)      |
| Торговля                      | 1061,5 (18,9)  | 751,7 (19,2)   | 309,8 (18,0)   |
| Финансы, страхование          | 63,7 (1,1)     | 48,3 (1,2)     | 15,4 (0,9)     |
| Операции с недвижимостью      | 182,0 (3,2)    | 115,4 (3,0)    | 66,6 (3,9)     |
| Рестораны, гостиницы          | 570,0 (10,1)   | 326,0 (8,3)    | 244,0 (14,2)   |
| Медицина, социальные услуги   | 228,4 (4,1)    | 190,4 (4,9)    | 38,0 (2,2)     |
| Образование, воспитание       | 289,9 (5,2)    | 69,5 (1,8)     | 220,4 (12,8)   |
| Сфера услуг                   | 1359,3 (24,2)  | 867,7 (22,2)   | 491,6 (28,6)   |
| Прочее                        | 32,0 (0,6)     | 23,6 (0,6)     | 8,4 (0,5)      |
| Все отрасли                   | 5624,9 (100,0) | 3908,0 (100,0) | 1716,9 (100,0) |

\* Гёгё кодзо кихон тёса нэмпо. 2004, с. 120–125.

Исключение составляют следующие моменты: во-первых, значительная доля среди предпринимателей-мужчин тех, кто занимается строительством (при практически полном отсутствии интереса к этой сфере со стороны женщин), и, во-вторых, весьма высокий удельный

вес среди японских женщин-предпринимателей тех, кто занимается бизнесом в сфере образования и воспитания. Однако при более детальном рассмотрении можно обнаружить и целый ряд других различий.

Рассмотрим этот вопрос на примере трех основных сфер специализации малого бизнеса – обрабатывающей промышленности, розничной и оптовой торговли и сферы услуг.

Так, в обрабатывающей промышленности бизнесом занимаются 438 тыс. мужчин и 305 тыс. женщин. При этом наиболее яркой чертой специализации женщин является то, что более 40% из них (около 132 тыс.) имеют дело с производством тканей, одежды и прочих изделий из текстиля. Эти отрасли – традиционные сферы женского бизнеса, вполне естественные с точки зрения возможностей приложения ими своих деловых способностей. Но постепенно женщины проникают и в отрасли, бывшие прежде исключительно вотчиной мужчин, такие как производство разного рода деталей для электроники и электромашиностроения, изделий из пластмасс, различных металлоизделий. Правда, сразу же следует оговориться, что из 305 тыс. женщин, оперирующих в промышленности, более 80% (252,2 тыс.) относятся к категории независимых индивидуальных производителей, т. е. занимаются бизнесом в самых простейших его формах. Так, например, в текстильной промышленности и производстве одежды из 132 тыс. человек 86% (113,8 тыс.) являются индивидуальными производителями. Лишь около 20% оперирующих в промышленности женщин (53,2 тыс.) занимаются бизнесом в качестве владельцев предприятий, при этом  $\frac{3}{4}$  из них не прибегают к найму рабочей силы.

Мужской бизнес в промышленности существенно отличается от женского и по формам организации предпринимательства, и по направлениям специализации. Из 438,1 тыс. предпринимателей-мужчин лишь менее 4% (16,8 тыс.) являются индивидуальными производителями, а абсолютное большинство выступает в качестве владельцев предприятий. Правда, лишь  $\frac{1}{3}$  из них (142,8 тыс. человек) нанимают рабочую силу со стороны, а  $\frac{2}{3}$  (278,5 тыс. человек) обходятся только трудом членов семьи.

Наибольшее число предпринимателей-мужчин занимается производством металлоизделий и металлообработкой (более 80 тыс., или 18%), а также тканей, одежды и текстильных изделий (75,8 тыс., или 17,3%). Среди прочих отраслей следует упомянуть производство мебели, полиграфическую промышленность, пищевую промышленность, производство деталей и компонентов для общего машиностроения и т. д.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Там же, с. 118, 122.

В целом же можно заключить, что мужской бизнес в промышленности и по масштабам, и по широте охвата отраслей, и с точки зрения зрелости форм организации существенно превосходит женский. Иными словами, промышленность – это та сфера экономики, где преобладают предприниматели-мужчины, а женщины в основном лишь дополняют их деятельность.

В сфере торговли, где бизнесом занимаются более 730 тыс. мужчин и около 310 тыс. женщин, сложились следующие особенности предпринимательства. В руках мужчин находится абсолютное большинство предприятий оптовой торговли. Этим бизнесом занимаются 129,5 тыс. мужчин и лишь около 11 тыс. женщин. При этом к найму рабочей силы прибегают 36% мужчин и 44% женщин.

В сфере розничной торговли, прежде всего, обращает на себя внимание тот факт, что и среди мужчин, и среди женщин наибольшее число предпринимателей занимается продажей всевозможных видов продовольствия и напитков. Среди мужчин, оперирующих в розничной торговле, этим бизнесом занято 38% (236,1 тыс. человек), а среди женщин – 42% (124,4 тыс. человек). Другой отраслью, где наряду с мужчинами весьма заметно присутствие женщин, является торговля одеждой, текстилем и всевозможными галантерейными товарами. Этим бизнесом занимаются 65,6 тыс. мужчин (10,5% общего числа оперирующих в розничной торговле) и 43,3 тыс. женщин (14,5%). Но в других отраслях розничной торговли, таких, например, как торговля автомобилями и мотоциклами, мебелью и всевозможной домашней утварью, наблюдается абсолютное преобладание мужчин. Так, продажей автомобилей и мотоциклов занимаются более 78 тыс. мужчин и лишь 1,3 тыс. женщин, а продажей мебели и домашней утвари – 62,8 тыс. мужчин и 13,4 тыс. женщин.

Что же касается форм организации предпринимательства, то хотя здесь различия между мужским и женским бизнесом не столь значительны, как в обрабатывающей промышленности, тем не менее, они весьма показательны. Так, если среди мужчин к найму рабочей силы со стороны прибегают 37%, то среди женщин – всего лишь 18%, т. е. в 2 раза меньше<sup>10</sup>.

Свои особенности имеет мужской и женский бизнес и в такой крупнейшей области действия мелкого и среднего предпринимательства, как сфера услуг. Здесь насчитывается 867,6 тыс. предпринимателей-мужчин и 491,6 тыс. предпринимателей-женщин. Основными направлениями специализации мужского бизнеса являются деловые услуги (335,2 тыс., или 38,6% общего числа занимающихся бизнесом

<sup>10</sup> Там же, с. 120, 124.



в сфере услуг); услуги парикмахерских, салонов красоты, косметических кабинетов, бань и пр. (175 тыс., или 20,1%); услуги по ремонту автомобилей и различного рода техники (102,4 тыс., или 11,8%). Для женского предпринимательства характерны следующие направления специализации: услуги парикмахерских, салонов красоты, косметических кабинетов, бань и пр. (191,5 тыс., или 39% общего числа женщин, оперирующих в сфере услуг); деловые услуги (82,9 тыс., или 17%); услуги химчисток, прачечных и прочих заведений, удовлетворяющих повседневные нужды населения (60,6 тыс., или 12,3%).

Как видно из приведенных данных, по сравнению с мужским бизнесом женское предпринимательство в сфере услуг в гораздо большей степени ориентировано на сферы, связанные с удовлетворением повседневных потребностей населения. Однако, отмечая этот очевидный факт, хотелось бы обратить внимание и на то, что женщины-предприниматели проникли и в такую сложную область, как деловые услуги, т. е. услуги, предоставляемые компаниям, банкам и прочим субъектам экономической деятельности. Они включают информационное обслуживание, консультирование по управленческим, техническим, финансовым и юридическим вопросам, лизинг оборудования, инжиниринг, маркетинг и т. д. Правда, справедливости ради следует заметить, что пока отставание женского бизнеса от мужского в этой области весьма значительно: здесь женщин в 4 раза меньше, чем мужчин.

Что же касается форм организации предпринимательства, то больших различий между женским и мужским бизнесом не наблюдается. И в том и в другом случае подавляющее число предпринимателей являются владельцами семейных фирм, не использующих наемную рабочую силу. Так, среди предпринимателей-мужчин наемный труд используют лишь 27,5%, а среди предпринимателей-женщин – 25%<sup>11</sup>.

Обратимся теперь к еще одной важной характеристике мелкого и среднего предпринимательства – размерам получаемых доходов. Очевидно, что будучи крайне неоднородным по составу с точки зрения масштабов деятельности, форм организации бизнеса, стимулов и целей предпринимательства, слой мелких и средних предпринимателей отличается крайней неоднородностью и с точки зрения уровня доходов.

Довольно широко распространено мнение, что мелкие и средние предприниматели – это один из самых обеспеченных слоев японского общества. Однако в действительности это утверждение можно отнести лишь к довольно узкой прослойке мелкого и среднего предпринимательства, о чем наглядно свидетельствуют данные табл. 3.

<sup>11</sup> Там же.

Таблица 3  
**Уровень доходов владельцев  
мелких и средних предприятий Японии\***,  
иен, тыс. человек; в скобках – доля соответствующей группы, %

| Размеры годового дохода  | Всего          | Мужчины        | Женщины        |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| До 500 тыс.              | 1352,1 (19,4)  | 658,3 (12,9)   | 693,8 (37,4)   |
| От 500 тыс. до 1,49 млн. | 1583,3 (22,7)  | 955,3 (18,7)   | 628,0 (33,8)   |
| От 1,5 млн. до 4,99 млн. | 3019,1 (43,4)  | 2567,9 (50,3)  | 451,2 (24,3)   |
| От 5,0 млн. до 9,9 млн.  | 778,9 (11,2)   | 714,5 (14,0)   | 64,4 (3,5)     |
| От 10 млн. до 14,9 млн.  | 130,2 (1,9)    | 116,7 (2,3)    | 13,5 (0,7)     |
| Свыше 15 млн.            | 99,2 (1,4)     | 92,8 (1,8)     | 6,4 (0,3)      |
| Итого                    | 6962,8 (100,0) | 5105,5 (100,0) | 1857,3 (100,0) |

\* Гёгё кодзо кихон тёса нэмпо. 2004, с. 430-431. Данные включают занятых в первичных отраслях.

Как видно из приведенных данных, значительная доля мелких и средних предпринимателей Японии (42,1%) довольствуется весьма скромными доходами – менее 1,5 млн. иен в год (около 15 тыс. долл.). Еще примерно столько же получают от 1,5 млн. иен до 5 млн. иен в год, что, по японским меркам, также считается весьма небольшой суммой. Лишь крайне незначительная часть владельцев мелких и средних предприятий (3,3%) может быть отнесена к получателям высоких доходов – свыше 10 млн. иен в год (т. е. свыше 100 тыс. долл.).

Разумеется, нельзя проводить прямую параллель между уровнем доходов и уровнем жизни мелких и средних предпринимателей. Ведь, как отмечалось выше, для многих из них доходы от бизнеса – всего лишь один из источников, причем часто не основной, а дополнительный. Но очевидно также, что среди владельцев семейных фирм есть немало таких, чей бизнес невелик, а доходы весьма скромны. Это – и пожилые семейные пары, владеющие небольшими лавками или магазинчиками, и довольно многочисленный слой субподрядчиков крупных компаний, производящих в своих мастерских на несложном оборудовании определенные виды деталей, и хозяева различных ремонтных мастерских, химчисток, прачечных и прочих заведений, обслуживающих население и т. д. В любом из японских городов можно увидеть множество неказистых частных домиков, в которых живут и работают владельцам таких предприятий. При этом обычно первый этаж отводится под мастерскую, лавку или пункт приема одежды, обуви и т. д., а на втором этаже проживает семья хозяина.

Что же касается бытующих в обществе представлений о высоком уровне жизни владельцев мелких и средних предприятий, то они сложились под влиянием демонстрации своих возможностей весьма незначительной прослойкой действующих предпринимателей.

Как видно из данных табл. 3, к этой категории относятся немногим более 230 тыс. человек, или 3,3% общего числа мелких и средних предпринимателей. При этом даже те предприниматели, которые ведут свой бизнес как полноценные капиталисты (т. е. привлекают наемную рабочую силу и ставят целью расширение производства, повышение его эффективности и т. д.), довольно часто направляют прибыль не на производственные нужды, а на приумножение личного богатства семьи – приобретение престижных моделей автомобилей (обычно самых дорогостоящих машин иностранного производства), строительство фешенебельных особняков, покупку яхт и прочих благ, которые во всем мире ассоциируются с богатством и процветанием. Отчасти за этим скрывается и деловой расчет: демонстрация богатства семьи должна убедить деловых партнеров в надежности владельца предприятия, в финансовом благополучии его фирмы. Не следует также забывать, что в Японии земля и недвижимость – это практически единственный вид залога, который принимают японские банки при предоставлении кредитов. Но, разумеется, для многих японских предпринимателей эти «деловые функции» личного богатства имеют второстепенное значение, а на первом месте стоит приумножение богатства семьи. По-видимому, не будет преувеличением сказать, что эгалитарное сознание, столь характерное для японского общества, к верхнему слою мелких и средних предпринимателей относится в наименьшей степени.

Как и по всем другим показателям, по уровню получаемых доходов можно обнаружить существенные различия между предпринимателями-мужчинами и предпринимателями-женщинами. Так, среди женщин гораздо выше доля тех, кто получает наиболее низкие доходы – до 1,5 млн. иен в год: 71,2% по сравнению с 31,6% у мужчин. В то же время доля получателей средних доходов – от 1,5 млн. иен до 10 млн. иен – среди женщин существенно ниже, чем среди мужчин: 27,8% и 64,3% соответственно. Доля же получателей высших доходов (свыше 10 млн. иен в год), у мужчин достигающая 4,1%, у женщин составляет всего лишь 1%, а в абсолютном выражении число процветающих женщин-предпринимателей на порядок ниже, чем число процветающих мужчин-предпринимателей: 19,9 тыс. человек и 209,5 тыс. человек соответственно.

Следует отметить, что помимо исторических, психологических и социокультурных моментов, предопределяющих отмеченные выше

качественные различия между мужским и женским предпринимательством (в том числе и в уровне доходов от бизнеса), существует еще одно обстоятельство, связанное с особенностями японской системы налогообложения.

Дело в том, что по японскому законодательству в отношении мужчин, на иждивении которых находятся их жены, применяется два вида вычетов при начислении подоходного налога. В первом случае, если доходы супруги не превышают 1030 тыс. иен, из совокупного дохода ее мужа вычитаются не облагаемые налогом 380 тыс. иен. Во втором случае, если доходы супруга составляют менее 10 млн. иен, а доходы его жены не превышают 1430 тыс. иен, из его совокупного дохода также вычитаются не облагаемые налогом 380 тыс. иен. Если же доходы жены выходят за эти пределы, то, во-первых, она сама становится независимым налогоплательщиком, а, во-вторых, увеличивается бремя налогообложения ее супруга, так как он лишается права на вычет из своего дохода названных выше сумм. В результате чистый доход семьи (т. е. сумма, остающаяся после уплаты налогов) сокращается<sup>12</sup>. Понятно, что это обстоятельство, которое сами японки называют «стеной в 1 млн. иен», для многих из них является серьезным препятствием на пути к расширению масштабов бизнеса и увеличению доходов от него.

Уступая мужчинам по масштабам бизнеса, уровню доходов и демонстрируя в целом гораздо меньшую заинтересованность в организации дела в наиболее развитых формах предпринимательства, японские женщины в то же время заметно превосходят мужчин по уровню образования. Так, если среди предпринимателей-мужчин начальное или неполное среднее образование имеют 37%, то среди женщин на эту категорию приходится лишь 29%. Полное среднее образование имеют соответственно 43% мужчин и 45,5% женщин. Что же касается среднего специального и высшего образования, то здесь женщины несколько уступают мужчинам по доле имеющих высшее образование (соответственно 9,3% и 13,5%), но существенно превосходят их по доле лиц, закончивших специализированные колледжи или краткосрочные (трехгодичные) университеты (соответственно 15,6% и 6,2%)<sup>13</sup>. Поскольку в эпоху НТР образование превратилось в один из важнейших ресурсов предпринимательского успеха, представляется, что в будущем японские женщины смогут более полно реализовать свое преимущество перед мужчинами в этой области и укрепить свои позиции в бизнесе.

<sup>12</sup> An Outline of Japanese Taxes. Tokyo., 1996, с. 54–56.

<sup>13</sup> Гёгё кодзо кихон тэса нэмпо, с. 430–431.

Итак, выше была дана общая характеристика слоя мелких и средних предпринимателей Японии по ряду наиболее важных социально-экономических показателей. И хотя по каждому показателю мы пытались выявить и подчеркнуть существующие в этом слое различия, очевидно, что в реальной действительности его состав гораздо более пестр и многообразен, чем это могут отразить материалы даже самого тщательного обследования. Имея в виду это обстоятельство, мы сочли целесообразным дополнить приведенную выше общую характеристику портретами нескольких групп или типов мелких и средних предпринимателей, являющихся, на наш взгляд, наиболее интересными и показательными с точки зрения своей непохожести на среднестатистический портрет. В качестве таковых нами были избраны следующие группы: владельцы так называемых *тюкэн кигё*, венчурные предприниматели, женщины-предприниматели, управляющие полноценными капиталистическими предприятиями.

**Владельцы *тюкэн кигё*.** В японской экономической литературе к *тюкэн кигё* (что буквально означает «предприятия – ядро» или «предприятия – ударная сила») относят высший слой мелких и средних предприятий, численность занятых на которых составляет от 100 до 300 человек, а размеры капитала – от 100 млн. иен до 1 млрд. иен. Таких предприятий насчитывается около 20 тыс., причем основная их часть функционирует в обрабатывающей промышленности.

От всех прочих видов мелких и средних предприятий *тюкэн кигё* отличают не только и не столько их размеры, сколько качественно другая концепция развития предприятия. Основу этой концепции составляет ориентация на разработку и производство оригинальной высокотехнологичной продукции, что позволяет предприятию сохранять высокие темпы роста, поддерживать высокие цены и обеспечивать высокую рентабельность.

Успех *тюкэн кигё* в огромной степени зависит от личных качеств их президентов. По своему менталитету они довольно сильно отличаются от владельцев обычных мелких и средних предприятий: если последние преследуют, прежде всего, цели получения прибыли и увеличения личных доходов, то первые заинтересованы главным образом в развитии самого предприятия. Разумеется, и владельцы *тюкэн кигё* стремятся к получению высокой прибыли, но что касается ее использования, то на первом плане здесь стоят рост предприятия и накопление капитала, а увеличение личного богатства семьи владельца отступает на второй план.

Социальный состав президентов *тюкэн кигё* намного более демократичен, чем на крупных предприятиях, но гораздо более элитарен,

чем на обычных мелких и средних фирмах. Примерно половина из них имеют университетское образование и еще около четверти – среднее техническое образование. В то же время, поскольку здесь многое зависит от личных качеств и способностей человека, среди президентов *тюкэн кигё* можно встретить и лиц с неполным средним и даже с начальным образованием<sup>14</sup>.

Как правило, президенты *тюкэн кигё* одновременно выполняют три функции: являются владельцами предприятий, главными разработчиками технических идей, дающих импульс развитию предприятия, и высшими управленцами, занимающимися вопросами как стратегического планирования, так и оперативного управления. Понятно, что выполнение всех этих функций требует от них не только высокого уровня профессионализма, но и готовности нести всю полноту ответственности как за успехи, так и за неудачи в деятельности предприятия. В этом состоит принципиальное отличие между президентами *тюкэн кигё* и президентами крупных японских компаний, границы ответственности которых весьма неопределенны, а жизненный успех является результатом не столько их личных усилий и достижений, сколько результатом постепенного восхождения по ступеням управленческой пирамиды компании.

Помимо готовности нести бремя риска и ответственности, президентам *тюкэн кигё* присущи такие качества, как ярко выраженное стремление к независимости и новаторству, творческий, оригинальный подход к делу, напористость, жажда новых знаний, стремление к самореализации и саморазвитию, уверенность в своих силах, высокая самооценка и т. д. Иными словами, – это довольно необычные японцы, обладающие набором качеств, которые до самого последнего времени не только не поощрялись, но даже порицались японским обществом, ориентированным на групповое сознание и групповое поведение, «растворение» личности в коллективе, принижение значения личных способностей и личных достижений и т. д.

Что касается профессионального уровня президентов *тюкэн кигё*, то они являются не только высококвалифицированными специалистами в той области производства, в которой оперирует их предприятие, но и блестящими управленцами, направляющими и организующими работу довольно больших коллективов. При этом стиль управления на *тюкэн кигё* гораздо более демократичен, чем на крупных предприятиях, а дистанция между менеджментом (включая и самого президента) и рядовыми работниками гораздо короче. Отношения между президентом, менеджером и рядовыми работниками носят здесь ярко выраженный

<sup>14</sup> Накамура Х. Синтюкэн кигёрон (Новая теория тюкэн кигё). Токио, 1990, с. 341.

характер партнерства и сотрудничества. Подобный характер отношений поддерживается не только усилиями президента и его команды по улучшению условий труда и созданию возможностей для самореализации работников, но и практикой распределения акций между работниками предприятия, прозрачностью системы распределения прибыли, доступностью информации о делах предприятия и т. д.

Интересно отметить, что на многих *тюкэн кигё* имеются даже профсоюзы, которые так же, как и на крупных предприятиях, организованы по типу пофирменных. Но в силу особого характера отношений здесь часто сам президент выполняет функцию профсоюза, опережая своими решениями выдвижение последним требований о повышении заработной платы, улучшении условий труда и т. д.<sup>15</sup>

В целом же система управления на *тюкэн кигё* гораздо сложнее, чем на обычных мелких и средних предприятиях, и требует от их президентов гораздо более глубоких и обширных познаний в вопросах теории и практики управления фирмой. Это связано не только с тем, что в силу больших размеров *тюкэн кигё* имеют более сложные организационные структуры, чем на обычных мелких и средних предприятиях, но и с тем, что их президентам приходится решать управленческие задачи гораздо более высокого уровня. Среди этих задач можно назвать, например, выход на рынок ценных бумаг (шаг – немыслимый для обычных мелких и средних предприятий), использование основных принципов системы пожизненного найма (но не в ущерб эффективности, гибкости и адаптивности предприятия), организацию собственных научно-исследовательских лабораторий или институтов и т. д.

Хотя президенты *тюкэн кигё* являют собой яркий пример японских трудоголиков, полностью поглощенных работой, будучи натурами творческими и активными, они не упускают из виду и другие стороны жизни. Высокие доходы позволяют им без ущерба для интересов развития предприятия обеспечивать своим семьям уровень жизни, доступный в Японии весьма ограниченному кругу людей. При этом, как уже отмечалось выше, престижные модели автомобилей, яхты, дорогая недвижимость, предметы искусства и прочие атрибуты богатства не только делают жизнь президентов *тюкэн кигё* и членов их семей приятной и комфортной, но и служат наглядным доказательством их предпринимательского успеха и деловой надежности.

Однако было бы ошибкой считать, что этим круг жизненных интересов президентов *тюкэн кигё* и ограничивается. Они – одни из самых активных членов местных сообществ. Многие из них являются членами городских или местных советов, участвуют в различного ро-

<sup>15</sup> Там же, с. 302.

да общественных движениях, оказывают материальную помощь местным органам власти при проведении тех или иных мероприятий (местных праздников, фестивалей и т. д.)<sup>16</sup>. Кроме того, будучи в высшей степени заинтересованы в сохранении в стране социально-политической стабильности, президенты *тюкэн кигё* через членство в разного рода политических объединениях (таких, как Национальный союз мелких и средних предпринимателей, Национальная политическая ассоциация мелких и средних предприятий, Национальная политическая лига мелких и средних торгово-промышленных организаций и т. д.) оказывают влияние и на политическую жизнь страны. До последнего времени свои политические симпатии они отдавали главным образом ЛДП как партии, которой на протяжении многих десятилетий удавалось поддерживать в стране стабильность и экономический рост<sup>17</sup>.

**Руководители венчурных предприятий.** К венчурным предприятиям, как известно, относят мелкие и средние фирмы, действующие в сфере новейших технологий, разрабатывающие собственную оригинальную продукцию, направляющие значительные средства на развитие НИОКР, изобретающие оригинальные способы продвижения товаров на рынок и т. д. Для Японии, где бизнес всегда стремился избегать рискованных операций, венчурные фирмы, чья деятельность связана с крайне высокой степенью неопределенности и риска, представляли довольно необычное явление. Понятно, что и люди, руководящие этими фирмами, – это весьма редкий в Японии тип предпринимателей.

Первые венчурные фирмы появились в Японии еще в 60-е годы прошлого века, однако настоящий бум венчурного предпринимательства относится к началу 80-х годов. К этому времени в стране уже были созданы объективные условия, необходимые для развития венчурных предприятий, – высокоразвитая промышленность и соответствующая база НИОКР, и сотни людей самых разных профессий и возрастов «ринулись» в венчурный бизнес, решив испытать себя в новом деле.

Сейчас венчурный бизнес Японии можно представить как многослойную структуру, у основания которой располагаются тысячи начинающих дело предприятий. В среднем слое – около 2 тыс. фирм, сумевших успешно преодолеть трудности начального этапа и «остаться на плаву», а в верхнем слое – примерно 200–300 компаний, которые смогли добиться огромных успехов и даже выйти на рынок ценных

<sup>16</sup> Наумова И. Ю. Мелкие предприниматели Японии: социально-политический аспект. Канд. дисс.. М., ИВ РАН, 1994, с. 106.

<sup>17</sup> Там же, с. 90.

бумаг. Причем примеры головокружительных успехов компаний верхнего слоя, слухи о которых распространяются чрезвычайно быстро, не только вселяют уверенность в тех, кто уже открыл дело, но и способствуют тому, что ежегодно сотни «новобранцев» приходят в венчурный бизнес. Вместе с тем, следует напомнить, что примерно  $\frac{2}{3}$  из них терпят провал уже на первом году жизни предприятия.

В венчурном бизнесе от способностей и личных качеств организаторов предприятий успех дела зависит даже в большей степени, чем в *тюкэн кигё*. Хотя, как отмечалось выше, в него приходят люди самых разных профессий и возрастов, их объединяет одна общая черта – высокий профессионализм. При этом на подавляющем большинстве венчурных предприятий разрабатываются идеи, носителями которых являются их президенты.

Около 40% нынешних венчурных предпринимателей Японии прежде являлись служащими крупных и крупнейших компаний, и во многих случаях причиной их ухода стало желание реализовать свои идеи, по тем или иным причинам не получившие одобрения их прежнего начальства. Среди создателей венчурных фирм можно также встретить бывших сотрудников научно-исследовательских институтов, университетских преподавателей, служащих банков, работников государственных и муниципальных учреждений и даже студентов.

По своему возрастному составу венчурные предприниматели довольно резко отличаются от владельцев обычных мелких и средних фирм. Согласно данным одного из обследований, более половины из них (около 54%) – это лица в возрасте до 40 лет, в том числе около 20% – моложе 30 лет. Доля людей среднего возраста составляет почти 44%, а доля тех, кому перевалило за 60 лет, – всего лишь около 3%<sup>18</sup>.

По уровню образования венчурные предприниматели существенно превосходят не только владельцев обычных предприятий, но даже президентов *тюкэн кигё*. Так, согласно данным одного из обследований, среди президентов 100 ведущих венчурных компаний 50% были выпускниками частных университетов, еще 26% – выпускниками государственных университетов, 16% получили специальное среднее и 8% – среднее образование<sup>19</sup>.

Интересно отметить, что среди венчурных предпринимателей можно встретить и женщин. Так, из примерно 2 тыс. фирм, формирующих средний слой венчурного бизнеса, около 160 (3%) были основаны женщинами<sup>20</sup>.

<sup>18</sup> Тюсё кигё хакусё. Токио, 1997, с. 348.

<sup>19</sup> Якусинсуру бэнтя бидзинэсу (Стремительно развивающийся венчурный бизнес). Токио, 1984, с. 31.

<sup>20</sup> Тюсё кигё хакусё. 1997, с. 350.

Для того чтобы обеспечить успешное развитие бизнеса, венчурные предприниматели должны не только быть профессионалами в той области знаний, откуда они черпают свои идеи, но и обладать незаурядными управленческими способностями, позволяющими им преодолевать многочисленные проблемы, сопровождающие венчурное предприятие на всех этапах его роста. При всех различиях в судьбах и характерах людей, пришедших в венчурный бизнес, можно выделить ряд черт, которые являются как бы типологическими признаками этой группы предпринимателей. Это – оптимистический взгляд на жизнь, стремление к независимости, уверенность в своих силах, умение убеждать и подчинять своей воле людей, целеустремленность, трудолюбие, готовность к риску и т. д.

Хотя в Японии есть немало людей, обладающих этими качествами, в целом венчурный бизнес здесь развит пока слабее, чем в западноевропейских странах или в США. Представляется, что помимо ряда объективных причин (в первую очередь, неразвитости системы государственного и частного венчурного финансирования) его развитие сдерживают и все еще существующие в японском обществе стереотипы социального поведения, в частности, весьма настороженное отношение к всякого рода нестандартным шагам или действиям. Однако, поскольку влияние этих стереотипов постепенно ослабевает, можно ожидать, что уже в ближайшие годы ряды венчурных предпринимателей Японии существенно возрастут, а масштабы венчурного бизнеса заметно увеличатся и станут адекватными промышленной и научно-технической мощи страны.

**Женщины, управляющие полноценными капиталистическими предприятиями.** Как было показано выше, из 1717 тыс. женщин-предпринимателей лишь 307 тыс. (18%) владеют предприятиями, использующими наемную рабочую силу. Разумеется, среди них есть и совсем маленькие фирмы, прибегающие к найму рабочей силы лишь эпизодически, и довольно крупные компании, использующие наемных работников на постоянной основе, но все они четко разделяют семейный бюджет и предпринимательские счета и ставят своей целью получение прибыли.

С формальной точки зрения эти предприятия ничем не отличаются от аналогичных мужских предприятий и действуют на основании тех же самых законов и принципов. Однако, как показывает практика, японские предпринимательницы ко многим сторонам бизнеса подходят иначе, чем мужчины, и в многослойном японском предпринимательстве представляют собой особую группу, обладающую рядом специфических черт.

Прежде всего, женщин-предпринимателей отличает то, что они подходят к делу скорее с позиций потребителей, чем производителей товаров и услуг. Если большинство мужчин приходят в бизнес, опираясь на свой профессиональный опыт, на знания и навыки, приобретенные во время работы в других компаниях, то многие женщины начинают заниматься бизнесом, основываясь главным образом на своем опыте в качестве потребителей. При этом весьма часто женщинами движет неудовлетворенность теми или иными характеристиками товаров или услуг, с которыми они сталкиваются в повседневной жизни (их нерациональностью, непрактичностью, непривлекательностью и т. д.)<sup>21</sup>.

Очень часто также женщины решают открыть свое дело, чтобы восполнить отсутствие на рынке тех видов товаров и услуг, которые, по их мнению, могли бы сделать жизнь людей более комфортной и приятной. В частности, сотни таких предприятий были созданы в последние годы в сфере услуг.

Далее, как предприниматели женщины в целом гораздо менее агрессивны и амбициозны, чем мужчины. Особенно это характерно для женщин, имеющих семью. Даже если дело процветает, и спрос на производимые товары или услуги растет, женщины-предприниматели отнюдь не спешат захватить большую долю на рынке (что является совершенно естественным для мужчин). С оглядкой на свои семейные обязанности они сознательно ограничивают масштабы бизнеса, стремясь найти такой баланс между этими двумя составляющими, который позволил бы им заниматься бизнесом, не ущемляя интересов своей семьи.

Кроме того, японские бизнес-леди в целом ведут себя в бизнесе более осторожно, чем мужчины. Столкнувшись на своем пути с каким-либо препятствием, они не стремятся, во что бы то ни стало, преодолеть его, а обычно отступают назад, обдумывают полученный урок, а затем начинают движение в другом направлении.

Женщинам-предпринимателям свойственна также особая тактика завоевания рынка. Поскольку многие из них приходят в бизнес с целью исправить недостатки массового производства за счет более полного учета индивидуальных запросов потребителей, создаваемые ими предприятия обычно ориентируются на узкоспециализированные рынки (например, на определенную категорию потребителей или на жителей данного района). При этом в отличие от обычных предпринимателей, навязывающих потребителям произведенную продукцию путем организации широкомасштабной рекламы, женщины-предприниматели, наоборот, сначала тщательно изучают вкусы и предпочтения

<sup>21</sup> Дзэсэй кэйэйся ни манабу (Учиться у женщин-предпринимательниц). Токио, 1997, с.6.

своих потенциальных клиентов, а затем уже приступают к производству тех или иных товаров или услуг. А что касается рекламы, то, как остроумно замечают авторы книги «Учиться у женщин-предпринимательниц», в женском бизнесе основным способом организации рекламы являются не «масуками» (средства массовой информации), а «кутиками» (буквально «разговоры, болтовня»), т. е. распространение информации о том или ином товаре или услуге через знакомых, родственников, друзей и т. д.<sup>22</sup>

Наконец, весьма большой спецификой отличается и подход женщин к управлению персоналом. Как известно, японским предпринимателям вообще свойственно повышенное внимание к своим работникам, однако женщины-предприниматели пошли в этом вопросе еще дальше. Во-первых, на женских предприятиях обычно нет четкого деления на начальство и подчиненных, все работают сообща, сообща участвуют в принятии решений и вообще чувствуют себя членами одной семьи. Во-вторых, связь между уровнем оплаты труда и формальным статусом работника здесь выражена гораздо слабее, чем на обычных предприятиях. Главное, что ценится в работнике – это его профессионализм, который соответствующим образом и оплачивается. Наконец, в-третьих, стремясь создать на предприятии максимально благоприятную атмосферу, женщины стараются не упустить ни одной мелочи. Например, они посылают цветы, когда узнают о болезни кого-либо из членов семьи работников, разрешают пропустить работу в случае возникновения каких-либо проблем, делают своим работникам подарки по случаю знаменательных событий в их жизни и т. д. Кроме того, на женских предприятиях широко применяется гибкий график работы: женщинам, имеющим маленьких детей, предоставляется возможность работать в то время, когда дети находятся в детском саду, и разрешается выполнять дома те виды работ, которые не требуют обязательного присутствия на службе, и т. д.<sup>23</sup>

Таким образом, хотя женские предприятия действуют в жесткой конкурентной среде и подчиняются тем же законам рынка, что и обычные предприятия, о женском предпринимательстве можно говорить как об особом явлении в японском бизнесе. Директор расположенного в Токио Института работающих женщин г-жа Р. Китамура в беседе с автором охарактеризовала японские женские предприятия как «предприятия с человеческим лицом». На наш взгляд, эта характеристика весьма удачно формулирует суть женского предпринимательства в Японии.

<sup>22</sup> Там же, с. 19.

<sup>23</sup> Там же, с. 11, 14.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что независимо от того, к какой предпринимательской группе относится то или иное малое предприятие и в какой отрасли оно оперирует, его деятельность всегда связана с повышенным риском. Ежедневно в Японии погибают сотни предприятий, но на их месте возникают сотни новых фирм, создателями которых движет непреодолимое желание попытаться счастья в бизнесе. В процессе этого своего рода «сбрасывания старой кожи», за счет постоянного притока свежих сил в предпринимательскую среду и происходит поступательное развитие как японской экономики, так и общества в целом.

---

---

## ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ

### КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ЯПОНИИ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

Вопросы корпоративной культуры, ее формирования, развития и эффективного использования занимают все более заметное место в современном менеджменте, объектом которого становятся уже не только бизнес-процессы, а организационные культуры различного типа. В данной статье понятия «организационная» и «корпоративная» культура мы будем использовать как синонимы, хотя, строго говоря, есть некоторое отличие, связанное с объектом определения: в первом случае подразумевается весь массив компаний, во втором – крупные корпорации. Под *организационной (корпоративной) культурой* в современном менеджменте понимается система личных и коллективных ценностей, принимаемых и разделяемых всеми членами организации<sup>1</sup>. Культуру организации можно также представить как продукт социальных факторов ее внутренней среды<sup>2</sup>.

Организационно-культурный подход в корпоративном управлении направлен на людей, он дает комплексное понимание глубинных механизмов их поведения и создает возможности воздействия на эти механизмы. Поэтому сильная и позитивная организационная культура, способствующая развитию и максимально эффективному использованию человеческого потенциала, как показывает практика ведения бизнеса крупных и наиболее успешных корпораций во всем мире, является серьезным внутренним стратегическим активом компаний, ресурсом повышения их конкурентоспособности, условием сохранения и процветания бизнеса.

Философские и идеологические представления, ценности, убеждения, верования, ожидания, которые составляют организационную культуру, *связывают организацию в единое целое* и разделяются ее членами.

---

<sup>1</sup> Международный менеджмент. Учебник для вузов. СПб, 2000, с. 543.

<sup>2</sup> Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. Пер. с англ., М., 2002., с. 406.

Для работника корпоративная культура представляет собой комплекс предположений, *бездоказательно* принимаемых им, как и другими членами коллектива, и задающих общие рамки поведения. Вместе с тем процесс формирования организационной культуры связан с установлением определенного типа отношений между членами организации.

Корпоративная культура проявляется практически во всех аспектах и направлениях деятельности компаний и включает целый ряд составляющих.

1. Стиль отношения компании как организации к сотрудникам (включая процессы их найма, увольнения, продвижения по службе).
2. Стиль отношений между сотрудниками (между руководителями и подчиненными, между коллегами) и принципы формирования формальных и неформальных групп.
3. Стиль взаимоотношений между различными подразделениями компании.
4. Стиль принятия решений; управления проблемами и изменениями.
5. Правила и порядок обмена информацией по вертикали и горизонтали.
6. Принципы отношений с внешней средой – партнерами, поставщиками, клиентами.
7. Философия компании, ее миссия, цели и ценности, отношение к ним работников.
8. Нормы и принципы ведения бизнеса, трудовая этика.
9. Формальные и неформальные стандарты, нормы и правила поведения.
10. Организационный климат (преобладающая и относительно устойчивая духовная атмосфера, определяющая отношение членов коллектива друг к другу и к труду)<sup>3</sup>.

Организационно-культурный подход к управлению компаниями, о котором мы упоминали выше и который часто трактуется как «гуманистический подход» в менеджменте, явился результатом эволюции теории и практики управления. По мнению известного японского специалиста по менеджменту и информационным системам С. Хаяси, «культурологический» подход в организационной теории менеджмен-

<sup>3</sup> Адаптировано по: *Занковский А. Н.* Организационная психология. – <http://www.socioego.ru/teoriya/istoch/zanc/cultural.html>; *Томпсон-мл. А. А., Стрикленд Ш. А.* Дж. Стратегический менеджмент, с. 406; *Кузьмина Т. И.* Международный менеджмент. Управление в международных компаниях. М., 2004, с. 100–101; *Мясоедов С. П.* Основы кросс-культурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур. М., 2003, с. 170.

та завоевал свое место уже в 70-е годы прошлого века, когда корпорации и профсоюзы стали оказывать на духовную и материальную жизнь людей гораздо большее влияние, чем прежде<sup>4</sup>.

В рамках данного подхода организация рассматривается как некая культурная среда, а человек – как развивающийся в ее рамках индивид, придерживающийся определенных ценностей, правил, принятых норм поведения.

В настоящее время ведущие компании Запада и Востока постепенно переходят к гуманистической концепции управления или, во всяком случае, вводят ее элементы. Следует подчеркнуть, что, по признанию многих видных специалистов в области менеджмента, одними из первых приняли подобный подход именно японские компании.

Еще в конце 70-х годов XX в. У. Оути (с соавторами) выдвинул концепцию «организации типа Z», с помощью которой он описал новый тип производственной организации, которая формируется под влиянием японских приемов управления и остаточных элементов американской модели. В работе 1981 г., посвященной японскому менеджменту и названной «Теория Z: чем должен ответить американский бизнес на японский вызов», он проанализировал особенности японского менеджмента (в первую очередь в части управления трудом), объясняя на их основе успехи японской индустрии.

«Организация типа Z» рассматривается Оути как место самоидентификации работника и как общественное явление. В управлении такой организацией упор делается на самореализацию и раскрытие творческих возможностей человека. В соответствии с этим и выстраивается система управления, в которой Оути выделяет пять основополагающих управленческих подходов:

1. акцент на движении информации и инициативы снизу вверх;
2. превращение высшего руководства (топ-менеджмента) из органа, издающего приказы, в орган, способствующий принятию решений;
3. использование среднего управленческого звена (мидл-менеджмента) как инициатора и движущей силы решения проблем;
4. принятие решений на основе консенсуса;
5. повышенное внимание к благополучию сотрудников<sup>5</sup>.

Разрабатывая свою знаменитую «теорию Z», описывающую «смешанную японо-американскую модель» производственной организации, Оути

<sup>4</sup> *Hayashi S.* Culture and management in Japan, University of Tokyo Press, 1991, p. 35.

<sup>5</sup> *Johnson R., Ouchi W.* Made in America (under Japanese Management). – Harvard Business Review, 1974, № 52 (5), p. 62 (Цит. по: *Шелдрейк Дж.* Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации. Пер. с англ., СПб, 2001, с. 306–307).



провел анализ семи переменных организационной культуры. В формализованном виде результаты его анализа представлены в таблице 1.

**Таблица 1**  
**Модель организации типа Z У. Оути\***

| Наем<br>(обязательства<br>организации по<br>отношению к<br>своим членам) | Пожизненный   | Долговременный             | Кратко-<br>временный                                |
|--|---|----------------------------|---|
| Оценка выполнения работы и продвижение                                   | Качественное и медленное  | Качественное и медленное   | Количественное и быстрое                            |
| Планирование карьеры   | С широкой специализацией  | С умеренной специализацией | С узкой специализацией                              |
| Механизм контроля  | Неясный и неформальный  | Неясный и неформальный     | Ясный и формальный                                  |
| Принятие решений   | Групповое и консенсусное  | Групповое и консенсусное   | Индивидуальное                                      |
| Ответственность  | Групповая   | Индивидуальная             | Индивидуальная                                      |
| Интерес к человеку   | Широкий (личность в организации рассматривается шире, чем просто работника) | Широкий                    | Узкий (индивид рассматривается только как работник) |

\* Занковский А. Н. Организационная психология. – [www.so-cioego.ru/teoriya/istoch/zank/cultura5.html](http://www.so-cioego.ru/teoriya/istoch/zank/cultura5.html)

Организации типа Z «обычно рассматриваются как кланы, поскольку они представляют собой тесные сообщества людей, занятых совместной экономической работой и связанных вместе разного рода узами»<sup>6</sup>.

При этом Оути весьма точно, хотя, возможно, и неполно, определяет особенность культуры, характерной для организации такого типа: «В исполненной согласия культуре сообщество равных индивидов работает совместно, стремясь к достижению общих целей. Работа подобной системы зависит не столько от ее иерархичности и контроля над действиями работников, сколько от их согласия и доверия»<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации, с. 309, 311.

<sup>7</sup> Там же, с. 311.

Выводы Оути и его модель «организации Z» подвергалась критике с самых разных сторон. Для нас, однако, важно, что Оути уловил главную, по нашему мнению, особенность японской системы управления и корпоративной культуры этой страны, а именно то, что японская компания рассматривается как место самоидентификации работников, а одной из центральных задач менеджмента в целом и управления корпоративной культурой в частности становится интеграция индивидов в организации. Разумеется, не всегда и не везде эти черты присутствуют в японском корпоративном управлении в чистом виде и, кроме того, совершенно неверно было бы утверждать, что они не характерны для западных компаний. Скажем так: японские компании несколько раньше обратились к «гуманистическому» подходу, при котором в центре внимания оказывается человек и человеческая, культурная среда компании, и данный подход в Японии более очевиден.

\* \* \*

Организационная культура, как часть управленческой концепции, непосредственно направленная на людей, наиболее тесно связана с национальными этнопсихологическими особенностями работников, культурными традициями страны происхождения компании. При этом следует понимать, что особенных организационных культур (если иметь в виду отклонение от некоего стандарта) не бывает, просто все они разные.

Поэтому при сходстве состава базовых элементов корпоративной культуры, несмотря на активно идущие в последние десятилетия процессы глобализации экономики и стандартизации менеджмента, можно и нужно говорить о национальных моделях организационной культуры, или даже о различных национальных организационных культурах.

В данной главе мы попробуем дать читателю некоторое представление о модели японской корпоративной культуры, носителями которой являются крупные компании. Для этого мы используем инструментарий менеджмента, в частности кросс-культурного менеджмента, включая такие классические модели, как пятифакторная модель Г. Хофштеде, классификация Ф. Тромпенаарса и некоторые другие.

Поскольку мы не имеем возможности проводить полевые исследования, т. е. осуществлять сбор информации внутри компаний и анкетирование, которые, как известно, являются основными методами изучения корпоративных культур, нам придется опираться на официальную информацию, помещаемую на сайтах японских компаний, результаты первичных исследований японских и англоязычных авторов. Кроме того, представляется целесообразным взглянуть на известные и многократно описанные даже в русскоязычной литературе «особенности японского менеджмента» («триада» управления трудом и т. п.)

под углом зрения изучения корпоративной культуры, иначе говоря, прибегнуть к методу «сканирования по культурным параметрам». При этом необходимо оговориться, что будут освещены не все, а лишь некоторые составляющие японской корпоративной культуры, представляющиеся принципиально важными и недостаточно изученными, а также те аспекты, которые требуют нового осмысления и дополнительных комментариев<sup>8</sup>.

### Компания и «люди компании»

Прежде всего, следует обратиться к особенностям отношений компании и персонала, а также сотрудников между собой, в том числе в рамках групп.

Система взаимоотношений организации и человека в японских компаниях опирается, прежде всего, на систему «пожизненного найма», которая предполагает, что, поступив на работу в компанию после окончания учебы, работник связывает с ней всю свою трудовую жизнь (т. е. становится полноправным «участником»). Компания при этом берет на себя обязанность «заботиться» об интересах занятых: не допускать массовых увольнений, обеспечивать обучение персонала внутри фирмы (это закономерно, поскольку компании нужен не специалист «вообще», а специалист для работы именно в своей компании).

Оценивая эту особенность японской корпоративной организации под углом зрения корпоративной культуры следует отметить, что здесь ярко проявляется такая черта, как принятие и выполнение взаимных обязательств организации и работника, неформальный характер которых свидетельствует о силе корпоративной культуры и полном признании сторонами принципов этики трудовых отношений.

Поскольку человек связывает с одной организацией всю свою трудовую жизнь, в рамках компании происходит не только его карьерный рост, но и формирование личности (*хито дзукори*). С этим связан подход менеджеров к управлению персоналом: их задача состоит, прежде всего, в том, чтобы найти для человека функцию, которая позволит реализовать ему свой потенциал, а не просто нанять его для выполнения функции.

В рамках данного подхода человек признается главной ценностью и наиболее значимым активом организации, что прямо провозглашается большинством японских корпораций при определении основ

<sup>8</sup> Хотя в русскоязычной японоведческой литературе не достаёт специальных работ по данной проблеме, некоторые ее аспекты были освещены в работах по японскому менеджменту. Интересующегося читателя мы адресуем к трудам Т. Н. Матрусовой, И. П. Лебедевой, В. Н. Хлынова, В. Пшенникова, Г. В. Куликова.

своей деятельности (целей, миссии, корпоративных ценностей)<sup>9</sup>. Известный японский исследователь менеджмента и консультант по вопросам управления Хасэгава Кэйтаро в своей книге «Japanese Style Management. An Insider's Analysis», подчеркивая решающую роль, которая отводится людям в системе управления в японских компаниях, начинает свою работу следующими словами: «Бизнес – это люди. Несмотря на распространение роботов, компьютеров, офисной автоматизации, бизнес продвигается благодаря людям и зависит от людей»<sup>10</sup>.

Следствием существования системы пожизненного найма является и такая особенность японской корпоративной культуры, как полная идентификация работника с компанией. (Известно, что, представляясь, японец, прежде всего, называет организацию, где он работает, а не собственную профессию. Должность или звание и свой социальный статус люди связывают, прежде всего, со статусом и престижем своей компании.)

Такая идентификация осуществляется в рамках организационной модели «семья»<sup>11</sup>, где к старшим обращаются более почтительно, авторитет руководителей высок, продвижение по службе и вознаграждение тесно увязываются со стажем работы (длительный стаж, помимо прочего, рассматривается как признак и подтверждение «верности» компании-«семье»).

Отождествление себя с компанией опирается в Японии и на *традиционный патернализм* (т. е. систему взаимоотношений на основе безоговорочного подчинения главе семьи, его почитания и уважения). Эта система в совокупности с относительной закрытостью и традиционализмом японского общества в целом, особенностями системы образования и воспитания, обусловила исключительную живучесть

<sup>9</sup> Например, в основу корпоративной философии японской компании «Сапон» положен лозунг, обращенный к персоналу и партнерам, «Жить и работать вместе для общего блага». Компания «Мазда» «уважает высокомотивированных людей и командный дух». – См. веб-сайты компаний.

<sup>10</sup> Hasegawa K. Japanese Style Management. An Insider's Analysis. Tokyo, 1986, p. 1.

<sup>11</sup> Корпоративная культура «семья» относится к группе авторитарных структур и отличается следующими признаками: 1) иерархичность, ориентация на личность, неформальный характер (заметим, что «ориентация на личность» в данном случае не представляется антиподом «группизму», о японском варианте которого мы поговорим ниже. Речь идет о том, что в рамках линейно-функциональных структур, которые долгое время были свойственны японской системе корпоративного управления, складывалась иерархичная система управления с упором на личностные аспекты взаимоотношений с ограниченной самостоятельностью функциональных подразделений); 2) во главе угла – процветание «семьи», которое приравнивается к процветанию ее членов; 3) стимулирование, как материальное, так и через одобрение руководителя; 4) «отец» не столько менеджер, сколько лидер (по знаниям, опыту, связям, возрасту). – Подробнее см.: Мясоедов С. П. Кросс-культурный менеджмент, с. 252.

традиционной корпоративной модели «семья» с присущими ей культурно-этическими принципами.

Взаимоотношения между людьми в рамках обозначенной модели «семейной» корпоративной культуры в ее японском варианте отличаются своеобразным сочетанием эгалитаризма и иерархичности взаимоотношений, включая подчеркнутое почитание старших по возрасту, стажу и опыту коллег и руководителей.

В связи с этим возникает вопрос о том, не является ли этот эгалитаризм скорее формальным, нежели реальным. Известно, что эгалитаризм в японских компаниях проявляется в подчеркнуто скромной манере поведения средних и высших менеджеров, использовании общих рабочих помещений для работников разного уровня, привлечении работников к участию в управлении, личном общении руководителей с рядовыми членами коллектива, ограничении специальных привилегий для старших менеджеров, сравнительно небольшом по сравнению с западными компаниями разрыве в уровнях оплаты труда между работниками, занимающими низшие и высшие позиции в корпоративной иерархии.

Интересно, что, пожалуй, единственным реальным и бесспорным подтверждением эгалитаризма в японской компании является последнее утверждение. Все остальное в той или мере носит формальный характер. Однако с точки зрения корпоративной культуры и управления ею важно, что руководство компании считает необходимым провозглашать и всячески подчеркивать приверженность принципу «равенства», а работники разделяют его как безусловную ценность. Поэтому данный принцип, даже, если он частично и носит формальный характер, работает на сплочение коллектива и усиление корпоративной культуры.

В этом же направлении работает и «механизм вовлечения». Это – система мер по формированию у работников представления о том, что они реально могут участвовать в принятии решений, обсуждении тех или иных проблем жизни компании, улучшении производства, а также о том, что их материальное положение напрямую зависит от результатов деятельности и вообще благополучия компании. Председатель правления компании «Мацусита дэнки» Ё. Морисита называет такой стиль управления «менеджментом, основанном на соучастии»<sup>12</sup>.

Мы не можем достоверно определить, насколько рядовые работники японских корпораций реально влияют на процесс принятия решений в широком смысле слова. Возможно, система принятия решений «ринги», предусматривающая многократное согласование решения на всех

<sup>12</sup> Morishita Y. Globalization and Japanese Style Management. – www.glocom.org.

уровнях управления с привлечением большого числа «заинтересованных» отделов и отдельных работников, превратилась в ритуал (кстати, уже несколько устаревший в эпоху стремительного глобального бизнеса). Что же касается рационализации производства, то такое популярное ныне в мире японское «изобретение», как «кружки качества», безусловно, доказало свою эффективность. То же относится и к такому инструменту «вовлечения» как выплата бонусов по результатам работы компании за полугодие и год.

### Индивидуум и группа

Одним из доминирующих признаков, по которым выделяются национальные модели корпоративной культуры, является «индивидуализм – группизм».

Упомянувшийся выше С. Хаяси пишет, что «корпоративные культуры различаются по тому, как работники выполняют свои задачи – индивидуально или в группе»<sup>13</sup>.

Часто говорят и пишут о том, что в Японии доминирует модель групповой, или командной работы. Это верно, но не совсем точно. Командная организация работы (team-work) широко применяется и в большинстве западных компаний<sup>14</sup>, однако в Японии командная работа и само понятие «команда», «группа» имеют свои особенности, во многом обусловленные этнопсихологическим типом японской нации.

Одной из характеристик этого типа является *группизм*<sup>15</sup> (групповое сознание, групповая психология), который, как считают исследователи, сформировался у японцев на основе устойчивой привычки к коллективному труду. С. Хаяси также объясняет японский группизм различным пониманием соотношения целого и его частей на Западе и Востоке. В западном понимании «целое – это сумма всех частей его составляющих», в японском толковании «целое – это нечто большее, чем сумма частей»<sup>16</sup>. Подобный подход чрезвычайно продуктивен для нас с точки зрения понимания роли группы в японской корпоративной культуре и организации, групповой динамики и внутригрупповых коммуникаций, поскольку речь здесь идет об эффекте культурного

<sup>13</sup> Hayashi S. Culture and Management in Japan, p. 36.

<sup>14</sup> Известно, что при приеме на работу новичков одним из обязательных личностных требований является умение работать в команде, а для претендентов на более высокие позиции – умение строить команду и организовывать работу в ней. «Team building» – одна из обязательных дисциплин на всех курсах бизнес-образования.

<sup>15</sup> В словаре Вебстера группизм определяется как «тенденция мыслить и действовать как член группы...разделять культурную модель группы за счет индивидуализма». – Hayashi S. Culture and Management in Japan, p. 67.

<sup>16</sup> Ibid., с. 72.

синэргетизма, к которому стремятся все компании во внутриорганизационном и межорганизационном взаимодействии (и которого очень трудно достичь!). Получается, что данное свойство имманентно присуще японской группе, делает ее более сплоченной и легко управляемой, определяет консенсусный стиль принятия решений в ней.

Группизм в контексте управления организацией в Японии предполагает предпочтение интересов группы личным интересам и во многом определяет стиль управления организацией. Именно здесь проходит водораздел между американским и японским стилями управления – ориентация на личный успех и конкуренция индивидов или коллективные усилия в интересах развития всей организации. Приоритет коллективных, а точнее групповых, ценностей – один из основополагающих элементов японской корпоративной культуры, который определяет мотивы поведения и сознание японских работников. Среди подобных ценностей, которые, безусловно, учитываются и культивируются управленцами, – стремление отождествить себя с компанией, а также «чувство вовлеченности» в дела своей фирмы и ощущения своего права и обязанности полного участия в них.

Сравнивая японский группизм с «командным духом», который культивируют западные компании (как часто это делают западные исследователи, например Я. Смит<sup>17</sup>), следует отметить, что «группа» в японском варианте – это гораздо более сплоченный коллектив нежели «команда» в западном понимании: здесь выше степень взаимной зависимости и ответственности. Кроме того, как было показано выше, принципиальным отличием группы от команды является абсолютное подчинение личных интересов интересам группы, следствием чего становится некоторая степень утраты индивидуальности членами группы.

В этом аспекте японские корпорации и их персонал отличаются не только от Запада, но даже от компаний других азиатских странах, в большей мере перенявших западные концепции управления.

Исследование корпораций Японии, Южной Кореи и Тайваня по данной проблеме, на которое ссылается С. Хаяси, дало следующие результаты (%)<sup>18</sup>:

<sup>17</sup> Smith J. Japanese-style Management in the United States. – www.unc.edu/~healdric.

<sup>18</sup> Опрос проводился JKC Businessmen Survey в 1979–1981 гг. Респондентами были работники корпораций Японии, Южной Кореи и Тайваня, работающих в шести отраслях промышленности и сферы услуг. Было отобрано по пять компаний в каждой отрасли и по 30 работников из категории «белых воротничков» в каждой компании (по 10 из возрастных групп от 21 года до 30 лет, от 31 года до 40 лет и от 41 года до 50 лет). Таким образом, общая численность фокус-группы составила 900 человек. – Hayashi S. Culture and management in Japan, p. 36–38, 179–180.

|   |      |
|---|------|
| <b>Вопрос: «Предпочитаете ли Вы работать индивидуально или в команде?»</b>  |      |
| <b>Ответ: «Индивидуально» (японские компании разных отраслей)</b>   |      |
| В среднем   | 36,0 |
| Легкая промышленность   | 31,0 |
| Тяжелая промышленность  | 29,5 |
| Торговля (универсальные торговые компании)  | 47,7 |
| Финансы   | 36,7 |
| Оптовая торговля  | 43,0 |
| Розничная торговля (крупные компании)   | 32,9 |
| <b>Тот же вопрос и ответ (по странам)</b>   |      |
| Япония  | 36,3 |
| Южная Корея   | 51,1 |
| Тайвань   | 51,1 |
| <b>Вопрос: «Если вы не закончили работу, уйдете ли вы домой и оставите ее выполнение на завтра или постараетесь закончить ее, задержавшись после окончания рабочего дня?»</b> |      |
| <b>Ответ: «Готовы покинуть рабочее место и закончить работу завтра»</b>   |      |
| Япония  | 7,4  |
| Южная Корея   | 52,7 |
| Тайвань   | 29,7 |

Работа в рамках группы и осознание себя членом группы и коллектива предполагает и *демонстрацию* высокой степени лояльности по отношению к компании и ответственности по отношению к работе японских работников, о чем свидетельствует распределение ответов на второй вопрос.

Однако представляется некоторым упрощением считать, что тайваньские и южнокорейские работники действительно менее лояльны по отношению к своей компании. Дело здесь как раз в различиях кор-

поративной культуры и соответствующей ей «западной» организации труда, предполагающей работу по формальным правилам: человек, выполнивший свой рабочий план на день, может спокойно отправиться домой, в Японии же это будет *расценено* (и коллегами, и руководством) как нелояльность.

Возвращаясь к проблеме группизма и групп в японской корпоративной культуре и организации, следует отметить, что в японских компаниях, как и в западных, создаются и действуют и формальные, и неформальные группы<sup>19</sup>. И те, и другие играют важную роль в формировании и поддержании корпоративной культуры и, в свою очередь, несут на себе ее отпечаток.

Так, производственные группы (относятся к разряду формальных) в последнее время получают в Японии определенную самостоятельность и даже приобретают статус «самоуправляемых производственных единиц». По замыслу менеджеров, это должно способствовать не только повышению эффективности работы предприятий (компаний), но и более полной реализации личных возможностей и устремлений работников в русле отмеченного выше элемента организационной культуры – «воспитание человека».

Различные комитеты, широко распространенные в японских компаниях и также являющиеся формальными группами, благодаря вовлечению в них довольно широкого круга работников (в том числе рядовых) способствуют воспитанию у персонала духа сопричастности к делам компании.

Неформальные группы, под которыми понимаются спонтанно образовавшиеся группы «соратников», вступающих в регулярное взаимодействие для достижения общих целей, представлены в японских компаниях различными добровольными «кружками» – за повышение производительности труда, рационализацию и, конечно, известными «кружками качества». Такие образования выполняют в японских компаниях различные функции. Помимо производственных достижений, они способствуют раскрепощению инициативы, укреплению духа лояльности по отношению к компании, коллективизма, взаимовыручки, взаимного обучения, а также являются важнейшими каналами передачи информации в организации.

Причины, заставляющие работников примыкать к группе, разнообразны, но все они связаны с необходимостью удовлетворения ка-

<sup>19</sup> В менеджменте понятия «группа» и «команда» различаются, однако в контексте данной статьи эти различия не принципиальны. Поэтому мы будем использовать термин, более распространенный в Японии, – «группа» (хотя и «команды» сейчас обретают популярность в японских компаниях).

кой-либо потребности – в принадлежности, помощи, защите, а также стремлением к получению информации, тесного общения, симпатии. Причем следует отметить, что если у западного работника эти потребности определяются заданными условиями трудовой жизни и часто являются ответом на какие-либо ее негативные моменты (цели группы могут быть и позитивными, и негативными для компании в целом), то у японцев они в большей мере носят внутренний и позитивный характер, детерминированный этнопсихологическими и культурными особенностями нации, и определяются стремлением улучшить положение на своем производственном участке, повысить производительность труда. При этом очевидно, что мотивы личного выдвижения, желание отличиться не являются первостепенными. Для японского работника вполне естественно трудиться в группе для общего блага. Вместе с тем следует отметить, что такие неформальные группы на японских предприятиях не возникают спонтанно: будучи неформальными, они все же патронируются администрацией, и участие в них вознаграждается (не всегда в прямой материальной форме), причем на коллективной основе и в «смысловой обертке» благодарности от компании.

Названные выше особенности и мотивы участия в группе влияют на методы управления и эффективность с точки зрения достижения общих целей компании. Так, имманентно присущее японцам групповое сознание снижает вероятность конфликтов в группе, облегчает достижение консенсуса. Группа является источником общих ценностей и мерил моральных обязательств, она формирует особую «групповую субкультуру», которая, как правило, гармонично вписывается в систему корпоративных целей и ценностей. Такую группу и организационно достаточно легко «вписать» в общую структуру руководства фирмой.

Важно также подчеркнуть, что японская группа, состоящая из единомышленников и в этом смысле «естественная», предполагает высококонтекстуальное взаимодействие. Члены группы создают гармоничное пространство для обмена «неосознанным», «скрытым» знанием, эффективного взаимообучения. Э. Вогель подчеркивает, что неформальная групповая динамика более важна для успеха японского менеджмента, нежели такие признанные основополагающие его элементы, как пожизненный наем, принятие решений *ринги* и продвижение по старшинству<sup>20</sup>.

«Естественное» групповое сознание, характерное для японцев, во многом формирует стиль коммуникаций, принятия решений, лидерства в компаниях и тесно связано с подчеркнуто декларируемым эгалита-

<sup>20</sup> Can Japan Compete? Tokyo, 2000, p. 73.

ризмом, о котором говорилось выше. В самом деле, группа как ячейка компании является более или менее гомогенным коллективом. Она состоит из людей, говорящих на одном языке (имеется в виду не только японский язык, но и вербально-знаковая система, присущая данной группе), имеющих сходный исторический опыт (личный и коллективный) и ставящих коллективные ценности и интересы выше собственных. Поэтому серьезные конфликты в такой группе – довольно редкое явление, а вот достижение гармонии (*wa*) и консенсусное принятие решений в сочетании с длительным и тщательным обсуждением любого из них (*нэмаваси*) – вещь отнюдь не утопичная.

Высококонтекстуальное взаимодействие предполагает и естественную высокую трудовую мораль и этику, неукоснительное выполнение писанных и неписанных норм и правил поведения человека в коллективе – все это в Японии подкрепляется и сохраняющейся приверженностью конфуцианским ценностям, о чем в нашей литературе написано немало.

Вместе с тем высококонтекстуальность групповой культуры, ее гармония и бесконфликтность несут в себе не только позитивные, но и скрытые негативные импульсы. Люди не всегда готовы к конфликтным ситуациям, когда требуется отстаивать свою точку зрения (происходит своего рода «растворение», перемешивание индивидуальных идей и предложений, в результате чего может быть утеряно что-то ценное), они вынуждены подавлять свои человеческие эмоции, такие, как скука, разочарование, недовольство, раздражение.

#### **Формальное и неформальное: два способа существования корпоративной культуры**

Культура компании, как известно, существует в виде формальных и неформальных требований, заповедей, постулатов.

Часто ее основные принципы провозглашаются в системе ценностей, философии, миссии компании. Некоторые компании принимают кодексы, представляющие собой корпоративные конституции. Примечательно, что эта «видимая» часть корпоративной культуры является наиболее стандартизированной для компаний разных стран, наиболее близкой так называемым этическим гипернормам, ибо основывается на общечеловеческих ценностях. Большинство компаний в различной форме провозглашает в качестве главных корпоративных ценностей и приоритетов уважение к человеку (собственным работникам, партнерам, обществу), уважение к чужим культурам, сохранение окружающей среды, стремление к прогрессу и благу для всего человечества в целом и своих клиентов в частности.

Другая часть формальной составляющей корпоративной культуры существует в виде различных корпоративных символов (гимнов, речевок, эмблем, стиля оформления офисов и других рабочих помещений, форменной одежды и аксессуаров и т. п.), а также формальных правил и предписаний относительно норм и правил поведения сотрудников, порядка их взаимоотношений, включая обращение друг к другу. Как ни странно, в этой части корпоративной культуры различия наблюдаются скорее не на национальном, а на межфирменном уровне. Иными словами, каждая компания выбирает для себя необходимый набор формальных атрибутов поддержания корпоративной культуры. Выявить какие-либо национальные предпочтения в этой сфере довольно сложно. Например, раньше считалось, что сочинение, выучивание и пение гимна компании – атрибут японской корпоративной культуры. Однако при ознакомлении с практикой американских и европейских компаний выясняется, что корпоративные гимны и речевки часто являются элементами и их корпоративных культур.

Другое дело – «невидимая», неосоздаваемая часть организационных культур, которая существует в виде неписанных правил и норм, корпоративных легенд и мифов, сленга, сплетен и слухов, спонтанно возникших традиций, в том числе в сфере неформального общения. Общение вне работы может быть организовано компанией в целях сплочения коллектива – корпоративные вечеринки, спортивные соревнования и т. п. Эта часть корпоративной культуры в наибольшей мере зависит от особенностей национальной культуры и национального характера, поэтому здесь страновые различия весьма велики. Например, считается, что в японских компаниях неформальный обмен информацией (то, что на бытовом языке называется сплетнями и слухами) играет очень важную роль в системе коммуникаций. Но, что еще более важно, в японских компаниях по сравнению с западными неформальные атрибуты корпоративной культуры играют большую роль, так как японская культура, являясь высококонтекстуальной, меньше нуждается в формальном подкреплении. Неписанные нормы и правила соблюдаются в ней неукоснительно всеми партнерами. Известно, что даже система пожизненного найма всегда существовала на основе практики и традиции без законодательного обеспечения. Такое положение объясняется, на наш взгляд, прежде всего преобладающей ответственностью индивида перед группой (т. е. моральная ответственность не обезличена) в рамках корпоративной организации и традиционализмом в обществе и наряду с другими признаками является показателем сильной корпоративной культуры.

### Японская корпоративная культура: формально-логический подход

Рассмотрев некоторые особенности корпоративной культуры Японии, попробуем сконструировать некий усредненный образ этой культуры с использованием широко известной и применяемой в кросс-культурном менеджменте модели Г. Хофстеде<sup>21</sup>.

Данные для Японии, полученные Хофстеде по пяти переменным в сравнении с другими странами выглядят следующим образом<sup>22</sup>:

| Страна        | Дистанция власти | Индивидуализм | Мужественность | Избегание неопределенности | Долгосрочность ориентации |
|---------------|------------------|---------------|----------------|----------------------------|---------------------------|
| США           | 40               | 91            | 62             | 46                         | 29                        |
| Германия      | 35               | 67            | 66             | 65                         | 31                        |
| <b>Япония</b> | <b>54</b>        | <b>46</b>     | <b>95</b>      | <b>92</b>                  | <b>80</b>                 |
| Франция       | 68               | 71            | 43             | 86                         | 30                        |
| Голландия     | 38               | 80            | 14             | 53                         | 44                        |
| Гонконг       | 68               | 25            | 57             | 29                         | 96                        |
| Индонезия     | 78               | 14            | 46             | 48                         | 25                        |
| Китай         | 80               | 20            | 50             | 60                         | 118                       |

<sup>21</sup> Голландский исследователь кросс-культурного менеджмента Г. Хофстеде на основе обработки результатов анкетирования 117 тыс. работников компании IBM в 75 странах выделил четыре важнейших параметра деловой культуры: соотношение индивидуализма и коллективизма, дистанция власти, соотношение мужественности и женственности, отношение к неопределенности. После посещения Китая Хофстеде пришел к выводу, что четырехфакторная модель, которая объясняла большинство поведенческих особенностей, присущих европейским и североамериканским странам, недостаточна для понимания стран Востока. В результате дополнительных исследований, проведенных в Китае, Японии и странах ЮВА, система параметров дополнилась еще одним – восточным фактором, названным автором фактором конфуцианского динамизма, отражающим соотношение долгосрочной и краткосрочной ориентации в деловой культуре.

Параметры культуры Г. Хофстеде не абсолютны, а относительны. Это – дилеммы предпочтения, которые занимают определенное место на шкале между 0 и 100%. Показатель больше 50% означает тренд в высшую сторону. – *Мясоедов С. П.* Основы кросс-культурного менеджмента, с. 111–112. Подробное описание параметров см. там же, главы 9–13.

<sup>22</sup> Составлено по: *Занковский А. Н.* Организационная психология – <http://www.socioego.ru/teoriya/istoch/zanc/cultura1.html>

Для большей наглядности представим эти данные в графическом виде. На графике деловые культуры разных стран предстают в виде многоугольников, ни одна пара которых не совпадает по конфигурации. Наиболее близки по «очертаниям» культуры США и европейских стран. Японская культура даже визуально заметно отличается и от западных, и от других восточных культур. По сравнению с Востоком она «вытянута» в сторону мужественности и избегания неопределенности, по сравнению с Западом – «сплющена» по шкале индивидуализм.

Эти характеристики в целом совпадают с особенностями, выявленными нами на основе анализа эмпирических данных и в рамках общей логики анализа, проведенного в предыдущих разделах работы.

В отношении фактора «долгосрочность ориентации» уместно добавить, что значение данного параметра во многом объясняется выводами С. Хаяси, касающимися особого восприятия времени японцами. Он пишет: «Японские бизнесмены приносят что-то из прошлого и что-то из будущего. Для японцев время нелинейно (circular time)»<sup>23</sup>. Поэтому они живут иными временными категориями. На эту особенность указывает также и Р. Д. Льюис, который замечает, что восточный человек не может принимать быстрого решения. Для него прошлое создает контекст настоящего решения, в то же время он понимает, что будущее может принести те же или иные возможности, риски и опасности. На Востоке время не уходит безвозвратно, а вращается по кругу<sup>24</sup>.

Таким образом, в целом мы можем представить усредненную корпоративную культуру Японии (деловую культуру) как культуру:

- эгалитарную;
- коллективистскую (вариант «группизм»);
- мужественного типа (т. е. ориентированную на ценности, ассоциирующиеся с ролью мужчины в семье и обществе – настойчивостью, самоуверенностью, успехом, высокой ценностью работы, а также четким разделением социальных ролей полов);
- с ярко выраженным стремлением избежать неопределенности (наличие ясных и четких правил в обществе и компании, в значительной мере поддерживаемых традициями);
- долгосрочным временным горизонтом (упорство и настойчивость в достижении целей, склонность к сбережениям, планированию карьеры и жизни на длительный период).

<sup>23</sup> *Hayashi S.* Culture and Management in Japan, p. 16.

<sup>24</sup> *Льюис Р. Д.* Деловые культуры в международном бизнесе, М., 1999, с. 92–93. Заметим, что в книге Льюиса описываются деловые культуры разных стран, в том числе и Японии, и даются весьма интересные практические рекомендации по ведению бизнеса с представителями данной деловой культуры.

Разумеется, существуют и другие методы и критерии классификации деловых культур, использование которых может добавить дополнительные штрихи к модели деловой культуры Японии. Так, голландский ученый Ф. Тромпенаарс исследовал деловые культуры с точки зрения готовности людей следовать законам или находить основания для их нарушения. По данному критерию Япония относится к странам, где преобладает культура универсальных истин, для которых характерна склонность к соблюдению буквы и духа закона. По результатам обследования, проведенного Тромпенаарсом в разных странах, Япония имеет оценку 67 (100% – стремление соблюдать закон во всех случаях, для сравнения показатель по США – 95, Великобритании – 90, России – 42)<sup>25</sup>.

По критерию «действие – статус» (критерий Э. Холла) Япония, как уже отмечалось, относится к высококонтекстуальным деловым культурам, для которых характерна высокая степень зависимости положения человека от его принадлежности к той иной социальной, имущественной или иной группе.

#### **Японская корпоративная культура: время перемен**

Итак, в японских компаниях сложилась своеобразная и сильная корпоративная культура, формирующая такой организационный климат, в котором работники не просто разделяют корпоративные ценности, но и сознательно, а чаще органично привержены им.

Однако при этом следует иметь в виду, что сильная культура эффективна тогда, когда она соответствует текущим и перспективным целям организации. В то же время, когда компании сталкиваются с необходимостью перемен, сильная культура может стать препятствием на пути преобразований, поскольку является наиболее инертной частью системы корпоративного управления.

Сказанное в полной мере относится к ситуации в крупных японских корпорациях. В период динамичного экономического роста в относительно стабильной внешней среде сильная корпоративная культура была важным стратегическим активом и одним из факторов повышения конкурентоспособности японских фирм. Сейчас же в эпоху перемен, связанных с завершением этапа догоняющего развития и необходимостью приспособливаться к быстро меняющимся условиям глобальных рынков, японские корпорации вынуждены корректировать и свою корпоративную культуру, что является едва ли не самой сложной задачей в процессе реформы корпоративного управления.

<sup>25</sup> Мясоедов С. П. Основы кросс-культурного менеджмента, с. 145–146.

---

---

## ГЛАВА ПЯТАЯ

### «ТРУДОГОЛИКИ» В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ

Согласно мнению, широко распространенному в теории международного менеджмента, который призван объяснить специфику поведения представителей разных культур в труде, японцы относятся к так называемым «мужским» обществам. Среди важнейших признаков, которые характеризуют «мужское» общество, называются, например, не только особое умение его членов ставить перед собой цели и достигать их, но, самое главное, – подчинение всех жизненных установок ценностям, связанным с трудом. Труд составляет смысл жизни, занимает основное место в поведенческих моделях, формирующихся в рамках такого общества<sup>1</sup>.

Мужчина – это основное лицо в японском производстве, главный носитель высокой трудовой морали, формирующей облик всей страны. Мужчины не только численно преобладают в составе рабочей силы Японии, но выделяются и своей особой ролью, которую играют в сфере общественного труда. Вместе с тем следует подчеркнуть, что типичное для «мужского» общества поведение демонстрируют не только мужчины, но и женщины Японии, которые и сами исповедуют ценность труда, и новые поколения воспитывают в этом духе. Кроме того, численность женщин, занятых в настоящее время в общественном труде в Японии (25,9 млн. человек в 2002 г.), уже вполне сравнима с численностью мужчин (37,4 млн.)<sup>2</sup>.

В национальном характере японцев трудолюбие является одной из традиционных, систематически воспитываемых добродетелей. Ценность труда, как стержень, скрепляет всю японскую жизнь. В сознании японцев эта ценность прочно связана с целым комплексом

<sup>1</sup> Более подробно см., в частности: Hofstede Geert. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, 1980.

<sup>2</sup> Labour Force Survey. Tokyo, Ministry of Internal Affairs and Communication, Released on 28 Jan. 2005.



свойств, которые характеризуют «хорошего человека». Это – и собственное, с детства привитое честное отношение к труду и признание его единственно верным способом достижения жизненных благ. Это – и уважение к чужому труду, в каком бы виде он не проявлялся. Понимание и восприятие труда как средства самореализации и достижения личного благосостояния неотделимы при этом от чувства долга перед обществом, приверженности, даже подчиненности, интересам коллектива и коллективным ценностям. Такое восприятие японцами труда и трудовой морали резко выделяет эту нацию среди представителей других современных цивилизаций. Об этом свидетельствуют результаты неоднократных опросов. В наш век «развитого всеобщего потребительства» японцы гораздо чаще демонстрируют предпочтение полезной общественной деятельности любому другому виду времяпрепровождения<sup>3</sup>.

Ценности труда и трудолюбия, как и всего комплекса сопутствующих ценностей, присущих национальному самосознанию японцев, заложены в традиционных религиях и верованиях (дзэн-буддизме, синтоизме и конфуцианстве). Они также восходят к массовым крестьянским корням народа, причем особую роль, несомненно, сыграли исключительно трудоемкие способы земледельчества в Японии, основанного на выращивании риса. В новой истории большое значение имело то обстоятельство, что японское общество оказалось в числе так называемых «догоняющих» цивилизаций, которым предстояло ценой неимоверных усилий ликвидировать разницу в уровне своего развития и сократить разрыв с передовыми странами. Следует отдать должное и правящей элите страны, которой удалось поставить перед своими согражданами вполне ясные и достижимые ориентиры, послужившие для них значительным стимулом в их повседневной трудовой жизни.

Современное общественное устройство Японии с его институтами также хорошо приспособлено к воспроизводству такого отношения к труду. Формирование в молодом японце устойчивой привычки к труду начинается еще в семье. Затем такое воспитание продолжается в системе дошкольного и школьного образования, которое также подчинено достижению, прежде всего, этой цели. Важно подчеркнуть, что японская школа, как и многие другие общественные институты в Японии, представляет собой хорошо отлаженный механизм подчинения индивида социальным нормам поведения. Сопротивление этим нормам грозит жесткой, иногда даже жестокой, реакцией со стороны общества, вплоть до проявлений остракизма и социальной изоляции,

<sup>3</sup> Там же.

по отношению к нарушителю. Японский характер благодаря таким воздействиям формируется как интровертивный, самоуглубленный, что скорее помогает, чем мешает, развитию трудолюбия и стремления самоутвердиться с помощью достижений в труде.

С младых ногтей японец привыкает к тяжкому труду постижения иероглифического письма и к суровой дисциплине в семье и в школе и вступает во взрослый мир, уже получив серьезную подготовку к трудовой жизни. Этот ценный жизненный опыт детства японец не сможет забыть никогда. Даже в наши дни, когда суровая действительность уже не гонит японскую молодежь за куском хлеба на производство, она, совсем не похожая на своих отцов и дедов, по многим свидетельствам иностранных наблюдателей, гораздо более ориентирована на труд, чем ее сверстники на Западе. Уже вполне вкусив прелестей жизни, которую может себе позволить житель богатой страны, и, увлекаясь тем же, чем увлекается молодежь западных стран, молодой японец готов работать с полной отдачей сил точно так же, как это делали его родители, стоит ему попасть в отлаженную производственную среду современной фирмы.

Образ современного японца неизменно ассоциируется с эдаким не знающим усталости человеком, которого невозможно представить вне производства и вырвать из него. Этот образ, так сказать, «трудоголика в производственном интерьере» уже хорошо знаком всему миру. Действительно, успешная экономическая жизнь и высокий уровень производственной организации труда в системе крупного бизнеса в настоящее время служит наиболее благоприятной средой, в которой продолжает развиваться и выдавать высокие результаты трудолюбивый японский характер. Более того, можно смело утверждать, что современная компания является в Японии тем основным общественным институтом, где окончательно утверждается для индивида ценность труда. Японец, включенный в непосредственный процесс общественно-полезного труда, неизменно подвергается целому комплексу так называемых организационно-экономических способов «воспитания» трудолюбия. Речь идет о роли управленческих технологий, применяемых японскими фирмами.

Возможно, японская управленческая система, как ни одна другая в мире, сложилась именно как система, из которой нельзя выбросить ни один из элементов, иначе она не только перестала бы быть эффективной, но и просто саморазрушилась. И вся эта целостная система направлена исключительно на то, чтобы труд персонала был эффективен.

Нанимаясь в фирму, японский работник попадает в систему долгосрочных отношений с ней. Он приходит туда прямо со школьной скамьи, работает всю жизнь и увольняется в определенном возрасте,

чтобы уступить место следующему поколению. В системе «пожизненного найма» не только труд, но и все существование персонала заранее расписано и предопределено до мелочей. Так, заработок повышается регулярно, поскольку его размер зависит от уровня образования, стажа и возраста. Каждые полгода выплачиваются бонусы (особый вид премии по результатам деятельности фирмы), которые также прочно вошли в жизнь. Персонал японской фирмы обычно имеет много социальных льгот, а при увольнении может рассчитывать на крупное выходное пособие. Кроме того, именно в своей фирме японский работник приобретает необходимую профессию и повышает квалификацию. Крупные фирмы имеют свои учебные заведения, курсы, центры, более мелкие оплачивают обучение персонала в государственной системе профподготовки. Такой работник стоит дорого, и фирма в ответ на свои расходы рассчитывает получить от него максимум трудовой отдачи.

Даже в небольших японских фирмах обычно содержится некоторый ключевой персонал, который пользуется привилегиями долговременной занятости. Так, по данным японской статистики, институт предельного возраста пребывания в фирме (а именно он выступает в качестве своеобразной гарантии долговременной занятости) имеется не только во всех крупных компаниях, но и в значительной мере – в средних и даже в мелких фирмах. Согласно данным обследования министерства труда в 2000 г., такого порядка придерживались 91,3% фирм с числом занятых более 30 человек, причем 100% фирм с числом занятых 5000 человек и более, 99,9% – от 1000 до 5000; 99,6% – от 300 до 1000; 98,5% – от 100 до 300; и 88,2% – от 30 до 100 человек<sup>4</sup>.

Хорошо отработанная и эффективная в крупных фирмах и поддерживаемая государством система управления постепенно превратилась в идеал подражания не только для всей бизнес-культуры страны, но и закрепились в качестве такового в сознании рядовых японцев. И реальность оправдывала ожидания последних, если только они сами соответствовали требованиям менеджмента, трудились с полной отдачей сил.

Результатом таких усилий бизнеса явилась, можно сказать, полная реализация того трудового потенциала японского характера, который исторически закладывался в нем с незапамятных времен и поддерживается современным семейным и школьным воспитанием. Факты, иллюстрирующие качество и напряженность труда японского работника, многочисленны и хорошо известны.

<sup>4</sup> *Фудзимура Хироюки*. 60 сайдай дзэнхан-но коё кэйдзюку-о дзицугэн суру тамэ-но кадай (Проблемы продления занятости лиц старших возрастов). – Нихон родо кэнкю дзасси. 2001, № 43, с. 15–21.

Пожалуй, одним из наиболее ярких примеров является продолжительность рабочего времени, на которое соглашался японский персонал. В 2000 г., например, количество отработанного времени составило в Германии 1482 часа, во Франции – 1587, в Англии – 1708, в Японии – 1820 часов<sup>5</sup>. Японские работники в 2000 г. были заняты 237 дней в году, англичане – 229, французы – 225, немцы – 226 дней<sup>6</sup>. До 10% рабочего времени японского работника составляет сверхурочное время, причем это только официальные данные<sup>7</sup>.

Кроме того, и плотность рабочего времени у японского работника очень высока за счет того, что каждая его минута используется для выполнения производственного задания. Немыслимо представить, чтобы японец долго говорил по телефону о своих домашних делах или чтобы японка на работе красила ногти, прихорашивалась перед зеркалом. Японцы вообще не работают по принципу «от и до». Постоянный персонал в японских компаниях систематически перерабатывает положенное время, приходя на работу раньше и уходя позже официально установленных сроков. Служащие часто берут работу на дом.

Несколько характерных штрихов к портрету современного рядового японца, позволяющих оценить степень интенсивности его трудовой жизни (и жизни вообще!), добавит описание его поездок на работу. В среднем жители трех крупнейших городов страны – Токио, Осака и Нагоя – тратят в дороге на работу (и столько же – с работы) соответственно 75; 70 и 65 минут. При этом почти половина (46,5% в 1994 г.) из них находится в дороге на работу в один конец более 75 минут, а более четверти людей – свыше полутора часов. Более 60% таких пассажиров, по их словам, едут в переполненных на 200–250% поездах, 70% – жалуются на страшную усталость от поездок на работу в общественном транспорте. А ведь потом им целый день предстоит трудиться с полной отдачей сил<sup>8</sup>.

Однако постоянное место работы ценится в Японии очень высоко, и обычно с потерей времени на поездки в свою фирму японцы не считаются. Даже если фирма вознамерится отправить своего работника в длительную командировку или на постоянную работу в филиал, то он, не задумываясь, сменит место жительства, как бы далеко ему не пришлось уехать с насиженного места.

<sup>5</sup> Japan Almanac. 2005. p. 86.

<sup>6</sup> Ibid. Данные по другим странам относятся к одному из годов периода 2000–2001 гг.

<sup>7</sup> Средние данные за 1950–2001 гг. рассчитаны по: Родо кагаку. 1988, т. 64. № 3, с. 2; Тоё кэйдзай токэй гэнпо. 2001, № 3, с. 21.

<sup>8</sup> Commuter Quandary in Metropolitan Areas – 70% «Feel Exhausted». – Japan Labor Bulletin. 1994, vol. 33, № 11.

Эти примеры, которые теперь широко известны, можно множить и множить. Японское общество, приобретя в глазах иностранцев образ общества «трудоголиков», и сейчас вполне справедливо продолжает оставаться таким же. И многим казалось, что если оно таким было всегда, то таковым останется и впредь.

Между тем трудности последнего десятилетия, прошедшего с момента разрушения «экономики мыльного пузыря», «бегство» промышленности за рубеж, снижение деловой активности и темпов экономического роста, увеличение числа банкротств, обострение проблем трудоустройства и, наконец, постоянное повышение уровня безработицы не могли не отразиться на состоянии рабочей силой. Большую роль начинают играть процессы глобализации и усиливающееся влияние западных ценностей, которые все больше проникая в открытое ныне японское общество, не только не отторгаются, как прежде, массовым сознанием, но, напротив, начинают восприниматься японцами как образцы для подражания. Все это способствует размыванию прежней «трудовой» модели поведения, характерной для представителей японского общества. Образ человека труда в Японии постепенно становится другим.

Специалисты указывают на целый ряд тревожных тенденций в области труда, которые приобретают угрожающие масштабы именно в связи с обострением экономической ситуации в стране. В их числе – снижение уровня квалификации, систематический рост усталости персонала, обострение проблемы травматизма и смертности на производстве, повышение текучести кадров.

Так, в 2004 г. 6,13 млн. человек хотели сменить свою работу и 2,76 млн. были заняты активными поисками нового места труда. Общий уровень текучести кадров Японии в конце XX – начале XXI в. постоянно увеличивался и достиг небывалой для Японии величины – почти 20%<sup>9</sup>. Ухудшаются показатели производственного травматизма<sup>10</sup>.

Уровень безработицы за последнее десятилетие увеличился почти в 2 раза (с 2,9 в 1994 г. до 5,3% в 2003 г.)<sup>11</sup>. Число безработных перешагнуло за 3 млн. человек, при этом в худшую сторону изменяется их структура. В настоящее время в стране растет доля лиц, ищущих работу длительное время. Одновременно рост численности работающего по найму населения происходит преимущественно за счет временной

<sup>9</sup> Labour Force Survey. Tokyo, Ministry of Internal Affairs and Communication, Released on 28 Jan. 2005; Job Separation Rate Up From 7.5% to 8.4%: Survey on Employment Trends. – Japan Labor Bulletin. 1998, vol.37, № 3.

<sup>10</sup> Deaths Due to Industrial Accidents Rise for Third Consecutive Years. – Japan Labor Bulletin. 1997, vol. 36, № 7.

<sup>11</sup> Там же.

или частичной занятости, поскольку темпы увеличения их численности на порядок выше по сравнению с ростом постоянно занятых. Так, если число постоянного персонала за 2000 г. увеличилось на 70 тыс., то число нерегулярно занятых – на 620 тыс. человек. Вследствие этого в настоящее время в пользу последней категории быстро изменяется и структура наемного труда. В результате в течение последнего десятилетия XX в. состав рабочей силы в Японии действительно преобразился именно за счет того, что число нерегулярно занятых работников увеличилось в 2,5 раза. Они постепенно стали вытеснять с производства постоянный персонал, т. е. тех, кто «работал ради работы», тех, для кого трудовая мораль составляла основу их жизни.

В начале XXI в. уже около 30% среди наемной рабочей силы не имеет постоянной работы и достаточного заработка<sup>12</sup>. В 2004 г. более 3 млн. работников наемного труда нуждались в дополнительных заработках и были заняты поисками второй работы<sup>13</sup>. Такого рода персонал уже совершенно иначе относится к самому труду и видит в нем всего лишь средство к существованию, а не смысл жизни. На рынке труда Японии появляется и совершенно новый персонаж – молодой работник, ищущий в труде источник доходов для развлечений.

Все эти факты и цифры, сами по себе впечатляющие, не вполне адекватно отражают реальную ситуацию, сложившуюся для человека труда в Японии на переломе тысячелетий. И дело не столько в том, что в Японии различие в подсчетах такого важного показателя, как безработица, по сравнению с западными способами довольно существенно занижает ее уровень в стране. Проблема заключается в том негативном влиянии всей ситуации, которая сложилась к этому времени на рынке труда, на мироощущение современного рядового японца. По данным некоторых исследований, потеря работы или угроза остаться без работы воспринимается многими японцами как шок. Более того, эти сдвиги в сознании людей грозят сломом всей той поведенческой модели, которая характеризует современное «мужское» общество Японии с его ориентацией на ценности труда и высокой трудовой морали.

В годы периода высоких темпов экономического роста в Японии были обеспечены работой фактически все желающие. Несколько поколений японцев успели привыкнуть к тому, что они не должны были устремляться на поиски работы после окончания учебного заведения. Отлаженный механизм трудоустройства и приобретения квалификации

<sup>12</sup> High Labor Turnover and Increased Long-term Unemployment. – Japan Labor Bulletin. 2001, vol.40, № 1; 30 Percent of All Employees Non-regular: Ministry of Labour Special Survey. – Japan Labor Bulletin. 2000, vol. 39, № 11.

<sup>13</sup> Labour Force Survey. Tokyo, Ministry of Internal Affairs and Communication, Released on 28 Jan. 2005.

позволял молодежи без особых затруднений переходить из мира детства к трудовой жизни. Более того, бурное развитие экономики способствовало тому, что наиболее усердные из них всегда могли рассчитывать на лучшие рабочие места, их ожидала перспектива долгосрочной престижной работы и безбедная жизнь до самой старости. Что касается безработицы, то поскольку вплоть до середины 80-х годов ее как явления, характеризующего экономическую жизнь страны, фактически не существовало, японцы почти забыли даже само это слово. Уровень безработицы был настолько мал (1–1,5%), что приравнивался к статистической погрешности.

В настоящее время существенно сложнее стало положение многих слоев наемного персонала, но, прежде всего, старших поколений. К концу XX столетия в японском обществе накопилось немало проблем, которые обострялись в связи со старением населения и требовали своего разрешения. В последние годы проблема существования в старости выдвинулась в Японии на передний план. Население Японии в настоящее время быстро стареет. Согласно прогнозам Института проблем населения при министерстве здравоохранения и социального обеспечения ожидается, что доля лиц в возрасте 65 лет и старше превысит к 2020 г. 25%. Поскольку на момент составления прогноза (1996 г.) эта доля была менее 15%, это означало, что за оставшиеся 25 лет она будет увеличиваться исключительно быстрыми темпами<sup>14</sup>. Рост продолжительности жизни и увеличение численности населения старших возрастов делает проблему обеспечения источников доходов для них все более понятной в глазах всего общества. По мере развития этих процессов все большее число членов общества начинает интересоваться вопросом о перспективах качества своей жизни в старости.

Лица старших возрастов в Японии традиционно проявляют большую заинтересованность в продлении активной трудовой жизни. Занятость среди них в Японии всегда была гораздо выше, чем в других странах. В конце XX столетия в возрасте от 55 до 59 лет уровень занятости составлял в Японии 94,2%, в то время как, например, в США – 78,4%, а в европейских странах (в среднем) – 69,1%. В возрасте 60–64 лет японцы были заняты на 72,6%, американцы – на 54,8%, европейцы – на 32,9%. И даже в возрасте старше 65 лет доля работающих в Японии составляла 34,1%, а в США и в Европе соответственно – 16,9 и 5,3%<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> *Seike Atsushi*. The Employment of Older People in Japan and Policies to Promote It. Special Topic. – Japan Labor Bulletin, 1994, vol. 33, № 12.

<sup>15</sup> *Iwata Katsuhiko*. Employment of Older Persons and Policy Development in Japan. Toward Active Aging in 21st Century. Japan/U.S./E.U. Joint Research. JIL Workshop/Symposium 2001. Tokyo, 2001. – <http://www.jil.go.jp/seika/workshop.htm>

Однако положение дел со временем меняется, и доля лиц старших возрастов в составе рабочей силы в Японии, если рассматривать долговременные тенденции, сокращается. Тенденция последних десятилетий XX в. свидетельствовала о быстром снижении значений этого показателя. Степень участия в общественном труде мужчин в возрасте от 60 до 64 лет, например, снизилась к началу 90-х годов по сравнению с началом 60-х годов на 10 процентных пунктов<sup>16</sup>.

Начиная со второй половины 70-х годов, существенное влияние на этот процесс стали оказывать успехи в развитии пенсионного обеспечения в стране. По мере повышения уровня пенсионного обеспечения в это время из состава рабочей силы уходили те, кто в прошлом не могли этого сделать именно из-за низкого размера пенсии.

Однако в 90-е годы в связи с ухудшением экономической обстановки и снижением доходов населения вновь наметился рост занятости среди старшего поколения. Эта тенденция развивалась на фоне роста безработицы, сильно ударившей по представителям этой возрастной группы. Так, в 1988 г. уровень безработицы в Японии среди населения в возрасте 55–59 лет составлял 3%, а в возрасте 60–64 лет – 6,7% (при среднем уровне в 2,5%). В 2000 г. эти показатели уже составляли 4,5 и 10,4% соответственно (при этом и средний уровень возрос до 4,9%)<sup>17</sup>.

В настоящее время в связи с длительным экономическим кризисом японский рынок не в состоянии поглотить всех желающих работать, тем более, лиц с пониженной трудоспособностью, нередко нуждающихся в специфических формах занятости. Более того, особенности японского рынка труда создают для них дополнительные трудности. Эти трудности связаны с существованием порядка увольнения персонала по возрасту с предприятий, придерживающихся принципов пожизненного найма. Старшие контингенты, особенно служащие крупных и средних фирм, довольно рано в принудительном порядке вытесняются из сферы занятости и часто – вообще с рынка труда. Соответственно, это выливается в проблему полной необеспеченности источниками дохода на протяжении значительного отрезка жизни заметной части пожилых людей – в прошлом основного ядра рабочей силы страны.

Кроме того, вопрос о занятости старшего поколения постоянно упирается в проблему разрыва между нормами пенсионного возраста в государственной системе и в частном секторе. В настоящее время

<sup>16</sup> *Seike Atsushi*. The Employment of Older People in Japan and Policies to Promote It. Special Topic. – Japan Labor Bulletin, 1994, Vol. 33, № 12.

<sup>17</sup> *Iwata Katsuhiko*. Employment of Older Persons and Policy Development in Japan. – Toward Active Aging in 21st Century. Japan/U.S./E.U. Joint Research. JIL Workshop/Symposium 2001. Tokyo, 2001. – <http://www.jil.go.jp/seika/workshop.htm>

этот разрыв составляет целых пять лет. Большинство фирм повысили в последнее время принудительный возраст выхода на пенсию с 55 до 60 лет. Однако государство реформирует в настоящее время пенсионную систему таким образом, что возраст получения пенсии для бывших работников значительной части частных фирм увеличится с 60 до 65 лет. В конце концов, гарантия занятости оборачивается для них принудительным увольнением в том возрасте, когда они еще полны сил, а до государственной пенсии – далеко.

Положение осложняется тем, что японская пенсионная система в настоящее время испытывает большие финансовые затруднения в связи со снижением уровня поддержания этой системы работающими поколениями. По мере сокращения численности последних и увеличения числа пенсионеров соотношение расходов пенсионной системы по выплате пенсий и ее доходов от страховых взносов систематически ухудшается. Власти стоят перед необходимостью реформировать эту систему в значительной степени с прицелом на решение именно этой проблемы. В свою очередь, это ведет к ужесточению норм пенсионного обеспечения, в частности, к дальнейшему повышению пенсионного возраста и к относительному снижению уровня пенсий.

Закономерно, что все это вызывает стремление лиц старших возрастов в Японии оставаться на рынке труда как можно дольше и восполнять потери в своих доходах за счет заработной платы. Им остается только область мелкого бизнеса, где, не имея других источников дохода, они вынуждены соглашаться на работу в гораздо худших условиях, чем в крупных фирмах. В условиях современного затяжного экономического кризиса делать даже это становится все труднее и труднее.

Многие представители старшего поколения тяжело переживают столь драматичные изменения в своем положении. Будучи выбиты из привычного образа жизни, они чувствуют большой психологический дискомфорт и теряют социальную адаптацию. По данным одного исследования, более половины из них испытывают чувство беспокойства по поводу своего будущего. У многих (29%) это чувство граничит с отчаянием, некоторые (23%) вдруг понимают, что они остались наедине со своей бедой. Очень многие (35%) обвиняют своих работодателей в черствости и жестокосердии<sup>18</sup>. Практика преждевременных увольнений, процесс замены кадров временным персоналом и в целом отход компаний от принципов пожизненного найма воспринимаются в среде работников старших возрастов крайне отрицательно.

<sup>18</sup> Takashi Kawakita. The Mid-career Unemployed in Japan. – Japan Labor Bulletin. 1997, vol. 36, № 3.

Все это ведет к нарастанию апатии среди них и разочарованию во всей внутрифирменной системе стимулирования труда в широком смысле слова. Такие настроения среди тех, которые в прошлом были наиболее мотивированными и активными в области труда, проникают в толщу трудовых коллективов и словно по цепочке передаются во все слои японского общества.

Однако при всем том, что представители старших поколений испытывают серьезное ухудшение своего положения и болезненно реагируют на снижение экономической стабильности в стране, они в известном смысле находятся даже в лучшем положении по сравнению с молодежью. Как считает японский ученый из Института социальных исследований при Токийском университете Гэнда Юдзи, в отличие от работников старших возрастов, в отношении которых крупные фирмы и государство предпринимают определенные меры для поддержания их занятости, японская молодежь предоставлена самой себе<sup>19</sup>.

Большая часть японской молодежи традиционно выходит на рынок труда, если и не совсем без профессиональной подготовки, то, во всяком случае, без какого-либо свидетельства о присвоении квалификации. Государственная система профессиональной подготовки до сих пор не получила в Японии большого развития<sup>20</sup>. В свое время такое положение вещей мало смущало руководство японских компаний. Спрос на рабочую силу, особенно на новых выпускников, в период высоких темпов постоянно превышал ее предложение, и они всегда могли найти работу, если только не претендовали на что-то особенное.

Все это выглядело контрастом тому, что имело место в других странах, где неквалифицированная молодежь никогда не котировалась на рынке труда. В Японии спрос на молодежь, кроме высокой конъюнктуры, был связан с установившимися взаимоотношениями между работодателями и работниками. В рамках системы пожизненного найма молодежь рассматривалась не только как рабочая сила, но как будущий преемник традиций компании, которая видела в ней объект воспитания в духе традиционной трудовой морали. Поэтому молодежь в японских фирмах всегда пользовалась особым, преимущественным, правом на внутрифирменное обучение.

В настоящее время многое изменилось из-за того, что фирмы стали проводить политику экономии на рабочей силе, не только выталкивая при этом из производства старшие контингенты, но и сдерживая приток

<sup>19</sup> Yuji Genda. Dangers Facing Businessmen in their 20s and 30s Who Work for Large Companies. – Japan Labor Bulletin. 2003, vol. 42, № 2.

<sup>20</sup> Подробнее см.: Матрусова Т. Н. Организация профессиональной подготовки в Японии. М., 1990.

молодежи. По данным одного из самых последних исследований, проведенных министерством внутренних дел и коммуникаций Японии (декабрь 2004 г.), уровень безработицы среди лиц в возрасте от 15 до 24 лет составил 9,5%, что в 2 раза превышает средний по стране (4,7%). Среди юношей этого возраста безработица еще выше – 10,9%, в то время как уровень безработицы среди мужчин всех возрастов в среднем составляет 4,9%. В условиях, складывающихся на рынке труда, далеко не всей молодежи удается, как прежде, найти хорошую работу. Значительная часть, не имея квалификации, вынуждена в настоящее время довольствоваться временными заработками, соглашаться на частичную занятость, искать место в малопrestiжной, маленькой фирме.

В худшую сторону, однако, изменилось положение и тех «счастливиц», которые все же нашли подходящую работу. В первую очередь это относится к выпускникам высших учебных заведений, которые попали в крупные компании. Молодежь с высшим образованием в возрасте 20–30 лет составляет довольно внушительную часть той молодежи, которая выходит в настоящее время на рынок труда Японии. В компаниях с числом занятых более 1 тыс. человек к началу 2003 г. насчитывалось примерно 1,5 млн. таких работников.

Сокращение численности персонала в крупных фирмах вследствие их ориентации на всемерную экономию не могло не привести к повышению напряженности труда тех, кто остается там работать. Такое повышение напряженности труда выражается довольно разнообразно.

По данным исследований министерства труда, с конца прошлого века вновь наметилась приостановившаяся в свое время тенденция к сокращению длительности фактически используемых отпусков, положенных японским работникам по закону. Ситуация с отпусками всегда была достаточно сложной в Японии, что объяснялось рядом обстоятельств. В частности, сами нормы трудового законодательства достаточно суровы в этом отношении. Молодежь может рассчитывать лишь на самые минимальные по продолжительности отпуска: тому, кто проработал один год, полагается всего шесть дней за счет предприятия. С ростом продолжительности стажа увеличивается и оплачиваемый отпуск – на один день за каждый последующий год, но при этом никто не может рассчитывать больше, чем на 20 дней. Это резко отличается от той ситуации, в которой находится наемный работник за рубежом. В большинстве европейских стран, например, ежегодный положенный по закону отпуск не может быть менее 24 дней.

Но и такой отпуск мало кто использует в Японии полностью. Нельзя, конечно, сбрасывать со счетов тот высокий уровень привычной лояльности японского персонала по отношению к своим работодателям, о котором уже шла речь. Действительно, японские «трудоголики»

часто добровольно жертвуют своим отдыхом ради фирмы. Однако в настоящее время фирмы все чаще проявляют особую настойчивость, прямо или косвенно заставляя свой персонал «отложить желание своевременно воспользоваться своим правом на отдых ввиду экономических затруднений в бизнесе». Ликвидация этих затруднений выливается в сокращение персонала и повышение интенсивности труда, в том числе за счет сокращения уровня фактического использования отпусков. К началу XXI в. японский персонал, занятый на предприятиях с численностью работающих более 30 человек, фактически использовал не более половины положенного отпуска, в то время как и его средняя продолжительность, определенная законом, была не так уж велика – всего 17,8 дней<sup>21</sup>.

Растет и продолжительность сверхурочного времени. Начиная с 1998 г. в этой области в Японии наметилась новая тенденция: если раньше больше других сверхурочно работал персонал мелких и средних предприятий, то в настоящее время – это те, кто работает в крупных фирмах.

Увеличивающаяся производственная нагрузка падает, прежде всего, на молодежь, которой еще предстоит завоевать на новом месте авторитет и не лишиться перспективы успешного карьерного роста. Именно к молодежи обращены первые призывы работодателей Японии отказаться «на время» от своих прав на отдых и нормированное рабочее время. Согласно результатам опросов, которые проводились непосредственно среди работников, за три-четыре года развития указанной выше тенденции среднее количество сверхурочного времени для четверти мужчин в 30-летнем возрасте достигло 60 часов в месяц. Эти данные оказались в несколько раз выше результатов опросов представителей менеджмента, стремящихся разными способами скрыть реальное положение вещей в своих фирмах<sup>22</sup>. Более того, по некоторым свидетельствам, обычным явлением в последнее время становится привлечение молодежи к более значительным по времени переработкам – до 80, 100 и даже 200 часам в месяц<sup>23</sup>.

Значительный рост производственной нагрузки связан и с продолжающейся реорганизацией бизнеса, в результате которой путаются привычные схемы делопроизводства, прежние обязанности дополняются новыми и возлагаются на самое нижнее звено персонала, т. е. на ту же молодежь. Напряженности в труде добавляет, как ни парадоксально,

<sup>21</sup> The 1999 General Survey in Wages and Working Hours System Reveals Increasing Difficulty in Taking Paid Leave. – Japan Labor Bulletin. 2001, vol. 40, № 1.

<sup>22</sup> Yuji Genda. Dangers Facing Businessmen in their 20s and 30s Who Work for Large Companies. – Japan Labor Bulletin. 2003, vol. 42, № 2.

<sup>23</sup> Ibid.

внедрение трудосберегающей электронной техники. Мобильная связь и электронная почта из идеального средства общения превращаются для исполнителей в источник постоянной нервной нагрузки. Работа не прекращается не только в офисе, но и дома, в результате прилежный служащий фактически находится в распоряжении начальства круглые сутки.

Остроты в положение молодежи добавляет то обстоятельство, что в настоящее время в крупных компаниях идут поиски путей реформирования управления персоналом. Компании предпринимают активные шаги по изменению системы оплаты труда: вместо повозрастной оплаты труда все чаще вводятся системы оценки заслуг. В результате вместо гарантированного повышения дохода молодежь ожидает не вполне ясное будущее. Приметой дня становится то, что молодежь, занятая в крупных компаниях, теряет уверенность в завтрашнем дне. Сомнения в том, что их тяжелый труд принесет в будущем свои законные плоды, все более овладевают ими. Уже современное поколение 40-летних почувствовало на себе эти перемены: их заработки по сравнению с прежними временами растут гораздо медленнее. В результате исчезает одна из наиболее сильных трудовых мотиваций, характерных в прошлом для многих поколений «трудоголиков», – возможность предвидеть свое будущее и рассчитывать на него.

Испытывая большое напряжение в трудовой жизни и теряя ориентиры, поддерживавшие раньше трудовой энтузиазм, молодежь все в большей степени подвергается чувствам апатии и неудовлетворенности своим положением. Данные обследований фиксируют усиление настроений, характеризующих ее отрицательное отношение к труду, ощущение своей малой значимости в делах компании, потерю смысла в труде и разочарование в нем как в образе жизни<sup>24</sup>.

В самое последнее время общественное мнение снова стали привлекать смертные случаи от переутомления на производстве (*кароси*) и самоубийства по той же причине (*кародзисацу*). Последние вызвали острую реакцию в обществе и впервые заставили государство признать существование проблемы нервных заболеваний, причина которых лежит в условиях труда<sup>25</sup>. Сейчас в сознании людей эта опасность возросла многократно, поскольку она драматизируется в связи с растущим беспокойством по поводу возможной потери работы.

В конце 90-х годов в Японии прошло несколько громких судебных процессов, связанных с самоубийствами служащих вследствие чрезмерной занятости на работе. Иски, предъявленные родственниками

<sup>24</sup> Там же.

<sup>25</sup> Подробнее см.: *Karoshi. When the «Corporate» Warrior Dies*. Tokyo, 1990.

погибших, были не только признаны правомерными, но и удовлетворены по части компенсации ущерба от потери кормильца. Впервые в истории гражданского права Японии появились прецеденты, когда самовольный уход из жизни признавался не злонамеренным актом, а следствием недобросовестной деятельности компаний, заставлявших свой персонал работать «более тех норм, которые признаются обществом допустимыми»<sup>26</sup>.

В июле 1988 г. благодаря усилиям группы врачей и юристов в Японии была организована горячая линия «*кароси*». По замыслу ее учредителей она должна была собирать ту информацию о смертельных случаях на производстве вследствие перенапряжения, которая официальным путем не могла быть собрана из-за недостатков существовавших методик и теоретических подходов к этим вопросам со стороны властей. В результате было выявлено, что особое значение в развитии этого явления в стране служит злоупотребление корпорациями своим правом устанавливать произвольные режимы труда фактически с немого согласия со стороны властей и их бездействия в отношении контроля за условиями труда, несмотря на декларации об обратном.

Сопrotивление «организационному трудоголизму», которое нарастает в японском обществе, тесно связано с выходом на сцену новых поколений японского населения, вступивших в трудоспособный возраст. Они были рождены и выросли в эпоху, когда Япония уже была процветающей державой. В отличие от своих родителей им не приходилось добиваться улучшения жизни ценою отказа от ее радостей. Япония вступила в постиндустриальное общество и общество потребления. В структуре ценностей новых поколений труд существует уже не как самодовлеющая категория «труд ради труда» или «труд ради самосовершенствования». Для определенной части молодежи труд все больше превращается в вынужденное средство достижения жизненных благ, при этом значительную роль в этом процессе играет ситуация на рынке труда.

В нарастании таких настроений среди молодежи, несомненно, огромную роль играет положение на рынке труда и рост безработицы. Официальная численность вынужденно праздной молодежи в Японии в настоящее время продолжает расти. Если в середине 90-х годов она составляла менее 1 млн., то десятилетие спустя уже превышала 1,5 млн. человек<sup>27</sup>. Причем на умонастроения молодого поколения оказывает

<sup>26</sup> *Obata Fumiko. Karojisatsu – Suicide as a Result of Overwork*. – Japan Labor Bulletin. 2000, vol. 39, № 11.

<sup>27</sup> Labour Force Survey. Tokyo, Ministry of Internal Affairs and Communication, Released on 28 Jan. 2005.

влияние не только его собственная экономическая неустроенность. Большой деморализующий эффект имеет рост безработицы среди старшего поколения. Не имея возможности устроиться на хорошую работу, не видя перспектив на будущее, японская молодежь, будучи предоставлена самой себе, начинает входить во вкус своего положения и видеть в нем не только отрицательные стороны. Многие уже не стремятся попасть в крупную фирму, чтобы провести там всю жизнь, и сознательно ищут временную работу, чтобы иметь деньги на развлечения (особенно путешествия) и не быть связанными обязательствами с работодателем. Согласно результатам последних обследований в настоящее время японская молодежь, занятая на временной работе, в 75% случаев выбирала ее, руководствуясь именно такими соображениями. «Пожизненный наем» для них – пустой звук<sup>28</sup>.

В настоящее время значительная часть молодежи долго не задерживается на одном месте. Текучесть кадров, которая в последнее десятилетие на японских предприятиях значительно увеличилась, среди молодого персонала особенно велика. По данным исследований последних лет, 70% выпускников неполной средней школы, 50% выпускников полной средней школы и 30% оканчивающих вузы «срываются» со своего первого места труда в первые три года<sup>29</sup>.

Среди японской молодежи вырастает поколение, называемое в СМИ «одиночками-паразитами» (*сингуру парасайто*), которые, с одной стороны, выброшены из системы «организационного трудоголизма» насильно, а с другой – уже находят для себя удобным это состояние вне труда. Они живут на иждивении родителей, довольствуясь временными заработками и не создавая семьи, посвящают все свое существование развлечениям. По подсчетам японского социолога, профессора Токийского университета Гакугэй Ямада Масахиросы, который посвятил специальный труд этому явлению, так живут в настоящее время не менее 10 млн. молодых людей обоего пола. По мнению ученого, это уникальное, национальное явление возникло во многом не без влияния со стороны традиционных взаимоотношений в семье с ее культом обязательств поколений друг перед другом и, в частности, родителей перед детьми. Эти традиции позволяют японской молодежи существовать в своеобразном режиме «шикарной безработицы» и рассматривать труд как средство добыть карманные деньги на развлечения. В свою очередь, японское государство, относя всю молодежную безработицу к добровольному типу, не склонно рассматривать ее и

<sup>28</sup> Более подробно см.: *Хироки Сато*. Хитэн кэйтэки родо-но дзиттай (Современное положение в нетипичной занятости). – Нихон родо кэнкю дзасси. 1998, № 12, с. 2–14.

<sup>29</sup> *Yuji Genda*. Youth Employment and Parasite Singles. – Japan Labor Bulletin. 2000, vol. 39, №3.

сопутствующую ей декартификацию рабочей силы в качестве серьезной социальной проблемы<sup>30</sup>.

Автору этой главы и самой не раз приходилось общаться с такими представителями молодого поколения японцев. Поразительны, порой, их жизненные интересы. Так, один из них, посвятил все свое существование музицированию на трубе, составлению коктейлей и игре в гольф, отдавая этим занятиям предпочтение перед всеми остальными. Другой был как две капли воды похож на первого, с той лишь разницей, что не мог жить без игры на электрогитаре и предпочитал водку другим напиткам. Наконец, еще один, как и первые два, вполне сознательно и постоянно искал лишь временную работу, иногда оставаясь и вовсе без средств к существованию, но отказывался при этом продолжать хорошо налаженный семейный бизнес и помогать своим престарелым родителям. Наблюдая такую картину, японские старики называют свою молодежь потерянным поколением.

Такой образ нового японца вряд ли известен за рубежом. Обаяние Страны восходящего солнца все еще связывают с исключительным трудолюбием ее населения, создающего самую высококачественную продукцию в мире. Пока все это так и есть. Но вопрос состоит в том, насколько то, что пока не замечено за порогом этого благополучного дома и, более того, что, возможно, пока еще действительно не составляет характерной приметы его хозяев, глубоко проникнет в их сознание<sup>31</sup>. И, если продолжатся социально-экономические процессы последних десятилетий, не станем ли мы свидетелями исчезновения своеобразного типа японского «трудоголика»?

<sup>30</sup> Более подробно см. *Ямада Масахиросы*. Парасайто сингуру-но дзидай. (Эпоха одиночек-паразитов). Токио, 1999.

<sup>31</sup> Между тем в самой Японии растущий уровень преступности среди молодежи некоторые авторы уже связывают с ростом безработицы и падением нравов в ее среде. См., например, *Отакэ Фумио* и *Окамура Кадзуаки*. Сэнэн хандзай то родо сидзё: дзикэй рэцу оёби тодофукэн панэру бунсэки. (Молодежная преступность и рынок труда: анализ во времени и по префектурам). Киото, 2000.



---

---

## ГЛАВА ШЕСТАЯ

### ЯПОНСКОЕ ОБЩЕСТВО В МИРЕ НАУКИ И ТЕХНИКИ

Прогресс науки и техники имеет основополагающее значение для жизни общества, поскольку является фундаментом для создания материальных ценностей и культурного развития. Благодаря научно-техническим достижениям условия жизнедеятельности становятся более удобными и безопасными, укрепляется защита от внешних угроз. Существенно повышается эффективность труда и возникают его новые формы, обогащенные интеллектуальными, творческими составляющими. Тем самым совершенствуется вся система общественных и личных потребностей, а также средств их удовлетворения, что открывает перед обществом новые горизонты и перспективы.

На всем протяжении общецивилизационного процесса техносфера, т. е. система искусственных объектов, созданных человеком, непрерывно расширяется. Этому способствует поступательное развитие науки и техники, позволяющее создавать все более эффективные технологии, т. е. приемы и способы ведения трудовой деятельности. Сферой их применения являются не только экономика, военное дело или домашнее хозяйство, но и культура, образование, медицина, научная и инженерная практика, досуг, т. е., по существу, все виды жизнедеятельности человека.

Когда в результате мощного подъема промышленности начали обостряться проблемы охраны окружающей среды и безопасности труда, наука и техника получили со стороны общества новый социальный заказ. Чрезмерное загрязнение окружающей среды промышленностью и транспортом с возникновением так называемого парникового эффекта, рост числа и тяжести техногенных катастроф, значительные людские потери и травматизм на транспорте потребовали существенно скорректировать развитие техносферы. На первое место выдвинулись природоохранные технологии, энерго- и трудосбережение, экономия сырья и материалов.

Во второй половине XX столетия во всех индустриально развитых странах начала активно формироваться и совершенствоваться инновационная модель экономики, в соответствии с которой основой социально-экономического процесса становилось новое знание в самых разнообразных формах и проявлениях. Его роль была двоякой: с одной стороны, оно непрерывно обеспечивало появление «продвинутых» видов продукции и услуг, а с другой – способствовало их чрезвычайно быстрому распространению в среде массового потребителя. Во многих работах данный феномен характеризовался, как становление «постиндустриального общества», однако позднее в научный оборот вошел другой термин, который больше соответствовал сущности происходящих процессов, – «общество, основанное на знаниях». При анализе отвечающих этому этапу экономических реалий и закономерностей стали широко использоваться такие понятия, как экономика знаний и новая экономика.

Современная Япония энергично участвует в процессе становления новой экономики, демонстрируя непрерывный рост наукоемкости, высокую инновационную активность, особое внимание к качеству производственных процессов и продукции. В результате растут материальное благосостояние и культурный уровень японского общества, повышается авторитет страны как создателя весомых общецивилизационных ценностей. Одновременно укрепляется чувство национального достоинства японцев, поскольку представление о них, как о нации имитаторов, способных лишь на повторение зарубежных достижений, устарело, и сегодня Япония воспринимается как передовая высокотехнологическая держава.

В наши дни новые достижения науки и техники, быстрое их освоение и доведение до массового потребителя являются важнейшим источником социально-экономического прогресса, который, как известно, характеризуется не столько появлением на рынке новейших товаров, сколько их широкой доступностью. Об этом позволяет судить быстрота распространения этих товаров в среде потребителя. И с этой точки зрения общество наших дней очень сильно отличается от общества начала XX в.

Действительно, сегодня научные достижения не только быстро материализуются в производстве в виде «продвинутой» продукции, но и становятся общедоступными. Если в начале прошлого столетия такие предметы быта, как телефон, фотоаппарат, радиоприемник, автомобиль и т. п., были достоянием узкого слоя особо зажиточных людей, то сегодня это – товары массового пользования, вполне доступные для большинства. Если говорить конкретно о Японии, то для охвата

10% общего числа потенциальных потребителей мобильному телефону потребовалось здесь 15 лет, персональному компьютеру – 13, а Интернету – всего пять лет. Между тем, для телефонных аппаратов и радиоприемников – высокотехнологичной продукции прошлого – эти сроки составляли соответственно 76 лет и 24 года<sup>1</sup>. Таковы результаты прогресса в области новых производственных технологий и применения высокоэффективного автоматизированного оборудования.

Невозможность обеспечивать социально-экономическое развитие общества без опоры на науку и передовые технологии хорошо понимают в Японии как предпринимательские, так и правительственные круги, поэтому на исследования и разработки направляются крупные средства. В 2003/04 фин. г. общий объем японских расходов на исследования и разработки достиг 16,8 трлн. иен (т. е. 120,4 млрд. долл. в расчете по паритету покупательной способности валют). Это позволяет вести работы в широком диапазоне областей науки и техники, поддерживая штат исследователей и разработчиков на уровне 760 тыс. человек, что в пересчете на 10 тыс. человек населения на  $\frac{1}{3}$  больше, чем в США, и практически вдвое больше, чем в Великобритании, Франции или Германии<sup>2</sup>.

В 80–90-е годы в Японии была создана комплексная система производств, опирающихся в основном на высокие технологии, подняты на высший мировой уровень производственная культура и профессионализм работников. Престиж производственных профессий в японском обществе находится на высоком уровне, в полном соответствии с их общественной ценностью и вполне комфортными условиями труда, созданными благодаря широкомасштабной автоматизации, роботизации и компьютеризации производства.

В Японии раньше, чем в других странах, были оценены преимущества гибкой автоматизации, позволяющей значительно увеличить число одновременно выпускаемых моделей продукции и оперативно улучшать их, не только удовлетворяя, но и опережая желания самых различных групп потребителей. В конце 90-х годов число гибких производственных систем в японской промышленности превышало 2,2 тыс. единиц, а парк роботов – 100 тыс. штук. По данным Всемирной федерации робототехники, в 1997 г. на Японию приходилось 58% мирового парка роботов<sup>3</sup>. В области гибкой автоматизации производ-

<sup>1</sup> Кагаку гидзюцу сихё (Статистические показатели научно-технического развития). Токио, 2000, с. 137.

<sup>2</sup> Кагаку гидзюцу ёран 2004 (Статистический справочник по научно-технической деятельности). Токио, 2005, с. 30–31.

<sup>3</sup> Нихон токэй нэнкан (Статистический ежегодник по японской экономике). Токио, 2000, с. 296–297.

ства Япония стала признанным лидером. Причем, ее успехи заключаются не только в расширении границ автоматизации, обеспечении роста производительности и улучшении качества продукции, одновременно была повышена культура производства и существенного улучшились условия труда.

Роботехника, как известно, сыграла важную роль как в повышении производительности труда в японской промышленности, так и в его гуманизации. Роботизация обеспечила широкомасштабное освобождение работников от опасных, вредных и дискомфортных производственных функций, от выполнения однообразных и примитивных по своему содержанию операций, связанных с большим физическим напряжением в условиях вибрации, шума и загрязненности воздуха. Уже самые простые роботы позволили решить эту проблему, а вскоре начали широко применяться и более совершенные роботы – с системами программного управления, способные производить сложные сварочные операции и высокоточную сборку.

Сегодня японские специалисты по робототехнике активно переключаются на создание еще более «продвинутых» типов роботов – антропоморфных, т. е. «человекообразных» конструкций. В них воспроизводится скелетно-мышечная схема человеческого тела и на основе новейшей электроники реализуются «очувствление» и некоторые интеллектуальные функции. Конечная цель состоит в создании роботизированной инфраструктуры повседневной жизни. Пока ее конкретные очертания довольно расплывчаты, поскольку сегодня эти роботы еще несовершенны и изготавливаются как экспериментальные образцы, т. е. в единичных экземплярах, и поэтому весьма дороги. Около 100 роботов такого типа использовалось в качестве гидов на выставке Экспо-2005.

Главным направлением мирового научно-технического прогресса в минувшие два-три десятилетия вполне можно считать широкомасштабное распространение во всех областях жизни общества методов и технических средств кибернетики – науки об управлении, связи и переработке информации. Именно благодаря тому, что японцы, несмотря на многие трудности овладения кибернетическими методами и технологиями, сумели перестроить на их основе производственный аппарат промышленности, транспорт, связь, управление, здравоохранение, образование, быт и т. п., Япония быстро вышла на передовые рубежи современной цивилизации, став одним из мировых экономических и научно-технических лидеров.

В связи с этим надо заметить, что при анализе нынешнего этапа развития японского общества, пожалуй, не следовало бы делать особый упор на процесс информатизации – распространение информационных

технологий, формирование информационно-коммуникационного комплекса и развитие электронного бизнеса. Ведь информатизация является лишь частью, хотя и очень важной, еще более мощного и результативного процесса, – кибернетизации современного общества. Именно кибернетические методы и средства выступают сегодня организатором экономического процесса, на их основе реализуются практически все высокие технологии, они с успехом используются в сферах, связанных с живым веществом (науки о жизни) и с использованием глубин микромира (нанотехнологии).

Научно-технический прогресс открыл перед японским обществом новые горизонты, но в то же время породил и определенные болезненные проблемы. Так, возникли серьезные опасения, что автоматизация и более производительные технологии приведут к сокращению потребности в рабочей силе и обострится проблема обеспечения занятости. Правда, большие надежды возлагались на внутрифирменное обучение и переобучение работников, что для Японии является давней традицией. Считалось, что для высвобождающейся рабочей силы, как и прежде, удастся создать достаточно новых рабочих мест.

Вместе с тем, сам процесс переквалификации для работы на новых видах оборудования вызывал массу трудностей. Крупномасштабная автоматизация и компьютеризация производства, переход на принципиально новые технологии, многие из которых являлись результатом совсем недавно завершенных научных исследований, порождали в среде производителей большие сомнения в том, что все это можно успешно освоить и что труд в новых производственных условиях сможет приносить удовлетворение.

Обследования, выполненные в начале 80-х годов, установили, что эта проблема особенно остра для работников среднего и пожилого возраста, тем более что переучиваться им приходилось без отрыва от производства уже после того, как состоялся перевод на новую работу. «Создается впечатление, что немало лиц пожилого и среднего возраста чувствуют себя в этих условиях потерянными», – делали вывод японские специалисты, изучавшие проблему перестройки профессиональной структуры в указанный период<sup>4</sup>. Тем не менее, стрессовая ситуация, сложившаяся в этой части общества, была достаточно быстро преодолена. Переобучение осуществлялось с использованием передовых методик, а работа на новых видах оборудования оказалась не слишком сложной и достаточно комфортной, поскольку оно создавалось с учетом строгих требований эргономики. В конечном счете

<sup>4</sup> Мэкатороникусу дзидай-но дзиндзай кайхацу (Развитие кадров в эпоху мехатроники). Токио, 1983, с. 80.

прежние стандарты профессионального мастерства уступили место новым, как это неоднократно происходило и в прошлом.

Японцы, пожалуй, первыми показали, что идти по пути инновационного развития можно лишь при наличии хорошо поставленной системы контроля качества результатов производственной деятельности. Главным компонентом этой системы стали так называемые кружки качества – компактные группы рабочих, непрерывно изыскивающие новые и новые способы обеспечения максимального уровня качества производимой продукции. Массовое участие японских рабочих в кружках качества позволяло им ощущать моральное удовлетворение от сознания их вклада в деятельность фирмы.

Японцам вполне удалось обеспечить организационные и психологические условия для проявления каждым работником активного, творческого отношения к работе. Упор делался на то, чтобы кружки помогали продемонстрировать человеческие возможности, уважение к личности, ее самостоятельности, чтобы участвующие в них научились творчески соединять личный опыт с официальными нормативами и предписаниями.

Копируя японские кружки качества, но не добиваясь желаемого эффекта, зарубежные методисты испытывают определенную растерянность, тщательно пересматривая намеченное ими содержание мероприятий по повышению качества. Однако причина их неудач не в содержании этих мероприятий, а в недооценке психологического и философского аспектов трудовой деятельности, с которыми как раз и связана особая эффективность кружков качества в Японии. Дело в том, что их участники относятся к проблеме повышения качества не как к решению «разовых» производственных задач, а как к непрерывному преодолению несовершенства и хаоса реального мира, как к своего рода единоборству с трудностями и препятствиями, из которых надо непременно выйти победителем.

На приоритеты научно-технического развития Японии серьезное влияние оказывает такой специфический фактор, как «старение» японского населения. Еще в 1970 г. доля лиц в возрасте 65 лет и старше превысила 7%, в 1990 г. достигла 12%, а в 2015 г. ожидается на уровне 25%. Достаточно напряженная демографическая ситуация прогнозируется и на дальнюю перспективу. Так, в 2050 г., когда численность населения Японии заметно уменьшится по сравнению с нынешним уровнем и составит лишь немногим более 100 млн. человек, доля лиц в указанном выше возрасте составит  $\frac{1}{3}$  населения, а в возрасте начиная от 75 лет – почти  $\frac{1}{5}$  населения<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> White Paper on Science and Technology 1999. Tokyo, 2000, p. 11.

«Стареющее» общество ставит ряд непростых задач. Это – обеспечение экономики более производительными средствами труда и трудосберегающими технологиями. Это – создание таких качественно новых технологий, которые бы позволили использовать труд работников старших возрастов – как на производстве, так и в домашних условиях. Это, что особенно важно, – задача найти пути обеспечить всему населению активное долголетие. Наконец, это – создание в помощь долгожителям различных средств, способных в известной степени смягчить проблемы старости.

Уже в обозримом будущем благодаря концентрации усилий ученых и разработчиков всего мира должно произойти существенное смягчение проблем «стареющего» общества<sup>6</sup>. Так, ожидается, что с 2008 г. начнут применяться на практике методы объективной количественной оценки «уровня старения», т. е. биологического возраста человека, позволяющие производить соответствующую коррекцию для замедления процесса старения, а к 2018 г. должен быть выяснен механизм индивидуального старения. Крупные достижения прогнозируются в области онкологии, среди них – широкое использование при диагностике развития опухолей приобретут методы трехмерных изображений, автоматического цитологического анализа, биохимических исследований. С 2010 г. начнут широко применяться методы, позволяющие производить индивидуальные оценки риска возникновения злокачественных опухолей.

Средства борьбы с умственными расстройствами, связанными со стрессами, войдут в медицинскую практику после 2011 г. С 2008 г. в стоматологии начнут широко применяться методы лечения, обеспечивающие сохранение к 80-летнему возрасту не менее 20 «своих» зубов. К 2010 г. войдут в практику домашние диагностические и консультационные системы, позволяющие без обращения к врачу поставить первичный диагноз и определить порядок дальнейших действий.

Существенный вклад в решение этих весьма непростых задач вносят японские специалисты. Начало этим работам положили официальные рекомендации Совета по науке и технике, сформулированные в 1971 г. Совет подчеркнул исключительную актуальность исследований в области «наук о жизни», что привело к формированию ряда государственных программ крупномасштабных исследований в этой области. Частный сектор также начал активно развивать научно-исследовательскую деятельность на данном направлении. Большое содействие в ее организации оказывал Комитет по «наукам о жизни», созданный при Федерации экономических организаций (Кэйданрэн).

<sup>6</sup> The Sixth Technology Forecast Survey. Tokyo, 1997, p. 500–519.

Расходы на проведение работ по тематике «наук о жизни» быстро росли и уже десять лет спустя вдвое превысили ассигнования на работы по проблемам атомной энергии.

В начале 80-х годов Совет по науке и технике подготовил общую программу исследований по проблематике «наук о жизни». В нее входили такие темы, как выяснение механизма жизненных процессов и биологических функций, установление объективной взаимосвязи между человеком и биосферой, углубленный анализ процессов умственной деятельности, обеспечение совместимости между промышленными и живыми системами и др. Далее на основе этой программы были сформулированы 30 конкретных направлений исследовательской и инженерной деятельности.

Главным исполнителем указанной программы, в которой доминировала фундаментальная тематика, стали государственные учреждения. Основная часть этой тематики контролировалась Управлением по науке и технике (УНТ), в котором был специальный отдел по планированию и координации исследований в области «наук о жизни».

В 90-е годы под руководством УНТ, министерства внешней торговли и промышленности, министерства здравоохранения и министерства образования были осуществлены крупные проекты в области ранней диагностики опухолевых заболеваний и эффективной борьбы с ними. Кроме того, министерство здравоохранения обеспечило проведение работ по такой тематике, как профилактика болезней вследствие неправильного питания; фундаментальные проблемы старения, особенно в плане снижения умственных способностей пожилых людей; создание специальных видов оборудования для домашнего ухода за престарелыми. Ряд работ был выполнен в рамках программ УНТ по линии Специальных координационных фондов для поддержки исследований, особо выделенных в качестве наиболее актуальных в рекомендациях Совета по науке и технике. Это – работы, ориентированные на создание технических средств, обеспечивающих наиболее удобные условия жизнедеятельности престарелых и инвалидов. В их содержание входило также определение наиболее подходящих видов пищевых продуктов для пожилых людей и установление оптимальных параметров среды их жизнедеятельности.

Министерство транспорта организовало исследования, направленные на усовершенствование транспортных средств, которые могли бы активно использоваться престарелыми и инвалидами, а министерство труда изучило вопросы создания производственного оборудования для более широкого привлечения в производство пожилых работников, уделив особое внимание тому, чтобы оно было абсолютно безопасным и не могло нанести ущерба здоровью работника.

Важным инструментом, обеспечивающим согласование научно-технического развития с социально-экономическими потребностями общества, являются научно-технические прогнозы, выпуск которых был начат Управлением по науке и технике в 1971 г. Всего было опубликовано семь таких прогнозов. Последний из них, вышедший в 2001 г. уже после упразднения УНТ, был подготовлен под общим руководством министерства образования, культуры, спорта, науки и технологий (Монбукагакусё). Впрочем, орган, непосредственно обеспечивающий разработку прогноза, остался прежним – Национальный институт научно-технической политики, переподчиненный этому министерству.

В основе составления прогноза лежит дельфийский метод – опрос большого числа специалистов (обычно свыше 3 тыс.) и последующее их ознакомление с полученными ответами. Далее проводится второй, заключительный тур опроса (анкетирования). Эксперты оценивают предложенные им темы по таким позициям, как актуальность, ожидаемые сроки реализации; предполагаемый практический эффект; возможные вредные последствия практической реализации работ; страны-лидеры в работах по данной тематике; формы государственной поддержки. Ответы экспертов в обоих турах систематизируются и затем публикуются вместе с обширным анализом материалов прогноза, причем, не только в официальном издании министерства, но и во многих общедоступных изданиях.

Следует заметить, что определение ожидаемых сроков реализации является в прогнозах не самым главным, гораздо важнее то, что с их помощью оказывается возможным достаточно обоснованно выявить приоритеты инновационного развития. Поэтому особенно полезными эти прогнозы оказываются для сферы малого бизнеса, не имеющего возможности отслеживать быстро меняющиеся ориентиры в современном научно-технологическом пространстве. Вместе с тем, значительный интерес представляют и те разделы прогнозов, в которых собраны темы, связанные с крупномасштабной, имеющей выход на общество в целом, интеллектуализацией практической деятельности, с получением и применением более полного и совершенного знания.

Особая значимость материалов, представленных в этих разделах, видна из того, что в них в основном включаются темы исследований и разработок в области изыскания принципиально новых аналитических и практических методов взаимодействия с объектами природы и техносферы. Так, в прогнозе на период до 2020 г. было выделено 225 таких тем, распределенных по трем направлениям: изыскание новых принципов (26 тем), создание базовых технологий (68 тем), разработка прикладных методов (131 тема).

Первое направление представлено главным образом проблематикой «наук о жизни», а также темами разделов «социальные условия» и «информация и электроника». Второе направление наполовину представлено тематикой раздела «информация и электроника», остальные темы относятся к разделам «науки о жизни», «производство» и «связь». В третьем направлении представлены практически все тематические разделы. Ранг наиболее высокой актуальности был присвоен 54 темам, из которых около 40% приходилось на изыскание методов и средств точного прогнозирования природных процессов с целью получения более полных и точных знаний о погоде, проявлениях стихийных сил, морских течениях, температуре Мирового океана. Столь же высок был процент тем, ориентированных на выяснение механизма естественного интеллекта и его реализацию в роботах и системах автоматизации производственных процессов<sup>7</sup>.

О конкретном содержании «социального заказа», предъявляемого японским обществом современной науке, позволяет судить перечень, «важных задач японской науки на XXI век», предложенный бывшим премьер-министром Японии Я. Накасонэ<sup>8</sup>:

- раскрытие причины болезни Альцгеймера и других серьезных заболеваний и их лечение;
- разработка компьютера с функциями искусственного интеллекта;
- раскрытие секретов духовного мира человека;
- лечение раковых заболеваний;
- практическая реализация идеи репродуктивного лечения;
- прорывы в области производства материалов;
- широкое распространение роботов в повседневной жизни;
- создание систем автоматического перевода;
- разработка быстродействующих компьютерных технологий;
- прогнозирование погоды в глобальных масштабах и управление климатом;
- переход к новому этапу исследования Земли и Мирового океана;
- космические исследования с широким использованием международного сотрудничества: полеты человека к Марсу и исследование мирового пространства за пределами Солнечной системы с целью получения новых знаний о Вселенной.

Задачи, вошедшие в этот перечень, связаны с созданием качественно нового образа жизни человека путем мобилизации его биологических возможностей и конструирования технических систем, соответствующих его возрастающему интеллектуальному потенциалу.

<sup>7</sup> 2020-нэн но гидзюцу (Техника и технологии 2020-го года). Токио, 1992, с. 30–46.

<sup>8</sup> Накасонэ Я. Государственная стратегия Японии в XXI веке. М., 2001, с. 256–262.

Отдельной задачей выделена разработка новых материалов. Действительно, это важнейшее условие решения всех остальных задач, ключ к созданию новых элементов техносферы и тем самым к более полному использованию ресурсов и более эффективному управлению природными процессами. Следует заметить, что в этом перечне отсутствуют задачи чисто производственного плана, однако в этом нет ничего удивительного, поскольку в Японии они уже с давних пор повседневно решаются на основе внутрифирменных и общегосударственных усилий, направленных на совершенствование производственных технологий. Именно потому, что японцы уже давно обеспечили себе прочные технологические и организационные позиции, создали «отлаженный, как часы» производственный аппарат и сформировали общество дисциплинированных и инициативных тружеников, они могут сегодня ставить перед собой перечисленные выше задачи, имеющие общецивилизационные масштабы.

Как известно, важнейшим условием для осуществления исследовательской деятельности является ее добротное кадровое обеспечение. Однако цифры и факты говорят о том, что у японцев дела здесь обстоят не вполне благополучно. С одной стороны, недостаточно специалистов с ученой степенью доктора, а с другой – не хватает и вспомогательного персонала (ассистентов и техников). Система «пожизненного найма» в сфере науки и техники привела к тому, что в среде исследователей мало стимулов к состязательности. По этому поводу в последнее время появилось немало критических материалов. Закономерно поставить вопрос, ограничится ли все только критикой или придется на деле поступиться некоторыми традиционными обычаями, и в организацию инновационного процесса будут внедрены западные стандарты. Похоже, что система «пожизненного найма» в сфере исследований и разработок уже сдает свои позиции. Но на повестке дня стоит еще более сложная задача: отыскивать и выращивать таланты, создавая для них конкурентную среду.

Очень многое в организации инновационного процесса в Японии теснейшим образом связано с «человеческим фактором», поведенческими установками в японском обществе, многие из которых явно связаны с традициями прошлого. В частности, широко распространенная в стране групповая ориентация, способная обеспечивать весьма высокую эффективность во множестве сфер деятельности, при ее переносе в сферу исследований и разработок приносит больше вреда, чем пользы. Науку и технику двигают вперед таланты, независимо мыслящие люди, обычно плохо вписывающиеся в систему групповой психологии. Поэтому одна из серьезнейших трудностей на пути подъема инновационного потенциала Японии – преодоление японским обществом философии

«группизма». Задача состоит в том, чтобы отыскивать таланты, помогать им в росте и «вызревании», а также обеспечивать условия для их творческой деятельности, поощряя соревнование между ними. Лишь таким образом можно создать научные и инженерные школы, способные производить крупные сдвиги в науке и технике. И сегодня в Японии это четко осознается. Все более привлекательными становятся западные стандарты организации исследований и разработок, признаваемые как более эффективные по сравнению с отечественными. Есть немало оснований полагать, что уже в ближайшее время в Японии произойдет заметный отход от традиционных методов управления инновационным процессом, а его эффективность начнет повышаться.

Чтобы поддерживать интерес граждан к научно-технической деятельности как к важному и престижному виду творчества, правительство Японии уделяет большое внимание пропаганде научного знания, разъяснению его значения для жизни и благополучия общества. Как отмечалось выше, регулярно публикуются прогнозы развития мировой науки и техники с оценками их влияния на общество. Начиная с 1999 г. издается специальный вариант «Белой книги по науке и технике» для школьников и студентов, распространяемый через учебные заведения, префектуральные органы образования, библиотеки и музеи. На промышленных и технических выставках создаются стенды, ориентированные специально на школьников и молодежь. Но, конечно, главным популяризатором науки и ее практического значения является высокоразвитая техносфера, окружающая японцев с малых лет.

Результаты социологических обследований, проводимых в Японии, свидетельствуют о весьма благоприятном отношении общества к развитию науки и техники. Оно связывает с научно-техническим прогрессом улучшение условий жизни, освобождение от опасных видов работ, более эффективное лечение, возможность снизить остроту проблемы старения общества. Спокойствие и безопасность в глобальных масштабах также увязывается с развитием науки и техники.

Впрочем, существует и определенный скептицизм по отношению к возможностям науки. Так, в одном из обследований треть респондентов высказала сомнения в том, что наука и техника делают жизнь более здоровой, безопасной и приятной, а около 60% полагает, что в результате научно-технического прогресса жизнь становится более беспокойной. Интересно также, что в Японии утверждение о том, что люди полагаются на науку и забывают о духовном, поддержали 71% опрошенных, тогда как в США с ним согласились только 48%<sup>9</sup>. Это свидетельствует о том, что японское общество, несмотря на его насы-

<sup>9</sup> White Paper on Science and Technology 1995. Tokyo, 1996, p. 81.

ценность плодами современной промышленности, развивается отнюдь не по технократическому пути, находясь под неослабевающим влиянием своей традиционной культуры и философии.

Проводимые обследования уделяют немало внимания выяснению общественного мнения относительно путей и целей развития науки. В частности, по данным на февраль 2004 г., около 72% респондентов разделяли представления о том, что при формировании национальной научно-технической политики должны учитываться мнения, исходящие не только от профессионалов, но и от представителей различных слоев общества<sup>10</sup>. Следует отметить, что многое в этом плане в Японии уже делается, например, населению регулярно предлагаются различные анкеты и вопросники с теми или иными вариантами оценок проводимой политики, а также различных изменений, которым ее в целях совершенствования следовало бы подвергнуть.

В первую очередь вызывают интерес оценки, представленные респондентами по вопросу о японских приоритетах в области науки, техники и технологий. Так согласно одному из опросов, было опрошено 3 тыс. человек в возрасте от 18 лет в различных регионах страны. На первом месте по актуальности оказалась тематика, связанная с охраной окружающей среды, причем не только в национальных, но и в глобальных масштабах – на ее приоритетность указали  $\frac{2}{3}$  респондентов. Почти столь же высоко была оценена актуальность исследований и разработок по энергетической тематике. Больше половины отвечавших включило в число приоритетов новые методы освоения природных ресурсов, а также технологии их вторичного использования и переработки отходов<sup>11</sup>. Подобные ответы наглядно свидетельствуют о том, что предметом главной заботы японцев на сегодня является обеспечение общества базовыми ресурсами, от которых зависит его жизнедеятельность, – энергетическими, сырьевыми и экологическими. Эти ресурсы становятся все более дефицитными для большинства стран современного мира и, естественно, в первую очередь для Японии с ее высокоразвитой промышленностью.

Отвечая на вопрос о том, в чем конкретно они ощущают пользу от научно-технического прогресса, респонденты выдвинули на первое место большое количество и разнообразие товаров. Почти столько же ответов свидетельствовало об общем повышении качества жизни, росте ее комфортности. Оценивая общее воздействие науки и техники на жизнь общества, 58% респондентов охарактеризовали его как по-

<sup>10</sup> Annual Report on the Promotion of Science and Technology. FY 2003 (Summary). Tokyo, 2004, p. 49.

<sup>11</sup> Кагаку гидзюцу сикэ. Токио, 2000, с. 155.

ложительное (среди женщин эта доля ниже, только 51%). Вместе с тем интересно, что доля тех, кто считает это воздействие в равной степени и положительным, и отрицательным, также довольно высока – 27% (21% среди мужчин и 31% среди женщин)<sup>12</sup>.

Специальное обследование было посвящено проблеме обеспечения населения информацией о новых достижениях науки и техники. Его результаты показали, что  $\frac{2}{3}$  опрошенных считают, что такой информации недостаточно. Причем в качестве ее основных источников были названы телевидение (почти 90% ответов) и газеты (около 60%). Интернет был упомянут только в 11% ответов (впрочем, с 1998 по 2004 г. эта доля возросла в 3,6 раза). Примерно на таком же уровне оказался информационный вклад популярных журналов и радиопередач<sup>13</sup>. На основании этих результатов, свидетельствующих о том, что средства массовой информации являются для японцев основным проводником в мир науки и техники, был сделан вывод о необходимости обратить особое внимание на подготовку журналистов, освещающих научно-технический прогресс, и организовать для них специальные курсы и семинары.

О том, насколько велик интерес, проявляемый японцами к новым достижениям в области науки и техники, позволяют судить данные нескольких обследований, проведенных в 1986–2004 гг. В ходе этих обследований от 52 до 55% респондентов указали на наличие у них такого интереса. Причем, в последние пять лет доля тех, кто оценивал свой интерес как достаточно большой, возросла вдвое<sup>14</sup>.

Результаты обследования, проведенного в 2004 г., показывают, как изменяется отношение к информации о научно-технических достижениях по возрастным группам. Оказывается, что среди людей в возрасте от 40 до 69 лет доля интересующихся этими достижениями наиболее высокая, порядка 60%. В возрастной группе от 30 до 39 лет она составляет 52%, от 20 до 29 лет – 41%, а в группе от 18 до 19 лет равна 36%<sup>15</sup>. Относительно невысокие показатели, выявленные для молодежных групп, по мнению аналитиков, отражают общую тенденцию, наблюдающуюся в индустриально развитых странах. Они полагают, что эта тенденция в определенной степени связана с усложнением техники и может быть преодолена путем более энергичного продвижения современных знаний в общественную среду.

<sup>12</sup> Там же, с. 154.

<sup>13</sup> Annual Report on the Promotion of Science and Technology, FY 2003 (Summary). Tokyo, 2004, p. 42.

<sup>14</sup> Там же, р. 6.

<sup>15</sup> Там же.

Взаимоотношения науки, техники и технологий с современным обществом сложны и многоплановы. Социально-экономическое развитие теснейшим образом связано с научно-техническими достижениями – как национальными, так и мировыми. Вместе с тем, вошедшее в научный и политический лексикон клише «социальные последствия научно-технического прогресса» в известной степени дезориентирует, выдвигая на первое место факторы, связанные с наукой и техникой, и как бы оставляя обществу роль потребителя результатов, основанных на новых знаниях и технологиях.

Однако думается, что не меньшие права на существование имеет и такое понятие, как «социальные предпосылки научно-технического прогресса», отражающее зрелость и готовность общества к непрерывному производству нового знания и его широкомасштабному использованию. Общеизвестные успехи Японии в применении передовых технологий, ориентирование их на массовое производство материальных благ являются наглядным результатом наличия со стороны общества «социального заказа» на реализацию наукоемкой, высокотехнологичной модели жизнедеятельности.

Следующий этап практический – соединение культуры потребления с культурой производства, причем, производства не только товаров и услуг, но также и необходимых для этого знаний в области науки, технологий и организационных схем. На этом этапе японцы постоянно демонстрируют огромные возможности к концентрации трудовых усилий на решении самых сложных проблем, проявляя огромную волю к непрерывному самосовершенствованию. Поэтому, говоря о развитии мирового цивилизационного процесса по направлению к «обществу, основанному на знаниях», можно вполне обоснованно считать, что Япония является одним из лидеров, способствующих ускорению этого процесса.

---

---

## ГЛАВА СЕДЬМАЯ

### ОБЩЕСТВО ИДЕАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В сентябре 2002 г. в московской Высшей школе экономики выступал Сакаия Таити, специальный советник правительства Японии, – человек, некогда сменивший государственную службу на «вольные хлеба» аналитика и публициста, а затем вернувшийся в один из кабинетов в качестве министра. Его лекция многозначительно называлась «Японская экономика – реформирование индустриального общества в интеллектуальное». Десятью годами раньше в России вышла его книга «Что такое Япония?»<sup>1</sup>, в которой автор задался целью всесторонне, но в то же время просто и понятно для иностранцев описать современную японскую цивилизацию. Особый интерес придавало ей то, что она была написана непосредственно перед крахом «экономики мыльного пузыря», радикально изменившим жизнь Японии во многих сферах.

Интересно и поучительно сравнить ее положения и выводы с тем, что автор говорит и пишет сегодня. Сакаия не только официальное лицо высокого ранга, но и видный представитель интеллектуальной и предпринимательской элиты Японии. Это – человек, знающий, что говорит, и отвечающий за свои слова. Когда он выступает с лекциями, его слушают, когда пишет – внимательно читают и переводят на другие языки. Слушать и читать Сакаия нам очень интересно, поскольку он знает о Японии больше, чем любой иностранец. Но, знакомясь с его работами, постоянно чувствуешь, что автор чего-то не договаривает. Это не удивительно. Сакаия сам заявляет, что его цель – рассеять неверные представления о происходящем в Японии (прежде всего в сфере экономики) и показать истинное положение дел. Иными словами, сейчас он «пиарит» правительство Коидзуми и его реформы, а следовательно, ждать от него полной откровенности и объективности

<sup>1</sup> Сакаия Т. Что такое Япония? М., 1992. Далее ссылки на нее в тексте с указанием страниц; лекция 2002 г. цитируется без ссылок по тексту, распространявшемуся в России посылством Японии.



не приходится. Сакаия – один из тех якобы неофициальных, но весьма официозных мастеров-имиджмейкеров, которые работают над «мягким моделированием» максимально благоприятного образа Японии во внешнем мире, дистанцируясь от правительства и даже критикуя его (в 70–80-е годы аналогичную роль играл всемирно известный Окита Сабуро). То, что пишет и говорит Сакаия, – идеология современной Японии, которую необходимо поверять практикой.

Особое внимание автора настоящей главы привлекло утверждение Сакаия, что в Японии был построен «идеальный вариант современного индустриального общества» (эта формула с небольшими вариациями постоянно повторяется в его текстах). Он призывает превратить это общество в интеллектуальное, т. е. осуществить «интеллектуальную революцию», чтобы наверстать наметавшееся отставание от США и стран Западной Европы. «Тем временем произошло изменение направленности развития человеческой цивилизации, – констатировал он в московской лекции. – ...Если раскрыть суть новых тенденций, то она сводится к следующему. На замену отраслям, ориентированным на рост физических объемов продукции, пришли направления, способные удовлетворить возрастающие субъективные потребности людей. Благодаря этому они смогут разнообразить свой досуг. Это означало коренной сдвиг в экономике и жизни общества. В 1985 г. я указал на эти тенденции в книге “Интеллектуальная революция”, которая стала бестселлером не только в Японии... Однако выход этой книги так и не изменил менталитет правительственных и деловых кругов страны».

В качестве причин интеллектуальной революции Сакаия называет компьютеризацию, глобализацию экономической культуры и трансформацию потребностей: «С началом 80-х годов люди стали проявлять большую заинтересованность не к накоплению материальных ценностей, а к удовлетворению собственных потребностей... С этого времени передовые страны мира ориентируются на общество новой направленности, на общество интеллектуальных ценностей, которое кардинально отличается от современного индустриального общества». Настойчивое подчеркивание необходимости интеллектуального «рывка», несомненно, делает Сакаия честь. Но результатов он пока не видит: «Япония слишком упорно возвращала гармоничное индустриальное общество, а потому она *не вошла в состав стран с обществом интеллектуальных ценностей* (курсив наш. – В. М.). Проблемы сегодняшней Японии в конечном итоге упираются именно в это».

Признание, которое ко многому обязывает. Однако великий пиарщик лукавит, характеризуя современное японское общество как исключительно «индустриальное». Даже у стороннего наблюдателя немедленно возникает вопрос: «А где же потребление?!» Индустриаль-

ным, т. е. ориентированным на массовое серийное производство, а не на интеллектуальные ценности, оно было лет 20–30 назад, но перестало быть таковым во время и в результате «экономики мыльного пузыря» или, говоря попросту, «шалых денег». Современное японское общество – это, прежде всего, общество потребления, причем дошедшее до столь высокой степени совершенства, что переделать его в интеллектуальное, т. е. в свою противоположность, едва ли возможно.

Японское общество было ориентировано на развитие производства в эпоху высоких темпов экономического роста, когда для достижения процветания надо было завалить качественными и дешевыми товарами рынки всего мира. Усилия нации увенчались успехом: цель достигнута, деньги заработаны. Теперь их надо было тратить, потому что деньги – кровь экономики, как внутренней, так и мировой. Заставить японцев много и интенсивно работать, учитывая их национальный характер и конкретные условия послевоенных десятилетий, было несложно. Затем надо было заставить японцев много и интенсивно потреблять. Этому они тоже научились быстро, хотя и не без некоторых усилий. Люди, помнившие послевоенные лишения, привыкли копить на «черный день», отказывая себе во всем. У многих этот комплекс не прошел и поныне. В последние годы наблюдается рост «серебряного рынка» потребления – так японские маркетологи именуют население пенсионного возраста (старше 65 лет). Но потребляли японцы исключительно продукты индустриального общества, в том числе те, которые сами производили. Все это в сумме обеспечило беспрецедентный подъем экономики, а затем уровня и качества жизни. В сегодняшней Японии электрические стиральные машины имеют в среднем 99,1% семей, цветные телевизоры – 99%, холодильники – 98,5% и т. д.

Экономисты и маркетологи часто утверждают, что возможности японцев как потребителей практически неисчерпаемы. Сакаия приводит впечатляющие данные о личных сбережениях, лежащих, заметим, не только в банках, но и в «чулке» (японцы называют это *тансу тэкин* – «сбережения в шкафу») – на которые может рассчитывать потенциальный продавец. И это на самом деле так: официальная статистика и независимые экспертные оценки рисуют совершенно аналогичную картину. Сбережения семьи среднего японского служащего к концу 2002 г. составляли 12,8 млн. иен (около 12 тыс. долл.), а долги (выплаты по кредитам и т. д.) – в 2 раза меньше. «Средняя семья» получала в месяц 538 227 иен (по другим данным, 542 129 иен) и тратила 416 427 иен, т. е. оставшиеся 121 800 иен семья могла отложить на будущее<sup>2</sup>. С учетом населения Японии и его социально-имущественной

<sup>2</sup> Japan Almanac. Дзяпан аруманакку. 2004. Токио, 2003; Japan Marketing Data '04/'05. Tokyo, 2004.

однородности в итоге получается внушительная сумма, хотя в процентном отношении французы или немцы могут откладывать больше.

Однако, несмотря на десятилетия экономического подъема, общий рост благосостояния и немалые накопления, в Японии довольно поздно в сравнении с другими странами оформился «праздничный класс», описанный в 1899 г. классиком американской социологии Т. Вебленом<sup>3</sup>. Это – группа людей, которые настолько материально обеспечены, что могут удовлетворять все свои потребности, не работая. И они действительно не работают. При этом данная группа является одним из крупнейших потребителей, что особенно важно для нашей темы. Основу «праздничного класса» в Европе составила родовитая аристократия, затем – стремившаяся подражать ей буржуазия, т. е. рантье. Классической страной рантье стала Франция, позже США.

Особенность «праздничного класса» состоит в том, что его представители не считают труд морально необходимым и даже гордятся своей праздностью. Между тем во многих культурах труд является моральным императивом, даже если это – формальное «заседание» в палате лордов, правлении банка или филантропической ассоциации. В традиционных обществах моральным правом на праздность обладают только особо привилегированные классы вроде дворянства, которое получило эти привилегии за службу «трону и отечеству». В «праздничном классе» входят и потомки «новых богатых», потому что сами нувориши, как правило, тратили на сохранение и поддержание своего состояния всю жизнь, и времени на праздность у них просто не оставалось.

В Японии последних полутора столетий формированию «праздничного класса» препятствовали как социально-экономические, так и моральные факторы. После *Мэйдзи исин* самурайское сословие не выпустило власть из рук (кстати, Сакаия совершенно неубедительно утверждал, что оно просто исчезло!) и сумело сохранить свои экономические позиции, но интенсивная модернизация страны и необходимость срочно приспособиться к новым условиям никому не позволяли пребывать в праздности. Конфуцианская мораль, которую охотно эксплуатировала правящая элита, праздность тоже не поощряла. Количественно многочисленный зародыш «праздничного класса» начал формироваться в Японии только после первой мировой войны, когда шедшие в ногу с эпохой молодые аристократы и сыновья *нарикун* – «новых японцев», начали строить виллы в английском или французском вкусе и проводить по полгода на курортах и в столицах Европы. Они стали одним из символов послевоенного процветания, но наступление «чрезвычайного времени», приведшего к второй мировой войне, сделало всеобщим

<sup>3</sup> Веблен Т. Теория праздничного класса. М., 1984.

императивом лозунг «Роскошь – враг!». Например, в конце 30-х годов прошлого века в рамках кампании по экономии бензина было запрещено ездить на автомобилях по местам развлечений. Даже принц Коноэ, председатель палаты пэров и бывший премьер-министр, был вынужден оставлять свой лимузин за квартал до любимого гольф-клуба и идти туда пешком, неся в руках чехол с клюшками.

После второй мировой войны в условиях земельной реформы и роспуска монополистических объединений *дзайбацу*, борьбы за экономическое возрождение, а затем за проникновение на мировые рынки говорить о «роскоши» и, тем более, о «праздничности» не приходилось. Сколько-нибудь массово демонстрировать «роскошь» – результат интенсивного потребления – японцы стали только с наступлением «экономики мыльного пузыря», но «праздничность» еще не вошла в набор норм. Она становится не просто привлекательной, но социально и морально допустимой лишь в последние десятилетия и то преимущественно среди молодых людей (пенсионеры в состав «праздничного класса» не входят, так как в принципе имеют право не работать). «Праздничный класс» современной Японии – это причудливо одетые девушки и юноши неопределенных занятий, среди бела дня разъезжающие по Токио на «ламборджини». За исключением небольшого числа топ-моделей, поп-звезд и шоуменов – это дети богатых родителей, которым по мере сил старается подражать остальная молодежь. Старшие поколения смотрят на них неодобрительно – им не нравится не демонстрация роскоши, а демонстрация праздничности.

Возвращаясь к нашей основной теме, заметим, что в условиях Японии «праздничного класса» – важная, но далеко не главная категория потребителей. Представители этого «класса» приобретают очень дорогие штучные вещи, преимущественно иностранного производства. Социологи и экономисты называют это «*honorific consumption*», или «потребление класса люкс», которое особой пользы японской экономике не приносит. Она до сих пор держится на массовом стандартизированном потреблении продукции отечественных производителей, даже если она сделана не в Японии.

Психологи и менеджеры знают, что японцы готовы приобретать все, если их убедят в том, что это – «круто» (модно, престижно, надежно, экономично и т. д.). Они потребляют еду и косметику, одежду и автомобили, дома и услуги хостесс-клубов, заграничные путешествия и алкогольные напитки. Заветные слова для абсолютного большинства японцев – *табэмоно* (еда) и *каймоно* (покупки) – возведены в ранг почти национального культа. Это – любимые формы времяпровождения японцев всех социальных слоев и групп, благо, «потребительский рай» предоставляет возможности для потребления «по средствам»

любому человеку, за исключением разве что бомжей. Это – любимые темы телепередач прайм-тайма. Это – апофеоз современной цивилизации в ее материальном воплощении.

Сакая старательно – и, конечно, сознательно – обходит молчанием преимущественно потребительский характер японского общества, которое некоторым зарубежным японофилам до сих пор кажется оазисом духовности. Разумеется, нельзя говорить, что «общество потребления» в том смысле, в каком этот термин понимают социологи и экономисты, а не публицисты, – это плохо. Каждый разумный человек стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей, в том числе материальных. Поэтому «общество потребления» – закономерный итог развития современной цивилизации и один из этапов ее эволюции и, надо полагать, не последний. Однако с таким апофеозом потребления, причем потребления сугубо материального, как в сегодняшней Японии, едва ли можно рассчитывать на построение интеллектуального общества, о чем в настоящее время озаботились наиболее дальновидные представители правящей элиты страны. Ведь для этого придется коренным образом переориентировать господствующую в нем систему ценностей и менталитет его абсолютного большинства.

Пусть нас не смущают внушительные цифры тиражей и названий книг, число посетителей выставок и концертов или выезжающих за границу туристов. Японцы потребляют «услуги» концертов и выставок точно так же, как услуги ресторанов и массажных салонов, только гораздо меньше. Среди трат на отдых и развлечения уверенно лидируют путешествия, гольф, посещения хостесс-баров, залов игровых автоматов *патинко* и горячих источников (средний расход более 100 тыс. иен в год). По данным ежегодника газеты «Асахи», 15 приоритетных видов досуга располагаются по нисходящей от хождения в рестораны и кафе (1-е место) через караоке (4-е место), компьютерные игры (9-е место) и хостесс-бары (12-е место) до устройства пикников (15-е место). Среди «культурного отдыха» на первом месте просмотр видео- и кинофильмов и слушание музыки (репертуар не уточняется).

Особый разговор о чтении, которое, видимо, досугом не считается... или просто не попадает на верхние строки рейтинга. Данные о структуре издаваемой литературы – в условиях рынка она хотя бы опосредованно отражает структуру читательского спроса – сразу проясняют картину. Фавориты – массовые журналы, зачастую «желтого», скандального характера, комиксы *манга*, детективные и любовные романы, «полезные» книги: как выгодно вложить деньги, как построить отношения с начальником, как сохранить одежду от сырости, как

жениться на иностранке, где дешево и вкусно поесть. Не зря же в стране около 2 млн. разных точек «общепита»! А вот публичных библиотек несравненно меньше. И по их общему числу (2735), и по сравнительному числу на душу населения (2,15 на 100 тыс. человек)<sup>4</sup> Япония далеко отстала от Германии (14019 и 17,2), Великобритании (5185 и 8,9), и даже Соединенных Штатов (15346 и 5,9)<sup>5</sup>, имеющих репутацию мало читающей страны. Еще менее характерны для Японии домашние библиотеки (тоже статья потребления!). И это несмотря на то, что подержанные книги здесь очень дешевы и собрать из них хорошую библиотеку за ничтожную, по японским понятиям, сумму не составит особого труда. Было бы желание<sup>6</sup>.

Японцы много и охотно ездят за границу (фавориты – США, включая Гавайи и Гуам, Китай, Южная Корея, Гонконг, Таиланд). Однако, за исключением части молодежи, они совершенно не стремятся жить там подолгу. Известно, что длительные заграничные командировки воспринимаются многими государственными служащими и, особенно, служащими частных компаний как своего рода «ссылка», препятствующая дальнейшему карьерному росту.

Действительно, японских туристов можно встретить в любом уголке земного шара. Однако есть примечательная особенность: впечатления японцев (не берем во внимание специалистов или интеллектуалов) о заграничных путешествиях в абсолютном большинстве случаев сводятся к тому, что и где они ели, а также что и где они купили. Причем это характерно не только для телепередач на туристические темы, за которыми можно видеть некий замысел авторов, но и для уровня бытового общения, на котором сознание, в свою очередь, управляется средствами массовой информации.

Поэтому, на наш взгляд, следует изучать не управление производством или персоналом в Японии, тем более что давно ясно, что специфически японские «секреты» в этой сфере эффективны только для японцев<sup>7</sup>, а *управление потреблением*. Именно в Японии потребление управляемо как нигде.

В Токио это видно невооруженным глазом. Отличительной чертой японки *comme il faut*, начиная со старшеклассниц и кончая пожилыми дамами, являются сумки «Louis Vuitton» различных размеров и фасо-

<sup>4</sup> Данные 2003 г.

<sup>5</sup> Данные 1997 г.

<sup>6</sup> Подробнее: *Муравич А. И.* Книга в жизни японцев: чтение в век компьютеров. – Япония: собрание очерков «вслед за кистью» (дзуйхицу). М., 2000, с. 212–227.

<sup>7</sup> Одним из первых, еще в эпоху всемирного увлечения «секретами японского менеджмента», это убедительно показал знаток Японии американский социолог Дж. Тэйлор: *Taylor Jared. Shadows of Rising Sun.* N. Y., 1983.

нов, но характерной одинаковой расцветки (хотя, безусловно, определенная часть их является подделками, которым полиция сейчас объявила беспощадную войну). Конечно, сумки «Gucci», «Prada», «Chanel» тоже встречаются на улицах, но ни один из этих брендов не может сравниться с «Louis Vuitton» по своему успеху. Разумеется, началось все не вчера. Сакаия приводит такие данные: чуть более десяти лет назад эта фирма экспортировала в Японию 35% своей продукции, а с учетом покупок, делавшихся японцами за границей (говорят, в Париже в фирменном магазине «Louis Vuitton» японцам больше двух сумок в одни руки не дают), этот показатель достигал 50%. Сейчас он вряд ли сократился, несмотря на кризис. На замечательной выставке Art Deco в Токио, которую автор посетил в 2001 г., европейские парфюмерные флаконы 20–30-х годов прошлого века были представлены изделиями именно этой фирмы, а не более известных в данной области «Coty» или «Chanel», видимо, для облегчения узнавания. Более того, весной 2005 г. в японской столице открылась персональная выставка, посвященная этому бренду (аналогичных случаев не припомню). Почему именно «Louis Vuitton» пользуется в Японии *такой* популярностью, мы не знаем. Но полагаем, что специальное исследование этого вопроса много даст для понимания особенностей не только японского рынка, но и японской психологии.

Потребление в Японии не только управляемо, но и предельно упорядочено. Японцы дружно, в национальном масштабе, выкладывают огромные деньги за одинаковые сумки известной марки, чтобы быть «как все». Почему же так происходит? И кто управляет потреблением?

Хорошо разбирающийся в искусстве управления людьми, Сакаия утверждает, что это делают модные журналы «для потребителей», которые в России называют «глянцевыми». В Японии они выходят в огромном количестве и являются доходным бизнесом, несравненно более прибыльным, чем книгоиздание. Популярный справочник «Japan Marketing Data» перечисляет более 600 ведущих массовых журналов разнообразной тематики (многозначительно опуская многие десятки эротических!) с заявленными тиражами от 10 тыс. до 2980 тыс. экз. Среди них абсолютно доминируют сугубо потребительские издания типа «мода – кухня – досуг – интерьер». Из «серьезных» журналов в перечень включены лишь наиболее влиятельные – такие, как «Бунгэй сундзю» или «Гайко форуму»; литературных в нем всего 10, и у них самые скромные тиражи.

«Наступили 80-е годы, – продолжает Сакаия, – и сфера желаний японцев от увеличения количества стандартных товаров переместилась к несколько иным вещам – вещам, о которых все говорят, вещам, которыми можно похвастаться. Однако послевоенному поколению

японцев, *воспитывавшихся в том духе, что работа на предприятии, выпускающем массовую продукцию, не должна мешать им быть самостоятельными, неповторимыми личностями* (курсив наш. – В. М.), было трудно найти такие вещи – вещи, о которых все говорят.

Вот тут-то японцы и бросились покупать товары знаменитых иностранных фирм... Японцы подбирали себе высококачественные фирменные вещи, которые в прошлом охотно приобретали состоятельные люди Европы и Америки. Они хотели таким способом ощутить свое богатство, но это так и не принесло им удовлетворения. Поскольку послевоенное поколение японцев воспитывалось в том духе, что работа на предприятии, выпускающем стандартную массовую продукцию, должна научить их, как истинных трудящихся, терпению, пунктуальности, мастерству, они оказались неподготовленными к выбору индивидуальных товаров: эта задача оказалась для них непосильной. По мере того, как увеличивались потребности и входили в моду фирменные товары, обычные люди, главным образом молодежь, хотели получить точные сведения о том, о каких товарах говорят, какой фирменной вещью можно похвастаться.

Вот тогда-то и появилось огромное количество брошюр (видимо, имеются в виду рекламные буклеты. – В. М.) и журналов, знакомящих с известными фирмами и модными товарами, отвечающими самым требовательным вкусам... Появилось множество молодых людей, слепо следующих советам этих журналов»<sup>8</sup>. За последние годы аналогичную роль все более активно играют телевидение и Интернет, но присущее японцам уважение к печатному слову приводит к дальнейшему росту тиражей подобных журналов. Каждый год какие-то из них прогорают, но на смену им тут же появляются новые. Эти издания существуют, прежде всего, за счет рекламы и заинтересованы в том, чтобы рекламировать изделия популярных марок. В то же время рекламодатели стремятся давать свою информацию в наиболее раскупаемые и читаемые журналы. Интересно было бы проследить соотношение между затратами журналов на получение рекламы изделий «Louis Vuitton» и их доходами. Впрочем, «Louis Vuitton», наверно, уже ни в какой рекламе не нуждается.

«В связи с тем, что даже самые изысканные фирменные вещи, – продолжает Сакаия, – *покупаемые для возможно более яркого выражения своей индивидуальности* (курс. наш. – В. М.), попадают в руки многим, модные журналы формируют некую обобщенную индивидуальность»<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Сакаия Т. Что такое Япония, с. 42–43.

<sup>9</sup> Там же, с. 43.

Весь этот пассаж может поставить читателя в тупик. Во-первых, «работа на предприятии, выпускающем массовую продукцию», особенно в условиях послевоенной Японии, по определению препятствует развитию индивидуализма и не дает людям, задействованным в предельно унифицированном и стандартизированном процессе, «быть самостоятельными, неповторимыми личностями». Во-вторых, обладание «вещами, о которых *все* говорят» также противоречит выражению индивидуальности. В-третьих, что такое «обобщенная индивидуальность»? Это – оксюморон, вроде «горячего снега». Возможно, мы имеем дело с погрешностями перевода либо с попыткой соединить несоединимое – стремлением подчеркнуть индивидуалистический фактор в «обществе потребления».

Японский потребитель должен быть «как все» – это его главный императив, взращенный несколькими поколениями элиты. В богатой стране неприлично быть бедным, но и возвышаться над средним уровнем тоже не рекомендуется. Не рекомендуется выделяться выбором аксессуаров – это тоже быть «как все». Наконец, поскольку потребление имеет почти исключительно материальный характер, надо потреблять материальные ценности «как все».

Поневоле приходишь к выводу, что японская цивилизация дошла до той стадии, которую гротескно по форме, но совершенно точно по сути описал Виктор Пелевин в романе «Generation П».

«Каждый человек является клеткой организма, которую экономисты древности называли маммоной... Его называют просто ORANUS... Каждая из этих клеток, т. е. человек, взятый в своем экономическом качестве, обладает своеобразной социально-психической мембраной, позволяющей пропускать деньги (играющие в организме орануса роль крови или лимфы) внутрь и наружу. С точки зрения экономики задача каждой из клеток маммоны – пропустить как можно больше денег внутрь мембраны и выпустить как можно меньше наружу».

Но императив существования орануса как целого требует, чтобы его клеточная структура омывалась постоянно нарастающим потоком денег. Поэтому оранус в процессе своей эволюции... развивает подобие простейшей нервной системы, так называемую «медиа», основой которой является телевидение. Эта нервная система рассылает по его виртуальному организму нервные воздействия, управляющие деятельностью клеток-монад.

Существует три вида этих воздействий. Они называются оральным, анальным и вытесняющим вау-импульсами (от коммерческого междометия “wow!”).

Оральный вау-импульс заставляет клетку поглощать деньги, чтобы уничтожить страдание от конфликта между образом себя и образом идеального “сверх-я”, созданного рекламой... Анальный вау-импульс заставляет клетку выделять деньги, чтобы испытать наслаждение при совпадении упомянутых выше образов... Вытесняющий импульс подавляет и вытесняет из сознания человека все психические процессы, которые могут помешать полному отождествлению с клеткой орануса... Под действием вытесняющего импульса, блокирующего все тонкие психические процессы, не связанные прямо с движением денег, мир начинает восприниматься исключительно как воплощение орануса...

Можно назвать несколько устойчивых типов identity:

а) оральный вау-тип (преобладающий паттерн, вокруг которого организуется эмоциональная и психическая жизнь, – озабоченное стремление к деньгам);

б) анальный вау-тип (преобладающий паттерн – сладострастное испускание денег или манипулирование замещающими их объектами...);

в) вытесненный вау-тип (в возможной комбинации с любым вариантом из первых двух) – когда достигается практическая глухота ко всем раздражителям, кроме оральнo-анальных».

Нельзя не узнать здесь современный «потребительский рай», населенный «идеальными потребителями», у которых все остальные импульсы полностью «вытеснены» с помощью масс-медиа и рекламы:

«Раньше у орануса была только вегетативная нервная система; появление электронных СМИ означает, что в процессе эволюции он выработал центральную. Главным нервным окончанием орануса, достигающим каждого человека, в наши дни является телевизор... Черная сумка, набитая пачками стодолларовых купюр, уже стала важнейшим культурным символом и центральным элементом большинства фильмов и книг, а траектория ее движения сквозь жизнь – главным сюжетобразующим мотивом... В некоторых случаях сумка с деньгами не присутствует прямо; в этом случае ее функцию выполняет либо участие так называемых «звезд», про которых доподлинно известно, что она есть у них дома, либо навязчивая информация о бюджете фильма и его кассовых сборах»<sup>10</sup>.

Номо sapiens если еще не полностью превратился в «потребителя», точнее в «только потребителя», то уверенно движется к этому. Это особенно хорошо заметно на примере Японии и объясняется воздействием конкретных исторических и социальных факторов.

Сакаия справедливо заметил: «Идеалы, к которым стремились японцы в период своей бедности (курсив наш. – В. М.), действительно

<sup>10</sup> Пелевин В. Generation «П». Рассказы. М., 1999, с. 103–113.

осуществились» (с. 34). Опыт бедности первых послевоенных лет, когда, по словам Сакаия (он родился в 1936 г.), «несбыточной мечтой для японцев было вдоволь наесться очищенного риса» (с. 41), вкуче с целенаправленной политикой послевоенной элиты в отношении «японского духа» сыграл колоссальную роль в создании современного «общества потребления». Оно формировалось еще тогда, когда было «индустриальным». Не столь важно, на что именно ориентировать массы – на производство или на потребление. Важно, что их интересы полностью сосредоточены в материальной сфере. Потому что управлять такими массами несравненно легче – это аксиома.

Управлять – главная задача любой элиты. Но у нее есть еще одна задача – отвечать на внешние вызовы, поскольку эффективный ответ – залог ее силы и власти. В прошлом японская элита, отвечая на внешние вызовы, стремилась сочетать «иностранный технику» с «японским духом» по известной мэйдзийской формуле *вакон ёсай*. («японский дух – иностранная техника»). Собственной «техники», т. е. технологий, сегодня у японцев более чем достаточно, а вот с фундаментальной наукой и интеллектуализацией общества дело, как известно, обстоит не блестяще. Более того, японские интеллектуалы все чаще говорят о постигшем их страну в последние десятилетия «духовном кризисе» или «кризисе ценностей». Кстати, Сакаия наличие такого кризиса упорно отрицает.

Бесспорно, в материальном плане поражение во второй мировой войне в конечном итоге принесло японцам сытую и благополучную жизнь, которая как раз и привела их к абсолютизации материальных ценностей и материального прогресса. Однако дух дышит не здесь. Нельзя сказать, что духовная культура современной Японии представляет собой пустыню, но великой культурной державой XX в. она не стала. Главное, что Япония внесла в мировую сокровищницу – от храмов эпохи Нара и хэйанской прозы до чайной церемонии и гравюры *укиё-э*, – связано с традиционной, а не «современной» культурой. Ярким воплощением культуры глобализированной Японии можно считать ее современную «попсу» – в литературе, музыке, моде. Нынешняя японская масс-культура имеет подражательный характер и неконкурентоспособна на мировом уровне.

В основе «духовной политики» лидеров послевоенной Японии лежало либо искоренение «японского духа», либо его приспособление к вкусам и желаниям новых хозяев One World. Как бы ни выступали против «наследия Токийского процесса» записные «ястребы» вроде Я. Накасонэ, они должны быть благодарны ему, как и вообще всей послевоенной чистке правящей элиты, потому что иначе пришли бы во власть только в предпензионном возрасте, поскольку власть в

Японии традиционно была привилегией пожилых. «Правые» пытались адаптировать «японский дух» для Рах Americana, т. е. делали прямо противоположное тому, что их предки. Весь послевоенный японский «консерватизм» и «неоконсерватизм» проникнут отрицанием консервативного и тем более консервативно-революционного наследия довоенного времени, в котором акцент делался не на материальной, а на духовной стороне политики и вообще всей человеческой жизни. Вся правящая элита сегодняшней Японии тоже работает на глобализацию, в идеологии которой однозначно доминируют материальные, потребительские ценности. Даже интеллектуалы не выступают против глобализации. Некоторые лишь робко возвышают голос против односторонней американизации, которая успела растерять значительную часть своей привлекательности.

Роль Японии в мирохозяйственной динамике исключительно велика, несмотря на кризис. Интересно другое: образ Японии как «успешной» страны, могущей служить примером для подражания, в послевоенное время ассоциировался исключительно с материальными достижениями. Экономическое преуспевание и вызванное им удовлетворение населения избавляли страну от политических амбиций. «Если считать, что идеалом современного государства, – писал в 1991 г. Сакаия, – является достижение богатства, равенства, мира, безопасности, то сегодняшняя Япония – страна, почти полностью достигшая этого идеала, ближе всех подошедшая к раю» (с. 34). Робкие и нечастые попытки «сказать нет», как это было сделано в 1979 г. в нашумевшей книге писателя и политика Исихара Синтаро и главы концерна «Sony» Морита Акио<sup>11</sup>, так и остались словами.

Но вот экономика в кризисе. «Менеджмент японского образца», который, по словам Сакаия, «и есть японская культура достойная распространения ее во всем мире» (с. 63, курсив наш. – В. М.), оказался в полной мере применим только в Японии, да и то с небесспорными результатами. Впрочем, тот же автор на соседней странице обронил: «Он (японский менеджмент. – В. М.) эффективен лишь в случаях, когда речь идет о предприятиях, выпускающих массовую стандартную продукцию, и не состоятелен при отсутствии предпосылок к расширению производства» (с. 65). Поскольку в настоящее время массовое серийное производство вынесено в «третий мир» и в бывшие социалистические страны, то туда, надо полагать, и надлежит нести эту «культуру». Азия успешно учится у японцев, как некогда японцы –

<sup>11</sup> При подготовке американского издания книги А. Морита отказался от авторства, опасаясь повредить продажам продукции «Sony» в США, зато Исихара сделал выражение «способность сказать “нет”» («*но-то иэру*») своим политическим брендом.

у европейцев и американцев. А то, что опыт японского менеджмента может принести реальную пользу России или странам Восточной Европы, маловероятно, прежде всего, в силу глубоких цивилизационных и психологических отличий.

Они в равной степени заметны в сфере производства и в сфере потребления. Японское общество традиционно характеризуется понятием «группизм», подразумевающим сплоченные действия равных, не отличающихся друг от друга и не выделяющихся людей. Однако в современных условиях, требующих максимальной эффективности работы, принцип «главное не победа, а участие» более не действует. В Японии, где, по японской же пословице, «торчащий гвоздь забивают» уже в начальной школе, вся существующая система ориентирована на подавление как индивидуализма, так и духа соревнования. Это сплачивает коллектив, но лишает людей творческого импульса. На заре нынешнего кризиса Сакаия писал: «Общество, привыкшее к тому, что никто не может проявить индивидуальности, никто не может мобилизовать свои творческие силы, что лучше всего следовать правилам и нормам, созданным бюрократией по образцам прошлого и по иностранным образцам, – таково оптимально организованное индустриальное общество, такова японская действительность» (с. 309).

Потребление, – возможно, единственная область жизни, в которой «группизм» по-прежнему эффективен. Массовое приобретение дорогостоящих, особенно импортных, товаров (цены на импортную продукцию в Японии значительно выше, чем в странах-производителях) заставляет деньги вращаться, обеспечивая «кровообращение» экономики. Именно поэтому японское «общество потребления» стабильно и не поддается принципиальным изменениям.

Еще одна причина его устойчивости – исключительная эффективность системы воспитания и образования, через которую общество непрерывно воспроизводит самое себя<sup>12</sup>. В японской системе образования все время идут косметические реформы, но неизменным остается главное – социальная ориентированность. Вот как характеризовал ее Сакаия в лекции 2002 г.: «Система образования также ориентировалась на подготовку персонала для участия в массовом выпуске серийной продукции. Какие же сотрудники были нужны предприятиям, ориентирующимся на массовый выпуск серийной продукции? Во-первых, люди с терпеливым характером, умеющие преодолевать невзгоды. Во-вторых, люди уживчивые, склонные к сотрудничеству с коллегами. В-третьих, люди с идентичными моральными принципами, идентичным уровнем знаний и навыков. В-четвертых, люди лишенные самобытности и творческих устремлений».

<sup>12</sup> Подробнее см. ниже, восьмую главу данной книги.

В трех первых качествах ничего худого нет, оценка четвертого – дело вкуса. Но если перевести эти слова на более прозаический язык, становится ясно, что правящей элите требовались квалифицированные, стандартизированные, беспрекословно послушные исполнители с четко определенным набором знаний и навыков. Одним словом, «винтики», полностью подконтрольные «мастеру». Каждый из них необходим для функционирования механизма в целом, но в любую минуту может быть заменен точно таким же запасным «винтиком».

Не беря на себя смелость оценивать японскую систему образования по шкале «хорошо – плохо», мы можем сказать лишь одно: она потрясающе эффективна. Построение интеллектуального общества потребует от Японии невероятных усилий именно потому, что существующая система столь эффективна. Она полностью соответствует поставленной цели – поставляет в нужном количестве (в последнее время даже с избытком) «винтики» отличного качества. Но если время ставит перед государством и обществом принципиально новые задачи, прежние «людские ресурсы» становятся неэффективными или вовсе непригодными. А других нет. Или практически нет.

Более того, нетрудно заметить, что описанный Сакаия тип – при наличии у него необходимого количества материальных средств – это еще и тип идеального потребителя. Деньги, как мы видели выше, у японцев есть. Только какое это имеет отношение к интеллектуальному обществу?

Вернемся к тому, что настойчиво предлагает Сакаия в качестве панацеи, – к «интеллектуальной революции». И тут возникают самые главные вопросы. Возможна ли она в современной потребительской Японии? И, более того, нужна ли она?

Цену придется заплатить огромную: речь идет о коренной ломке менталитета в национальном масштабе. По сравнению с этим даже тотальная реформа системы образования кажется мелочью. Многие десятилетия японцам вбивали голову подробные и, как правило, прикладные по узкой специальности знания и удивительно скудные знания обо всем прочем. Однако их не учили самостоятельно мыслить, потому что на это есть «мастер». Японцы часто говорят, что их учили «сдавать экзамены», механически заучивать правильные ответы, а не «думать головой». Забуривая ответы, японские школьники показывали потрясающие результаты на международных олимпиадах, но после отказа от системы заучивания результаты снизились. Поэтому кумиром немалой части современных японских родителей стал Кагэяма Хидео, директор начальной школы в портовом городе Цутидо, педагогическое кредо которого предельно просто: «Забуривание материала очень полезно ученикам. Это заставляет работать мозг подобно тому,

как загружает информацию персональный компьютер». «Так называемый “метод интенсивного режима подготовки”, практикующийся в школе Кагэяма, считается чрезмерным даже по достаточно жестким стандартам японских школ и подвергается резкой критике со стороны учителей государственных школ. Но, несмотря на это, учитель Кагэяма стал в Японии национальной знаменитостью», – пишет «Уолл-стрит джорнэл»<sup>13</sup>.

Иными словами, в Японии сложилось общество «знающих» (и то с поправкой: число разносторонне образованных людей в Стране восходящего солнца невелико, что признают сами японцы), но не «думающих». Как с таким «человеческим материалом» осуществить «интеллектуальную революцию», трудно представить. Даже если быстро и полностью изменить всю систему школьного образования, это не поможет. Как быть со всеми теми, кто уже получил такое образование и воспитание, включая, между прочим, школьных учителей. Японцы, конечно, очень дисциплинированный и исполнительный народ, но превратить их по команде в индивидуалистов и, тем более, в интеллектуалов едва ли удастся. Надо радикально менять всю систему социальных ценностей. Проще говоря, заменить абсолютному большинству нации сознание и мозги.

Радикальная переориентация общества вызовет тяжелый моральный и духовный кризис. Большинство японцев сегодня чувствует себя в своей стране вполне комфортно, и с точки зрения социальной стабильности это прекрасно. Но это – комфорт идеального потребителя в идеальном обществе потребления. Если поместить его в интеллектуальное общество, он почувствует себя, мягко выражаясь, потеряннным и неполноценным, поскольку, прежде всего, этот человек не будет знать, что и как потреблять.

Что касается морального кризиса в современном японском обществе, точнее, кризиса ценностей, то он существует, как бы Сакаия это ни отрицал. Неубедительными выглядят его ссылки на низкий процент разводов и малое число детей, рожденных вне брака. В скандинавских странах процент детей, рожденных вне официально зарегистрированного брака, очень высок, едва ли не до трети. Но никто не бьет тревогу о «падении нравов», поскольку большинство этих детей воспитывается во вполне стабильных, «полных» семьях, обоими родителями. Так ли важно, зарегистрирован их брак в соответствующей управе или нет? Гораздо интереснее было бы проанализировать другие показатели в «самой близкой к раю стране»: количество детей, воспитывающихся в «неполных» семьях (не исключая и такие, где,

<sup>13</sup> www.inopressa.ru, 04.11.2004.

несмотря на формально существующий брак, дети месяцами не видят отцов), насилие в семье, в школе, статистика самоубийств детей и подростков и, особенно, совершенных ими преступлений, включая тяжкие. И тут картина нынешнего японского общества будет совсем не такой радужной, как нарисовал ее Сакаия московским слушателям. В 2003 г. за совершение тяжких преступлений задержаны 2212 подростков в возрасте 14 лет и старше – на 11,4% больше по сравнению с 2002 г. 42 ребенка в возрасте до 18 лет погибли в результате жестокого обращения с ними взрослых – на 39 человек больше, чем в предыдущем году. В 2003 г. полиция раскрыла 157 случаев жестокого обращения с детьми и общее число жертв составило 166 человек. Для благополучной Японии это много, поэтому правоохранительные органы, педагоги и социальные психологи не зря бьют тревогу.

Сегодняшняя Япония продолжает оставаться «потребительским раем», но «интеллектуальная революция» в ней вряд ли возможна и вряд ли нужна. Попытка тотального превращения «винтиков», пусть даже лучшего качества, в мыслящие индивидуумы обречена на провал, но может подорвать, если не разрушить, общество изнутри. И еще неизвестно, как будет обновляться в таких условиях японская элита, те самые «мастера».

Степень Master of Business Administration или, тем более, доктора экономики, полученная в престижном американском университете, открывает ее обладателю-японцу все дороги в мире бизнеса и управления. В интеллектуальном обществе так должны котироваться дипломы собственных национальных университетов. Но ни для кого не секрет, что большинство японских студентов воспринимает университетские годы как законную передышку между школьным «экзаменационным адом» и не менее трудными первыми годами «учебы» на рабочем месте. Это время, когда надо отдыхать и развлекаться, а не учиться. Тот, кто действительно хочет учиться, по окончании четырехлетнего базового курса идет в магистратуру и дальше в докторантуру.

Еще одно любопытное признание Сакаия: в Японии «оригинальные научные идеи и исследования редко выходят из стен университетов. Видимо, японские университеты на самом деле гораздо беднее творческими исследованиями, чем университеты Европы и Америки» (с. 69). При отсутствии в Японии системы академических научно-исследовательских учреждений, как в России, и исключительно прикладной ориентированности НИИ, принадлежащих компаниям и обслуживающих их нужды, становятся понятны причины слабости фундаментальной японской науки. А без развитой фундаментальной науки ни о какой «интеллектуальной революции», конечно, не может быть и речи, как бы ни уверял Сакаия, что в Японии она вот-вот начнется.



Японское общество уже не первый год стоит перед трудным выбором. Все большее число людей понимает, что выход из застоя будет чреват необходимостью серьезного самоограничения, в том числе экономического, потребительского характера. Однако большинство японцев не готово на это даже с учетом опыта лет, последовавших за крахом «экономики мыльного пузыря». Избиратели будут голосовать за силы, призывающие к реформам, но едва ли поддержат какую бы то ни было «шоковую терапию». Удастся ли справиться без нее – покажет ближайшее будущее. Только вот ставки очень уж велики.

Потребительский рай продолжается. Не окажется ли он пиром во время чумы?

---

---

## ГЛАВА ВОСЬМАЯ

### ЧЕМУ И КАК УЧАТСЯ ЯПОНЦЫ

В настоящее время образовательный уровень японцев признается одним из самых высоких в мире. Обязательное девятилетнее образование (начальная и средняя школа первой ступени) получают почти 100% детей, 96%, продолжают обучение в средней школе второй ступени, по окончании которой более 60% поступают в институты, колледжи и профессиональные училища.

В 90-е годы XX века в стране началось коренное реформирование практически всех сторон жизни в связи с тем, что Япония уже прошла путь по модели «догоняющего» развития. Теперь, как высокоразвитая страна, она должна предложить миру лучшую модель развития, для чего необходимо задействовать все имеющиеся и находящиеся пока в латентном состоянии силы. Высокий уровень образования в японском обществе, и что особенно важно, всех слоев населения, на разных этапах исторического развития играл немаловажную роль в осуществлении кардинальных перемен. Правительство постоянно держало под контролем систему образования, внося в нее коррективы в соответствии с изменениями потребностей общества.

Уже в конце 90-х годов прошлого века было определено основное направление, по которому следовало проводить реорганизацию этой важнейшей сферы: «от централизации к децентрализации», «от унификации к разнообразию», «от жесткости к гибкости». Были разработаны три основных принципа реформы образования: 1) опора на воспитание индивидуализма; 2) усиление внимания к непрерывному образованию, или образованию на протяжении всей жизни; 3) учет глобальных перемен (интернационализация, внедрение новых информационных технологий, особенно цифровых, и т. д.)<sup>1</sup>.

Следует пояснить, что образование на протяжении всей жизни предусматривает создание системы, в которую интегрирована не

<sup>1</sup> Нихон-но кёйку. Сэйдо то кадай (Образование в Японии. Система и задачи). Токио, 1997, с. 12.

только школа, но и семья, и локальное общество (community). Это обусловлено серьезными переменами в образе и качестве жизни, а также в самом жизненном цикле японцев. Необходимость системной перестройки образования объясняется тем, что «обучение в школе ограничено во времени и поэтому недостаточно. Подвижность образования, отвечающего изменениям в обществе и разнообразию требований индивидуума, становится чрезвычайно важной проблемой. В системе непрерывного обучения велика роль социального образования»<sup>2</sup>.

Социальное образование охватывает все виды внешкольного образования в семье, по месту работы и жительства, предусматривает самую разнообразную просветительскую деятельность, которая не относится к категории «образование». В специальном Законе о социальном образовании оно определяется «как образовательная деятельность главным образом для молодых людей и подростков, проводимая вне стандартной образовательной системы, основанной на курсах обучения»<sup>3</sup>. Другими словами, социальное образование понимается как «неформальное обучение». В современной структуре министерства просвещения и науки есть специальная секция, занимающаяся этой проблемой.

Современная система образования и весь образовательный процесс, в котором чрезвычайно важны стандартизация и воспитательная составляющая, обладают мощным историческим, культурным, социальным и природным бэкграундом. В нем отразился весь путь формирования японской нации и государства, и он дает ключ к пониманию многих моментов в жизни современного общества. Достаточно вспомнить, что Япония принадлежит к так называемой рисовой цивилизации. В те времена жизнь людей зависела от возделывания риса, и здесь сложилась своеобразная система трудовой кооперации, которая называется «*юи*» (дословно «связь»). Население гомогенно, отличается веротерпимостью, групповым типом самосознания, что отражено в социопсихологических и социокультурных особенностях поведения японцев и, в частности, в их отношении к образованию.

Безусловно, образование является непреходящей духовной ценностью для любого общества, которое серьезно задумывается о своей будущей судьбе. Оно было и остается такой ценностью для японцев. У них издавна существовала традиция экономить на всем самом необходимом в повседневной жизни, чтобы дать детям образование. Японцы старались оставить детям не деньги и материальные ценности, а дать им образование. Оно обеспечивало высокий социальный статус, служило гарантией получения государственной должности.

<sup>2</sup> Нихон-но кёику сирё (Материалы по образованию в Японии). Токио, 1978, с. 47.

<sup>3</sup> Нихон-но кёику. Сэйдо то кадай, с. 42.

Этим объясняется исключительно большая роль государства в становлении и развитии образования на всех этапах развития общества.

Первоначальная система образования была импортирована с континента (главным образом из Китая) для решения практических задач государственного и общественного строительства, что во многом определило ее положение в обществе и отношение к ней со стороны государственной власти. Не случайно в первом своде законов «Тайхорё» (702 г.), который представлял собой правовое обобщение и систематизацию актов о социально-экономических и политических реформах второй половины VII в. (именно в этот период была создана первая школа), есть специальные статьи, касающиеся образования. Например, в статье «Управление высшей школой»<sup>4</sup> давалось штатное расписание и основные предметы обучения, целый ряд статей, в том числе первый Закон об образовании, были посвящены государственным школам. Примечателен комментарий к статье 44, в котором говорилось, что понятие «некультурные» означает «необразованные» люди<sup>5</sup>.

За двенадцать веков, вплоть до второй половины XIX в. сложились основные формы и национальные традиции образования и воспитания японцев. Главенствующая роль высшей власти, акцент на моральное воспитание и знание этикета всеми сословиями, последовательность, постепенность и практический характер обучения являлись основными принципами и особенностями образования в Японии<sup>6</sup>. С самого начала система обучения состояла из двух блоков – государственного и частного. Государственное образование обеспечивало подготовку кадров чиновников, а частное – буддистских священнослужителей.

В этот же период в японской педагогике формируется такое понятие, как моральное воспитание, которое четко ассоциируется с образованием. Уже в средневековых школах уделялось большое внимание практической этике. Здесь обучали тому, как и чем руководствоваться в практических делах, в отношениях в семье, с хозяином, чиновниками. Под влиянием конфуцианских догматов и буддистских традиций образование рассматривалось не только как средство получения знаний и навыков мастерства, но и как путь к моральному и духовному совершенству, как средство воспитания таких качеств, как прилежание, упорство, дисциплинированность.

Созданная система соответствовала социальной структуре общества, в которой все население делилось на привилегированный слой и прочих. К середине XIX в. и в центре, и на местах упор делался на

<sup>4</sup> Свод законов «Тайхорё». 702–718 гг., I–XV законы, М., 1985, с. 29–30, 200.

<sup>5</sup> Там же, с. 243.

<sup>6</sup> Прасол А. Ф. Становление образования в Японии. Владивосток. 2001.

образование слоя самураев, подготовку их к государственной службе. В то же время при храмах действовали десятки тысяч школ для простого люда. Примерно половина мужчин и около 15% женщин получали систематическое начальное образование. Экономическая направленность образования отличала Японию того времени от европейских стран, где оно было нацелено по преимуществу на чтение религиозных книг<sup>7</sup>, хотя светское образование занимало уже значительное место. Об этом свидетельствуют, например, немало сохранившихся дневников крестьян и переписанных ими от руки книг, содержащих сведения по ведению сельского хозяйства.

Построение капиталистического общества потребовало поистине революционной реформы образования, но решалась она свойственным для Японии путем компромиссов. Опять был использован иностранный опыт – французская и американская системы образования, однако при этом были сохранены сложившиеся национальные особенности. Для осуществления централизованного контроля над образованием, которое стало важным фактором объединения страны, в 1879 г. было создано министерство просвещения. Еще в 1872 г. был принят Закон об образовании, который означал победу либеральных взглядов в этой сфере. В преамбуле закона было записано: «Обучение – ключ к успеху в жизни, и никто не может его игнорировать... В будущем не будет ни одного населенного пункта, где были бы неграмотные семьи, и ни одной семьи, в которой был бы хоть один неграмотный человек»<sup>8</sup>. Поставленная задача была решена в течение полувека: начальное образование стало почти 100%-ным к началу 20-х годов XX в., а бесплатным еще в 1900 г.

В основе преподавания лежал утилитарный подход, согласно которому каждый член общества, получая образование для себя, тем самым делал осознанный вклад в общее дело развития и обогащения общества. Образовательный процесс осуществлялся под строгим контролем министерства просвещения. Были введены жесткие стандарты на все, что касалось учебного процесса и его организации. Прозападная направленность обучения в школах, отказ от доминирования в этом процессе традиционного предмета – морали – поддерживались государством, поскольку этого требовало осуществление модернизации и индустриализации. Однако правящей элите, которая поставила амбициозную цель создать «богатую страну и сильную армию», от образования, прежде всего, требовалось воспитание молодого поколения в духе лояльности верховной власти и преданности национальным

интересам. Очень скоро на первый план вновь выходит преподавание морали, что вполне отвечало поставленным целям. При этом надо заметить, что в заданных параметрах оно действовало эффективно. В то время образование имело четко выраженный национально ориентированный характер. Значимость и направленность школьного образования особенно отчетливо проявляются в переходные периоды развития общества.

Одновременно появилось значительное число частных школ. На основе некоторых из них впоследствии были созданы наиболее известные современные частные университеты. Государственных университетов было немного. Основными стали Токийский и Киотосский императорские университеты.

В мэйдзийскую эпоху образование было подчинено единым, строгим правилам: не только существовали унифицированные программы, но и регламентировалось ношение форменной одежды, нормы поведения, выполнение обязанностей в классе, соблюдение ритуалов. С детских лет ребенок воспитывался в мире готовых схем и моделей поведения, что соответствовало социально регламентированному традиционному японскому обществу, несмотря на его модернизацию.

В послевоенной Японии американские эксперты из штаба оккупационных войск пришли к выводу, что японское образование полностью не пригодно для дальнейшего использования и подлежит коренному реформированию. Сразу же после окончания войны директивой штаба оккупационных войск были аннулированы в школьных программах курсы морали, японской истории и географии. Министерству просвещения предлагалось срочно подготовить планы пересмотра учебников по этим предметам. В новых учебниках в приказном порядке запрещалось касаться тем, связанных с ультранационализмом, национальной религией синто, почитанием императора, возвеличиванием государства над личностью, расизма. По выражению английского ученого и дипломата Дж. Сэнсома, американцы полагали, что дать Японии новую систему образования так же просто, как портному – сшить костюм. Но японцы, как всегда, решали эту проблему путем компромиссов, создав систему, которая с необходимыми поправками в целом продолжает действовать и в настоящее время.

Согласно японской политической традиции сразу же была проработана законодательная база. Принятые в 1947 г. Основной закон об образовании и Закон о школьном образовании, как и большинство других, с одной стороны, представляют собой тщательно проработанные документы, а с другой – оставляют свободу для их расширенного толкования.

<sup>7</sup> Лекция проф. Хаями Акира, прочитанная в Институте востоковедения РАН 4 мая 1994 г.

<sup>8</sup> Meiji Japan through Contemporary Sources. Tokyo, 1980, vol. 3, p. 5, 6.

В статье первой основного закона было записано: «Целью образования является формирование гармонично развитой личности, приверженной правдолюбию и справедливости, уважающей индивидуальность и трудолюбие, обладающей чувством ответственности и независимости, которые необходимы строителям миролюбивого государства и общества»<sup>9</sup>. Таким образом, в нем нашли отражение приоритеты системы образования, которые корреспондировали с общим курсом на демократизацию страны. Другими словами, сохранялся принцип соответствия задач образования социально-экономическим и политическим условиям общества.

Закон о школьном образовании закреплял новую систему, скопированную с американского образца. Право открывать школы признавалось за государством, органами местного самоуправления, а также за юридическими лицами, действующими в системе образования (ст. 2). В соответствии с этим в стране были образованы государственные, префектуральные и муниципальные, а также частные школы. Руководство ими по большей части находилось в ведении местных органов власти. В значительной степени было «демократизировано» содержание учебных программ, предоставлена большая свобода преподавателям. В целом система образования приобрела эгалитарный характер.

Постоянное совершенствование законодательства способствовало приспособлению системы образования к общим задачам социально-экономического развития, повышению качества рабочей силы в условиях быстрого прогресса науки и техники. Долгие годы система образования в стране развивалась в соответствии с духом Основного закона об образовании и на основе концепции равных возможностей и повышения национальных образовательных стандартов как движущей силы развития экономики.

С учетом нынешней ситуации и необходимости пересмотра вставших перед образованием задач по поручению министерства просвещения и науки были подготовлены поправки к Основному закону об образовании и разработан Основной план развития образования в новую эпоху (в XXI в.). Без внесения в закон соответствующих поправок, которые дополняют ключевые концепции и принципы образования, невозможно осуществить эффективную реформу образования.

С большой долей уверенности можно сказать, что жизнь современного японского ребенка во многом ориентирована на школу. При этом его будущее в значительной степени связывается с тем, какое образование он получит. Элитарный детский сад почти автоматически

<sup>9</sup> Компакуто роппо (Краткий свод законов). Токио, 1989, с. 235.

открывает двери в соответствующую школу и университет, что в свою очередь гарантирует место в политической и экономической структуре страны.

Современная японская система образования состоит из дошкольного, начального, среднего и высшего образования. Обязательным является обучение в течение шести лет в начальной школе и трех лет – в средней. Дети, которые из-за болезни не могут посещать школу, обучаются на дому. Вообще, понятие «школа» в Японии имеет расширенное толкование. Согласно Закону о школьном образовании (ст. 1) оно включает начальную и среднюю школу двух ступеней, университеты, технические колледжи, специальные школы для детей-инвалидов. Другие образовательные учреждения называются специализированными школами (ст. 82) и школами смешанного типа (ст. 83)<sup>10</sup>.

Воспитание и обучение японца начинается буквально с первых лет его жизни. Практически 90% детей в стране хотя бы в течение года посещают дошкольные учреждения. Во многом они помогают воспитывать у них принадлежность к группе, с ранних лет приобщать их к социальной жизни, усваивать духовные ценности, стереотипы поведения. Уже здесь среди сверстников, ребенок начинает чувствовать себя личностью. То, что закладывается в раннем детстве, получает дальнейшее развитие в школе. Постепенно он учится согласовывать свои поступки с интересами группы, какой бы малой она ни была. Это помогает ему чувствовать себя комфортно на каждой последующей ступени его жизни – в университете, на предприятии, наконец, в созданной им семье. Принадлежность к группе и признание со стороны группы – важнейшее условие жизни в Японии.

При этом нельзя забывать о том, что воспитание в любой стране идет в системе координат национальных традиций, а потому не удивительно, что зачастую возникает взаимное непонимание поступков между представителями разных народов. На Западе, например, существует устойчивое мнение, что японские избалованные и неуправляемые дети дошкольного возраста после окончания школы превращаются в послушных, безликих, стандартизированных молодых людей, пополняющих армию служащих и ряды домохозяек, напоминающих роботы<sup>11</sup>.

Однако японские дети воспитываются в традициях отечественной педагогики, основоположники которой еще в XVII в. полагали, что ребенок – существо в психологическом отношении в корне отличное от взрослого, поэтому с ним надо вести себя принципиально иначе.

<sup>10</sup> Нихон-но кёйку, с.20.

<sup>11</sup> *Tobin Josef*. Japanese Pressschools and Pedagogy of Selfhood. – Japanese Sense of Self. Cambridge, 1990, p.21.

Основное положение этой педагогики – «нельзя из ребенка сразу сделать взрослого, каждому возрасту должны предъявляться свои требования, ограничения в поведении должны вводиться постепенно»<sup>12</sup>.

Воспитание и обучение маленького японца начинается в дошкольных учреждениях. В стране существуют два типа таких учреждений: детские сады (государственные, муниципальные, частные) и дневные центры (больше половины из них – государственные). Первые относятся к системе образования и находятся под юрисдикцией министерства образования и науки, вторые – под юрисдикцией министерства благосостояния и труда, поскольку они в основном призваны помогать работающим матерям. Эти дошкольные учреждения отличаются друг от друга по своим возможностям, оборудованию, учебному материалу, квалификации сотрудников, условиям их работы и числу детей на одного сотрудника.

Работники детских садов, которых называют «учителями», обязаны получить соответствующее образование, подтвержденное специальным сертификатом, как это предусмотрено Законом о сертификации преподавателей. Сотрудники дневных центров называются «нянями», и они приобретают необходимую квалификацию в различных учебных заведениях, подведомственных министерству благосостояния и труда.

Возраст пребывания в детских садах – от трех до шести лет. По желанию родителей ребенка можно отдать туда и в четыре, и в пять лет. Во многих садах имеются курсы обучения, учитывающие возраст поступающего ребенка. Они разрабатываются по пяти направлениям: здоровье, межличностные отношения, окружающая среда, родной язык, общение. Обычно каждый курс рассчитан на 39 недель, но заниматься с детьми можно не более четырех часов ежедневно. На это время и рассчитано пребывание ребенка в саду. Во время занятий основное внимание уделяется физическому и умственному развитию детей, привитию им навыков повседневной жизни, развитию творческих способностей, усвоению правил общения друг с другом. Их обучают устоявшимся формам выражения вежливости в языке, простейшим ритуалам, рассказывают о национальной символике. Соблюдение разного рода канонов, требований этикета до сих пор сопровождает японца на протяжении всей его жизни.

В дневных центрах дети находятся в возрасте от восьми недель до шести лет. Ежедневное пребывание – более восьми часов, поэтому и рабочий день сотрудников получается в два раза больше, чем в детских садах. Кроме того, дневные центры работают всю неделю, без

<sup>12</sup> Цит. по: *Прасол А.* Особенности национальной педагогики в Японии. – Япония. Путь кисти и меча. 200 . № , с. 12 .

каких-либо каникул, как это предусмотрено в детских садах. Начиная с четырех лет, дети здесь должны получать тот же набор знаний, что и в детских садах. В настоящее время прорабатывается возможность в какой-то форме интегрировать функции обоих видов дошкольных учреждений с тем, чтобы стереть разницу между ними.

На 2002 г. в стране действовало всего 14 218 детских садов. Среди них преобладали частные (8406), затем шли муниципальные (5763); число государственных незначительно (49). Основная масса детей (1,39 млн. из 1,76 млн.) посещала частные детские сады, 363 тыс. – муниципальные. В связи с этим в частных детских садах трудится основная масса учителей: более 81 тыс. из 108 тыс., в том числе более 5,5 тыс. мужчин из 6,5 тыс.<sup>13</sup>. Примерно такое же соотношение и среди обслуживающего персонала. Таким образом, родители стремятся отдавать своих детей в частные детские сады, что приводит к некоторой перегрузке последних.

Дневных центров значительно больше, чем детских садов: их около 22 тыс. и работает в них более 250 тыс. нянь. Центры посещают почти 2 млн. детей. Статистика показывает, что за 1960–2002 гг. примерно в 2 раза увеличилось число дошкольных учреждений обоих видов, учителей и няней – почти в 3 раза. Что касается детей, то за этот период их число в детских садах возросло в 2 раза, а в дневных центрах – в 3 раза. В целом наблюдается тенденция некоторого сокращения государственных и муниципальных дошкольных учреждений, и соответственно рост частных. В государственных учреждениях имеется даже некоторый резерв свободных мест, но в отдельных префектурах существуют очереди ожидающих, преимущественно в дневных центрах, и главным образом это касается детей в возрасте от одного до двух лет. Нехватка мест наблюдается в двух столичных мегаполисах и примыкающих к ним зонах.

По мере увеличения числа семей с одним ребенком групповое общение в детских дошкольных учреждениях становится все более важным средством социализации детей. Хотя один ребенок позволяет родителям уделять больше внимания его воспитанию и образованию, в то же время он не имеет возможности контактировать с детьми в семье и по месту жительства.

В школе продолжается воспитание детей в духе принадлежности к определенной группе. В начальной школе ученики одеваются свободно, но принадлежность к группе отмечена одинаковыми головными уборами. Всем выдаются ярко-желтые шапочки с катафотами для безопасности перехода улиц. Со второго класса ученики получают уже

<sup>13</sup> Нихон токэй нэнкан. 2004, с. 710–711.

два стандартных головных убора разного цвета: один для лета, другой для зимы. Школа уведомляет родителей, когда их следует менять.

Еще один пример. Во время школьных соревнований в беге все участники делятся на две команды. Время нескольких лучших участников идет в общий зачет, по которому и определяется лучшая команда. Чемпионов и призеров в личном зачете в школе не бывает.

Именно с первого класса начальной школы начинается целенаправленная работа по подготовке настоящих членов японского общества, которое до сих пор сохраняет некоторые черты традиционного восточного общества ареала конфуцианской культуры. Детей продолжают приучать к соблюдению формальных норм поведения, поскольку многочисленные требования этикета сопровождают японца всю жизнь. Неукоснительное соблюдение установленных правил, точное следование всем предписаниям ценятся гораздо выше, чем, скажем, творческая импровизация. В связи с этим специалист по истории японского образования А. Прасол приводит очень любопытный пример: «Решение математической задачи оригинальным способом удостоится сдержанной похвалы учителя, но будет непременно сопровождаться замечанием о том, что она была решена, хотя и быстро, но не надлежащим способом. А это – недостаток»<sup>14</sup>. Контроль и регламентация, которые являются квинтэссенцией школьных правил, не допускают ни малейшего проявления индивидуальности учеников, никакого самовыражения. Но при этом школа дает прочные общие знания и вырабатывает привычку преодолевать трудности, т. е. дает определенные положительные результаты.

Нерушимый принцип японского образования состоит в том, что все дети в возрасте шести лет обязательно поступают в начальную школу и через шесть лет ее оканчивают. В первые дни в школе практически нет занятий. Пришедшим с мамами детям в течение одного-двух часов показывают классы, рассказывают, как лучше ставить портфель и раскладывать учебные принадлежности, как здороваться и прощаться, как поднимать руку, как обращаться к учителю и задавать вопросы, как отвечать и т. д.

В начальных школах один учитель ведет все предметы. За время обучения в ней ученикам практически не ставят оценки. Делается это только для того, чтобы перевести в следующий класс. Главное условие перевода – не уровень знаний, а возраст. Во время обучения в системе обязательного образования школьникам не ставят неудовлетворительные оценки, поэтому сложные для понимания предметы изучаются чрезвычайно долго.

<sup>14</sup> Прасол А. Особенности национальной педагогики в Японии, с. 13.

В начальной школе практически исключены экстерн или ускоренное обучение; кроме того, учеников не оставляют на второй год. На этой ступени образования не допускается формирование классов из более сильных или более слабых учеников. В государственных школах негативно относятся к ранней специализации. Только в частных начальных школах, число которых незначительно, есть классы с углубленным изучением иностранных языков или математики.

Система автоматического перевода учеников в очередной класс в соответствии с их возрастом корреспондирует с системой старшинства, присущей пока все еще иерархическому японскому обществу. Эта система пронизывает все отношения между младшими и старшими учениками в духе конфуцианского принципа «почтение – покровительство». Особое внимание уделяется соблюдению внешних, формальных признаков системы. Это проявляется, в частности, в установленной форме обращения младших учеников к старшим. И ее никто не может нарушить.

В японской школе никогда не практиковалось обучение в две смены. Первый урок начинается в разных школах в интервале 8–9 часов утра, а последний заканчивается между 14-ю и 15-ю часами. Затем все ученики занимаются уборкой школьных помещений, которая проводится пять раз в неделю. Кроме того, они задерживаются в школе для занятий в различных кружках. Согласно официальному разъяснению к Закону о школьном образовании в школах, относящихся к системе обязательного образования, не должно быть более 50 учеников в одном классе, а в государственных и муниципальных школах – соответственно более 40.

Программа начальной школы нацелена на получение детьми сбалансированных знаний по основным предметам (языку, арифметике, музыке, искусству и ремеслу, домашней экономике, физкультуре, нормам общественного поведения). В средней школе первой ступени не только продолжается углубленное изучение предметов, но и уделяется серьезное внимание развитию индивидуальных способностей, для чего дети выбирают факультативные занятия.

В средних школах второй ступени в течение многих лет обучение ведется по двум программам – общеобразовательной и специализированной. Специализация предусматривает получение знаний по торговле, промышленности, сельскому хозяйству, рыболовству, английскому языку и математике. Приоритетной является общеобразовательная программа, поскольку служит базой для поступления в университеты.

Всеобщая унификация свойственна всей системе обязательного десятилетнего образования. Среди образовательных начальных школ очень мало частных, только 175 из 23 316. В 2002 г. в них занималось

7,2 млн. учащихся. Среди учителей  $\frac{1}{3}$  составляли мужчины. Более чем в 11 тыс. средних школ первой ступени, из которых только 691 – частные, обучалось 3,862 млн. учеников. Преподаватели-мужчины составляли уже почти половину всех педагогов в школах этой ступени<sup>15</sup>. В средней школе первой ступени ежегодно меняется состав классов. В конце учебного года ученики подают в администрацию заявления, в которых указано по три имени тех школьников, с кем бы они хотели или не хотели учиться. По возможности такие пожелания учитываются.

Без веских причин родители не могут выбирать школу по своему усмотрению и в соответствии со ст. 29 Закона о школьном образовании обязаны отдавать ребенка в ближайшую к дому муниципальную школу. В соответствии с административным делением в каждом микрорайоне имеется по одной муниципальной школе обязательного образования. В таких школах строго соблюдается система принудительного поступления. Она строится по принципу – в одном учебном районе одна школа. Пожелания родителей в отношении более высокого качества образования, чем предусмотрено в муниципальной школе, индивидуальность детей и их пожелания игнорируются.

Школьные здания, классы, спортивные залы по всей стране построены по типовым проектам. Школы всех ступеней размещаются в разных зданиях, поэтому число учеников в каждой школе не так велико. При незначительном штате сотрудников, отвечающих за чистоту в школах, основная уборка классов ложится на учеников, что приучает их не считать «грязную» работу чем-то постыдным. Еженедельный сбор нескольких иен с каждого ученика в течение нескольких лет на организацию обязательных «учебных поездок» по историческим местам страны также учат детей понимать цену деньгам.

Среди средних школ второй ступени (обучение в них не является обязательным) почти  $\frac{1}{4}$  составляют частные: 1316 из 5344. Они делятся на общеобразовательные и специализированные (дневные, вечерние, заочные), что зависит от программы обучения. Специализация предусматривает такие сферы обучения, как торговля, промышленность, сельское хозяйство, рыболовство, математика, английский язык. Курсы по этим дисциплинам были введены в 1994 г. Вместе с тем приоритетной по-прежнему остается общеобразовательная школа, поскольку она является базовой для поступления в университеты.

Средних школ второй ступени может быть несколько в одном районе, и в них поступают по свободному выбору. На 2002 г. в них обучалось 3,929 млн. школьников. Уже в 90-е годы прошлого века наблюдалось некоторое увеличение числа школ этого типа, несмотря на заметное

<sup>15</sup> Нихон токэй нэнкан. 2004, с. 710.

сокращение численности учеников в связи с падением уровня рождаемости. Соответственно несколько сократилось число преподавателей, но при одновременном увеличении среди них женщин.

Японская статистика выделяет показатель числа мальчиков в системе школьного образования. Так на 2002 г. в детских садах, системе обязательного образования и средних школах второй ступени они составляли примерно половину всех учащихся.

В средней школе обеих ступеней (7–9-е и 10–12-е классы) предусмотрена обязательная стандартная униформа, которая хорошо известна всем в локальном обществе. Поэтому любые нарушения установленного порядка (например, до окончания 9-го класса ученикам без взрослых запрещено по дороге в школу и из нее заходить и делать покупки в круглосуточных магазинах) бросаются в глаза. В школах девочкам запрещается пользоваться косметикой и носить украшения. Но, выйдя из школы, отойдя от нее на приличное расстояние, они подкручивают длинные школьные юбки, подкрашивают губы и чувствуют себя вполне свободными. Тем не менее униформа определяет принадлежность учащихся к определенной группе.

Специализированными являются 70 школ для слепых (среди них две государственные и одна частная), 98 – для глухих (все муниципальные, за исключением двух), 748 – для детей с другими дефектами (43 государственных и 12 частных)<sup>16</sup>. Ежегодно в октябре отделы образования в местных органах власти составляют списки детей, которые в следующем году должны пойти в первый класс (учебный год начинается с 1-го апреля). В ноябре проводится обследование физического состояния детей. Если у ребенка наблюдается какое-то отклонение от нормы, то в соответствии с утвержденными стандартами, он направляется на учебу либо в специальные классы в обычной начальной и средней школе, либо в школы для детей с дефектами. Есть классы для детей с незначительными отклонениями от нормы, связанными со зрением, слухом и пр.

В системе обязательного образования вновь немаловажное значение придается моральному воспитанию, которое основывается на принципах уважения людей, соблюдения их прав и обязанностей. Современная система морального воспитания была введена в школах в 1958 г. Речь шла о так называемом здоровом национализме, который, по сути, отражал вполне закономерную гордость японцев за успехи своей страны, поднявшейся в прямом смысле из пепла.

Органы образования разрабатывают отдельные программы для начальных и средних школ. В программе современного курса морального

<sup>16</sup> Там же, с. 710.

воспитания предусмотрены внедрение в сознание учащихся социальных норм в виде этического императива и формирование группового сознания. В первом случае каждый должен научиться держать свои действия под контролем, не поддаваться эмоциям; соблюдать установленные базовые принципы повседневной жизни; принимать решения без колебаний, но быть при этом уверенным в своей правоте, т. е. быть ответственным за свои действия, занимать активную жизненную позицию, помня, что труд – основополагающая ценность. Во втором случае учащиеся должны гордиться принадлежностью к группе, сотрудничать друг с другом, способствовать порядку и дисциплине в группе. Не случайно в первых классах начальной школы учителя разбивают всех учеников на небольшие группы по пять-шесть человек, и в них дети постигают азы взаимодействия, учатся совместно и слаженно решать поставленные учителем задачи. В принципе продолжается воспитание и обучение тому, что заложено еще в дошкольных учреждениях.

С конца 70-х годов министерство просвещения активно содействует моральному и патриотическому воспитанию школьников. В частности, оно вменило в обязанность местным органам образования следить за тем, чтобы на церемониях в честь окончания учебного года в школах исполнялся старый императорский гимн «Кими га ё» («Ты – мир»), а в дни государственных праздников вывешивался флаг «хи-но мару» (красный круг на белом полотнище). В то время они еще не были официально признаны государственными символами. Это произошло лишь во второй половине 90-х годов, что свидетельствует о серьезных переменах в умонастроениях японцев.

В духе времени в курс морального воспитания вводится так называемая интернациональная составляющая: включаются такие темы, как международное сотрудничество, глобальные проблемы экологии, борьба с международным терроризмом. Но по-прежнему важным остается воспитание у молодого поколения причастности к своей истории, традиции, ощущение себя их наследниками.

Моральное воспитание в школе становится постоянным предметом, для которого отводятся специальные часы в расписании уроков. Обычно это час в неделю, 35 часов в году. Не допускается замена этого предмета другим. Многие делается во внеклассное время. Обычно занятия проводит классный руководитель. В институтах все будущие учителя, помимо своего профилирующего предмета, овладевают еще и курсом морали и методикой ее преподавания. Предполагается, что дух морального воспитания должен пронизать преподавание всех предметов. Это – как бы сверхзадача японского образования.

В настоящее время в системе обязательного образования именно в плане морального воспитания значительная роль отводится волонтерской

деятельности, которая, вне всякого сомнения, помогает подросткам ощутить радость от того, что они приносят пользу людям. Постепенно акцент в воспитании переносится с занятий в классе на внеклассное время, когда ученик может на конкретном деле воспринять тот или иной социальный императив. Начиная с 1998 г. в старших классах отводится специальное время на занятия волонтерской деятельностью по месту жительства. Нередко сами учащиеся определяют, чем и как заниматься.

Однако на фоне снижения рождаемости, роста урбанизации, падения внимания к проблемам детей в семье и локальном обществе в последние десятилетия появились такие серьезные проблемы, как хулиганство, прогулы уроков, срыв занятий, тяжкие преступления, совершаемые подростками. Серьезной проблемой в основном в средней школе стало насилие в форме группового остракизма (*идзимэ*), жертвами которого становятся, как правило, те, кто в силу разных причин не вписывается в рамки группы или не соответствует стандартным правилам. Это могут быть дети, долгое время жившие с родителями за границей и не знающие японских норм поведения, которые, как уже говорилось, прививаются в дошкольных учреждениях. Нередко жертвы кончают жизнь самоубийством, не выдерживая жесткого психологического давления.

С 90-х годов в японском обществе большую озабоченность педагогов, социологов, властей вызывает социальная проблема, касающаяся школьников старших классов, названная «свидания для помощи» (*эндзё косай*) (см. подробнее главу девятую).

В японской школе учителя, помимо непосредственно педагогической работы, занимаются такими делами, как организация обедов в школе, обеспечение безопасности, уборка школьных помещений, проведение медицинских обследований и т. д. Кроме того, каждый учитель отвечает за работу, по крайней мере, одной из секций в структуре школьной администрации. Например, секция по подготовке инструкций берет на себя обязанность подготовить рекомендации, каким маршрутом и транспортом детям безопасней добираться до школы, или рассылает родителям уведомления о том, что на таком-то участке дороги движения стало напряженным или такой-то перекресток опасен для перехода. В связи с этим учителя чрезвычайно загружены, и их рабочий день, начинающийся в 8 часов утра, заканчивается в 17 часов, а нередко и позже.

Большая нагрузка ложится на учителей в связи с тем, что информатизация стала неотъемлемым фактором обучения. Упрощенный доступ к информационным технологиям делает ее возможной уже в начальной школе. Компьютеризация школ несет с собой пересмотр



методики преподавания, массовое внедрение мультимедийных «пособий» в педагогическую практику, освоение всеми учителями методов работы с компьютерами. Во второй половине 90-х годов только около 40% педагогов могли работать с ними и не более 20% – обучать пользоваться ими учеников. И это несмотря на то, что более 80% начальных школ и практически все средние имели персональные компьютеры. К началу 2000 г. к Интернету были подключены почти 50% начальных, 70% средних школ первой ступени и 80% – второй. Однако в среднем один компьютер приходился на 12,8 ученика (в США – на шесть учеников). Предполагалось в течение нескольких лет снизить этот показатель до 5,6<sup>17</sup>. Подключение к всемирной паутине означает, что ученики в глухой деревне или, допустим, в больнице, смогут получать необходимые знания наравне со всеми.

Японские школы работают в довольно тесном контакте с родителями. Можно даже сказать, что они отчасти берут на себя функции семьи. Но и родители, лишённые возможности выбирать школу по своему желанию, стараются помогать учителям и администрации поддерживать высокий уровень обучения. Связи школьной администрации с родителями осуществляются через Ассоциацию родителей и учителей. В обязательном порядке при школах действуют совместные комитеты преподавателей и родителей, в которых в большинстве своём семью представляет мать. Участие в них добровольное, но для поощрения женщин школа проводит, например, занятия по оздоровительной гимнастике под руководством учителя физкультуры.

Родители принимают участие в различных школьных мероприятиях, а также по очереди дежурят в школах по субботам, когда нет занятий, но дети хотят поиграть или позаниматься спортом. Игры детей на улице, по японским представлениям, нежелательны, поэтому школа охотно предоставляет им свои помещения и оборудование, но обязательно под контролем членов родительского комитета. Каждая школа в своём районе играет роль организационно-методического центра, куда стекается вся текущая информация об учениках. Если возникает какая-либо проблема, касающаяся детей, то в первую очередь об этом уведомляют школу.

Японской системе образования свойственны исключительно жесткие экзамены при переходе на каждую последующую ступень обучения, особенно после окончания девятилетки. Отбор претендентов ведётся, как правило, по результатам этих экзаменов и по аттестатам об окончании предыдущей ступени. Подобная государственная политика породила такое явление, как репетиторство, поскольку получаемого

<sup>17</sup> Там же.

школьного образования недостаточно для продолжения обучения в высшей школе. Абитуриенты вынуждены посещать дополнительные занятия в специально созданных для этого частных учебных центрах (*дзюку*) или заниматься с репетитором (*катэй кэси*). Значительную часть *дзюку* составляют так называемые «школы зубрежки», представляющие собой корпоративные организации. Обучение в них нацелено на опережение школьной программы, а средством подготовки является механическое заучивание. Есть ещё так называемые «школы дополнительных уроков», которые посещают дети из семей, заранее озабоченных успешной сдачей экзаменов, или те, кто не справляется с обязательной школьной программой обучения. Это, как правило, некорпоративные организации, преподаватели которой имеют свою концепцию обучения. Многое в их работе зависит от личности руководителя. *Дзюку* – это фактически одна из форм частного образования, которая в 90-е годы составляла примерно 20% общего числа школ. В определенной степени ее можно назвать вторым обязательным образованием. Оно является не только серьезным бременем для родителей (в связи с чем японское общество в целом тратит на образование огромные средства), но и отрицательно сказывается на здоровье детей.

Заботой, в первую очередь, о здоровье детей, об увеличении времени, которое они могут проводить в семье, объясняется перевод обучения в школе на пятидневку в 90-х годах XX в. К решению этого вопроса подходили очень осторожно и постепенно, просчитывали его социальные последствия для сохранения стабильности в обществе, что всегда было приоритетом государственной политики при проведении тех или иных преобразований. Несмотря на ряд преимуществ пятидневки, вводили ее очень медленно, поскольку необходимо было позаботиться, как занять детей, чтобы они не попали под влияние улицы. В решении этой проблемы задействованы не только школы, но и органы местного самоуправления, которые оборудуют спортивные площадки, создают центры досуга для детей, объединения жителей локальных обществ, прежде всего женские организации, налаживающие воспитательную работу, приобщающие к национальной культуре. Главное – включить детей в жизнь локального общества и тем самым предотвратить появление преступности. Более быстрыми темпами введение пятидневки происходило в частных школах.

В настоящее время национальная система образования оказалась устаревшей перед лицом новых вызовов и требует серьезного реформирования. Стандартизация образования, проистекающая из уравниловки, и заучивание чрезмерных объемов учебной информации, не дают возможности развивать индивидуальные способности учеников.

Такая система была весьма эффективной для подготовки рабочей силы, предназначенной для выпуска массовой, стандартной продукции. Вызывает беспокойство в японском обществе, как и в любом другом, относящемся к ареалу конфуцианской культуры, с одной стороны, растущая тенденция к преувеличенному «уважению» индивидуальных прав личности вопреки общественным интересам, а с другой – наблюдаемая очевидная предрасположенность молодых людей к тому, чтобы замкнуться в собственном внутреннем мире.

Стоит напомнить, что каждая реформа образования соответствует социально-экономической и политической ситуации в обществе, и это определяет ее цели и направленность. В частности, стратегия экономического чуда требовала значительного числа хорошо подготовленной, соответствующей определенным стандартам рабочей силы. Компаниям в то время были нужны не творцы, а исполнители, которые легко инкорпорировались в структуру предприятия. Сегодня, когда Япония по многим параметрам находится впереди других стран, целый набор факторов, в свое время способствовавших ее подъему, стал тормозом на пути дальнейшего развития. Это относится и к образованию. Еще в начале 80-х годов японские эксперты писали о том, что «сейчас Япония остро нуждается не в одноликой массе просто способных студентов, а в людях необычайно одаренных, неортодоксальных, в людях, располагающих потенциалом для решения самых сложных задач. Способности японцев высоки и хорошо развиты, однако оценка их редкости – нулевая. Промышленность может без малейшего труда нанять способных специалистов. Но теперь страна вступает в период, когда необходимо приложить максимальные усилия, чтобы найти среди японцев и потом уже не потерять из виду исключительно одаренных, оригинально мыслящих»<sup>18</sup>.

В век высоких технологий эгалитаризм, единообразие, механическое заучивание мешают формированию творческих личностей. Стране нужны не столько «трудолюбивые пчелы», сколько оригинально мыслящие специалисты, задачу подготовки которых и призвана решить нынешняя реформа образования.

План реформы образования, предусматривающий семь приоритетных направлений, получил название «План радуги». Первое направление – улучшение базовой подготовки учеников в системе обязательного образования. Для этого предусматривается организация классов не более чем на 20 учеников для занятий по базовым предметам и разделение их на группы для специализированных занятий; каждый класс обес-

<sup>18</sup> Моритани М. Современная технология и экономическое развитие Японии. М., 1986, с. 139.

печивается современным школьным оборудованием; внимание сосредоточено на развитии индивидуальных способностей. Второе направление – «нравственное» или «общественное» воспитание», для его реализации требуется подготовить специальных учителей, привлечь семью, общественность. Третье – создать привлекательное, безопасное окружение для учеников. С этой целью поощряется участие в школьном образовании различных специалистов, экспертов, которые помогут, например, улучшить контроль за умственным и физическим развитием детей, защитить их от травмирующей информации, принять меры в отношении тех, кто нарушает порядок в школе. Четвертое – создание школ, пользующихся доверием родителей и общественности. Имеется в виду сделать информационно более открытой жизнь школы, оживить работу школьных советов, привлекая для участия в них родителей, ввести систему «школьных советников». Поощряется создание новых типов школ, в которых максимально используются особенности и возможности каждого локального общества. Пятое – совершенствование профессиональной подготовки учителей. Оно предусматривает введение системы поощрения и специального повышения заработной платы для лучших учителей, усовершенствование системы оценки их профессиональной пригодности, принятие соответствующих мер к учителям, которым не хватает квалификации для преподавания, и они не стремятся ее повысить (например, не допускать их к преподаванию, пока они не повысят уровень своих знаний). Шестое, центральное на сегодняшний день направление – создание университетов мирового класса. Седьмое – выработка нового взгляда на образование XXI в.

Если система школьного образования находится в состоянии перманентного реформирования, то о реформе высших учебных заведений задумались лишь в конце 80-х годов. Совет по университетам (1987 г.) занялся детальной проработкой всех аспектов перестройки высших учебных заведений с учетом широты интересов молодежи, многообразия мотиваций развития творческих способностей, повышения статуса в обществе. В своей работе он исходил из того, что система высшего образования должна решать две задачи – формировать квалифицированный человеческий ресурс и обеспечить науку творческими кадрами. «Оригинальные научные идеи и исследования редко выходят из стен университетов», – замечал в начале 90-х годов прошлого века Сакаия Таити<sup>19</sup>.

К высшей школе в стране относятся университеты (*дайгаку*), краткосрочные университеты (*танки дайгаку*), технические колледжи (*кото сэммон гако*) и институты, созданные не министерством про-

<sup>19</sup> Таити Сакаия. Что такое Япония? М., 1992, с. 69.

свещения и науки, а другими министерствами (например, институт обороны или институт рыболовства). С 1962 г. начали создаваться технические колледжи, в которых сочеталось образование в рамках средней школы второй ступени и высшее. Обучение в них занимает пять лет. Они были призваны обеспечить быстро растущую экономику страны квалифицированной рабочей силой. Такие колледжи готовят специалистов по трем направлениям: техника, торговый флот, авионавтика. Начиная с 1964 г. открываются двухгодичные колледжи, в которые поступают после окончания средней школы второй ступени.

На 2002 г. подавляющее большинство технических колледжей были государственными (54 из 62). Муниципальных колледжей насчитывалось всего пять, а частных – три. Среди краткосрочных университетов наблюдалась обратная картина: частные составляли 475 из 541. В колледжах обучалось 57 349 человек, в большинстве мальчики (46 956); в краткосрочных университетах – 267 086 человек, и здесь мальчики были в меньшинстве (30 057)<sup>20</sup>. Это не случайно, поскольку такие университеты в основном создаются специально для девушек, из которых готовят примерных домохозяек. Поэтому их чаще называют женскими краткосрочными университетами (*дзёси танки дайгаку*). «Их можно назвать “эртац-университетами”, но это скорее современный вариант институтов благородных девиц, ориентированных не на профессиональное образование, а на умение “вести себя”, умение жить в современном обществе в соответствии с его законами и своим социальным статусом»<sup>21</sup>.

Постоянно растет число университетов всех типов. На 2002 г. их было 686, в том числе частных – 512, государственных – 99, муниципальных – 75. (Из 565 университетов, действовавших в 1995 г., 105 были созданы за предшествующее десятилетие.) В частных университетах обучается большая часть всех студентов (2,04 млн. человек из 2,79 млн.), чуть меньше половины их составляют юноши (1,254 млн.)<sup>22</sup>.

В среднем 40% выпускников средней школы второй ступени поступает в университеты. При этом на конец прошлого века девушек было в среднем на 15% больше, чем юношей. Несмотря на распространенность и в принципе доступность, высшее образование имеет большую социальную ценность, поскольку выделяет людей, получивших это образование, из основной массы населения. Определенную роль в мотивации получения высшего образования играет ответст-

<sup>20</sup> Нихон токэй нэнкан. 2004, с. 710.

<sup>21</sup> Молодяков В. Японская молодежь накануне третьего тысячелетия. – Япония: с чем в третье тысячелетие? М., 1999, с. 191.

<sup>22</sup> Нихон токэй нэнкан. 2004, с. 710.

венность перед родителями и школой, которые затратили значительные усилия на подготовку абитуриента.

Однако полученное, особенно в престижном университете, образование является необходимым условием успешной карьеры. В японском обществе при найме на работу фирмы и учреждения отдают предпочтение не индивидуальным достоинствам выпускника, а репутации университета, который он окончил. Это связано с тем, что получать необходимые работодателю знания он будет на рабочем месте.

Таким образом, в Японии важно успешно сдать *вступительные* экзамены в университет с хорошей репутацией, что почти автоматически гарантирует его окончание и, соответственно, получение престижной работы. Напротив, в Европе и США большее внимание уделяется результатам *выпускных* экзаменов в университете. Поэтому бытует мнение, что для японского студента время учебы в университете – это своего рода передышка между «экзаменационным адом» во время поступления и началом трудовой деятельности на фирме или в компании, где он будет учиться, как говорится, не за страх, а за совесть. Во время учебы в университете молодежь может позволить себе определенную свободу, делать, что хочется, а не то, что предписывалось в школе и будет предписано на работе. Можно сказать, что среди студенческой молодежи сильны гедонистические настроения.

Положение с высшей школой жестко, но верно характеризует американский ученый Эзра Вогель: «Важнейшая функция японского университета – это сертификация студентов. Однако усилия преподавателей по совершенствованию технологии обучения и степень внимания к студентам недостаточны. Усилия студентов, затраченные на учебу в университете, не идут ни в какое сравнение с подготовкой к вступительным экзаменам. Уровень аналитической работы в аудиториях невысок, посещаемость занятий низкая... В своих работах студенты чаще всего следуют установленным образцам и нормам, не стремясь к формированию собственного подхода к проблеме»<sup>23</sup>. Вспомним, что к такому подходу их учат в школе.

В реформировании университетского образования, которое по замечанию Э. Рейшауэра, является «пустым времяпрепровождением в течение четырех лет» значительное внимание уделяется магистратуре. Ее значимость повышается в процессе интернационализации и информатизации. Через нее предполагается пропустить как можно больше молодых людей, чтобы ответить потребностям общества. Здесь к ним предъявляются новые, более жесткие требования. Магистратура имеется во всех государственных университетах, в более чем половине уни-

<sup>23</sup> Ezra F Vogel. Japan as № 1. Vermont-Tokyo. 1980, p. 162.

ципальных и частных. Однако по числу обучаемых в ней Япония отстает от других передовых стран. (Здесь один магистрант приходится на тысячу человек населения, тогда как в США – 7,6, в Великобритании и Франции – 3,3)<sup>24</sup>. Проблемами реформирования магистратуры и определения критериев эффективности ее деятельности занимается специально созданное Общество по проблемам магистратуры.

В настоящее время серьезной реорганизации подвергается экзаменационная система. С начала 90-х годов постепенно заменяется единая система базовых тестов, которая была введена в 1979 г. с целью унификации вступительных экзаменов в различных вузах. Тогда экзамены сдавали по пяти предметам в рамках программы средней школы второй ступени. По новой системе каждый университет имеет право устраивать экзамены только по профилирующим предметам. Иногда это может быть всего один предмет. Кроме того, используются дополнительные методы отбора студентов, при которых обнаруживаются их способности, склонности, а также физические данные: устраиваются собеседования, проводятся интервью, абитуриенты пишут эссе на ту или иную тему. Выявляется также психологический настрой абитуриентов работать по конкретной специальности (что очень важно, например, для будущих врачей и преподавателей).

Огромное внимание уделяется использованию информационных технологий в высшей школе. 80% университетов имеют специальные лаборатории, где студенты могут получать навыки работы с компьютерами, в 40% вузов информатика стала обязательным предметом. Кроме того, министерство просвещения и науки энергично добивается увеличения числа университетов с факультетами информатики. Благодаря информационным технологиям, университеты совершенствуют учебный процесс, делают его более удобным и для студентов, и для преподавателей. Каждый университет теперь обязан обеспечить слушателей необходимой информацией не только по общим программам, но и по каждому конкретному курсу. Соответствующие данные закладываются в базу данных. Некоторые университеты, например Рикё в Токио, создают сайты, которыми можно пользоваться через интернет-функцию мобильного телефона. Используя его, студенты получают информацию об учебном процессе, консультируются с преподавателями, наверстывают пропущенные занятия. Это очень перспективное направление, поскольку мобильные телефоны есть практически у всех студентов. Вообще привычка к использованию различных технических новинок с детских лет помогает внедрять новые формы обучения.

Неоценим вклад информационных технологий в организацию дистанционного обучения студентов. С его помощью они могут получать

необходимые материалы по спутниковому или кабельному телевидению, скачивать видео- и аудиозаписи через Интернет, осваивать учебно-практический материал в интерактивном режиме и даже обучаться в зарубежных университетах, не покидая свою страну.

Нынешнее столетие, как полагают японские эксперты, должно стать эрой «знания», поэтому развитие образования становится еще более важным, чем когда-либо, делом, вкладом в прогресс человечества. В этой связи чрезвычайно велика роль университетов в подготовке высококвалифицированных кадров нового поколения. Между тем, по мнению самих японцев, их система высшей школы оказалась устаревшей, не соответствующей масштабным изменениям в обществе, ускорению развития науки и техники, социальной и экономической глобализации. Кроме того, слабым звеном в системе высшей школы на сегодня признается недостаточная финансовая база, особенно в сфере научно-исследовательской работы.

В связи с этим осуществляется реформирование государственных университетов, которое предусматривает внедрение методов работы частного сектора в сферу высшей школы. Государственные университеты получают статус независимых корпораций, становятся самостоятельными юридическими лицами. Как полагают эксперты, это должно значительно повысить эффективность их деятельности, поднять уровень образования и исследований, поскольку в условиях обострения конкуренции на международном рынке образования японским государственным университетам, которые зависят от правительственного финансирования, все сложнее удерживать свои позиции в подготовке кадров и научных исследований. В условиях затянувшегося экономического спада не только государство практически не увеличивает ассигнования, но и частный бизнес не спешит с оказанием финансовой помощи. Единственным путем повышения конкурентоспособности японского образования признано превращение государственных университетов в корпорации.

С учетом демографической ситуации в стране делается прогноз, что к 2009 г. число абитуриентов сравняется с числом мест на первых курсах университетов, т. е. каждый окончивший школу может получить место в университете без экзаменов, и высшее образование может стать всеобщим. Это может позволить Японии вырваться вперед по этому чрезвычайно важному для развития общества показателю, но вопрос в том, в каком соотношении будут находиться количественные и качественные показатели.

<sup>24</sup> Вага куни-но бункё сисаку. Хэйсэй 7 нэндо, с. 16.

## ГЛАВА ДЕВЯТАЯ

### ЯПОНКА В ИНТЕРЬЕРЕ «МУЖСКОГО» ОБЩЕСТВА

Сегодня в традиционно «мужском» японском обществе происходят серьезные перемены: в трудовую, общественную и политическую жизнь, ранее занятую только мужчинами, активно внедряются женщины. Это – одно из главных направлений эволюции японского общества в наши дни. В 2000 г. женщин насчитывалось почти 65 млн. (51% населения), более 40% из них занято в различных сферах народного хозяйства. Женщины составляют 41% работающего населения Японии<sup>1</sup>. И роль их в этой сфере, учитывая современную демографическую ситуацию, несомненно, будет возрастать. По мнению социолога Ивао Сумико<sup>2</sup> (известной не только в Японии), именно женщине присущ в настоящее время динамизм и творческий дух, в то время как мужчина более пассивен и склонен к соблюдению иерархии.

А ведь долгие годы при упоминании Японии перед глазами иностранцев обычно возникала хрестоматийная картинка: женщина в кино семенит за размеренно шагающим впереди мужчиной. Такое восприятие сложилось не случайно, поскольку считалось, что японская женщина всю свою жизнь находится в зависимости – сначала от отца, затем мужа и, наконец, от старшего сына. Однако на самом деле так было не всегда. В далеком прошлом женщины не раз занимали императорский трон и задавали тон общественной жизни.

В подчиненном, точнее в бесправном, положении японки оказались с появлением самурайского сословия. Самурайская идеология

<sup>1</sup> Кэдзай токэй нэнкан (Ежегодник экономической статистики). Токио, 2002, с. 35, 49, 50.

<sup>2</sup> Получила степень доктора философии в Йельском университете, работала в Гарвардском и Кембриджском университетах. В настоящее время профессор технического университета Мусаси, почетный профессор университета Кэйо, начальник отдела по вопросам детства Совета социального страхования, член комитета помощи женщинам Афганистана, председатель японского отделения японо-американского комитета по делам обменов в области культуры и образования. В 2000 г. представляла Японию на специальной сессии Генеральной Ассамблеи ООН по вопросам женщин. В 1992–2000 гг. работала в Государственном комитете общественной безопасности. ([www.embjapan.ru](http://www.embjapan.ru)).

(женщина должна смотреть на мужа как на существо высшего порядка) наряду с уже существовавшими конфуцианством (которое питало групповое сознание и поддерживало иерархию) и буддизмом (по которому «просветление» было невозможно для женщины) стала одной из трех составляющих, в корне изменивших статус женщины и оттеснивших ее на обочину общества.

С окончанием второй мировой войны для женщин, казалось, наступили новые времена. Конституция 1947 г. впервые юридически уравнила в правах женщин и мужчин, и признала это фундаментальным принципом демократического законодательства. Статья 14 основного закона гласит: «Все люди равны перед законом и не могут подвергаться дискриминации в политическом, экономическом и социальном отношениях по мотивам расы, религии, пола, социального положения, а также происхождения»<sup>3</sup>.

На основе положений конституции были внесены серьезные изменения в Гражданский кодекс и законы, касающиеся избирательной системы, образования и найма. Женщины де-юре получили право избирать и быть избранными, заниматься предпринимательской деятельностью, учиться в высших учебных заведениях, получать равную оплату за равный труд с мужчинами<sup>4</sup>, обрели равенство и в семье. Однако многие положения на практике не реализовывались. Поэтому законодателями не раз были вынуждены возвращаться к этому вопросу. Но и до сих пор остается еще много нерешенных проблем. Частично это зависит от несовершенства самого законодательства, частично связано с недобросовестным его применением, но так или иначе дискриминация женщин, хотя и во все более сокращающихся рамках, продолжает существовать.

Нет ее, пожалуй, лишь при получении образования. Все большее число девочек после окончания средней школы второй ступени поступают в колледжи (в 1989 г. 22,1% по сравнению с 8% в 1960 г.) и университеты (соответственно 14,7 и 2,5%). В 90-е годы девушек, продолжавших учебу после средней школы, было даже больше (37–48%), чем юношей (24–43%)<sup>5</sup>. Все больше женщин занимают должности учителей в начальной и средней школе первой и второй ступени: соответственно 58, 36 и 20%. А ведь еще совсем недавно по незыблемой традиции учителем мог быть только мужчина. Растет число женщин и в медицине: в 1994 г. 24% новых докторов составили женщины.

<sup>3</sup> Текст конституции см.: Современная Япония. М., 1973, с. 756–776.

<sup>4</sup> Справедливости ради надо отметить, что, хотя положение о равной оплате мужчин и женщин фактически не практиковалось, официально в Японии оно было введено на 16 лет раньше, чем в США ([www.2gol.com](http://www.2gol.com)).

<sup>5</sup> Нихон-но токэй (Статистика по Японии). Токио, 2002, с. 307.

В то же время после окончания высших учебных заведений женщины далеко не всегда могут найти работу. Большинство из них может рассчитывать либо на место клерка в государственных учреждениях, либо учителя. В частном секторе они, как правило, используются только на вспомогательной работе. И это притом, что в 1985 г. был принят Закон о равных возможностях найма мужчин и женщин (вошел в силу в 1986 г.), который провозгласил одинаковые права для мужчин и женщин при найме, на рабочем месте, при подготовке и переподготовке кадров, получении льгот. Однако этот закон лишь призывал (!) частные фирмы избегать гендерной дискриминации и не предусматривал никаких санкций за его нарушение. Недаром специалист по вопросам женского труда в Японии, доцент университета Отяномидзу (Токио) Синоцука Эйко выражала сомнения по поводу возможностей реализации этого закона. В конце 80-х годов она писала, что изменения в отношении женщин на рабочем месте будут происходить исключительно медленно, хотя желание быть равными с мужчинами все больше овладевает японками<sup>6</sup>.

Что касается работы, то положение женщин в этой области особенно ухудшилось в связи с крахом экономики «мыльного пузыря». Согласно обследованию министерства труда в 1993 г. число женщин, получивших работу, уменьшилось по сравнению с предыдущим годом на 40%, мужчин же – менее чем на 30%. В том же году около тысячи фирм вновь приняли на работу примерно 50 тыс. девушек, а в 1994 г. лишь 29 тыс. Японкам приходится преодолевать разного рода препятствия в поисках работы. Менеджеры по кадрам не спешат предоставлять им необходимую информацию или назначать время для беседы, тянут с окончательным ответом. Им приходится обходить и обзванивать до полусотни компаний.

Чтобы как-то исправить такую ситуацию, министерство труда в 1996 г. настоятельно убеждало предпринимателей, объявляющих о вакансиях, «не указывать необходимое им число работников в зависимости от пола», или «не распространять информацию о найме только в мужской аудитории, или только в прессе, предназначенной для мужчин». Но даже те фирмы, которые следуют таким рекомендациям, фактически не предоставляют женщинам возможности получить под-

<sup>6</sup> По ее мнению, этот закон был принят и для того, чтобы продемонстрировать мировому сообществу приверженность Японии Конвенции ООН о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин, принятой в связи с Годом женщин (1975 г.) и проведением десятилетия женщин (1976–1985). Представители корпораций, по ее свидетельству, выступали против положений этого закона, считая, что они представляют угрозу национальным традициям, да и сами женщины не очень его приветствовали, боясь, что потеряют некоторые льготы, которые им предоставлял Закон о трудовых стандартах 1947 г. ([www.askasia.org](http://www.askasia.org)).

ходящую для них работу. «Реальность такова, что женщины упираются в невидимую стену, которую трудно разрушить»<sup>7</sup>.

Но, даже будучи принятыми на работу, женщины не получают равный с мужчинами статус. Несмотря на диплом, их все же воспринимают не как полноценных работников. Прошло слишком мало времени, чтобы со стороны менеджмента изменилось отношение к женщине, и чтобы на рабочем месте к ней относились так же, как к мужчине. Стереотип взаимоотношения полов все еще очень силен. Он не только препятствует карьере женщин, но проявляется и в уничижительном отношении к ним на рабочем месте, даже если женщины занимают достаточно высокий пост. Сотрудница одной из крупных страховых компаний, которая ведет самостоятельный участок работы, рассказывала в интервью корреспонденту газеты «The Japan Times», что довольно часто клиенты отказываются говорить с ней и просят позвать мужчину, хотя их вопросы относятся непосредственно к ее компетенции.

Даже попадая в разряд управляющих, женщины, как правило, могут подняться по служебной лестнице лишь до определенного уровня, в основном в среднем и мелком бизнесе. Например, в 1994 г. одна из крупных страховых компаний приняла в управленческий аппарат 150 мужчин и только одну женщину. По данным обследования министерства благосостояния и труда, в 2000/01 фин. г. лишь 1,6% женщин занимали должности директоров, 2,4% – должности начальников отделов и 7,7% – возглавляли группы (в то время как в США 43% руководящих постов в частных компаниях было занято женщинами, в Англии – 33, Германии – 26%) . Среди ответственных государственных чиновников в начале XXI в. был лишь 1% женщин<sup>8</sup>. А на вопрос, что делают компании для продвижения женщин по службе, 88,5% менеджеров ответили «ничего», свыше 89% заявили, что у них нет планов использовать труд женщин, и 85% не считали нужным объяснять среднему управленческому составу и просто работникам мужчинам, насколько важен труд женщин<sup>9</sup>. Их по-прежнему стараются использовать на подхвате. Даже если женщина выполняет одинаковую с мужчиной работу, у нее непременно есть дополнительные обязанности – подавать чай, ксерокопировать и пр., и никто не попросит об этом мужчину.

С целью ускорения принятия мер для ликвидации дискриминации по половому признаку в 1997 г. был изменен закон 1985 г. (поправки вошли в силу в 1999 г.) в сторону большей конкретизации. Запрещалась

<sup>7</sup> [www.jp.org](http://www.jp.org)

<sup>8</sup> [www.owl.ru](http://www.owl.ru)

<sup>9</sup> [www.jp.org](http://www.jp.org)

гендерная дискриминация при найме на работу, использовании наемного работника на всем протяжении его трудовой деятельности, вплоть до выхода на пенсию, при предоставлении ответственных должностей и продвижении по службе. Кроме того, в закон были включены статьи, по которым предусматривалась защита материнства и увеличение отпуска по беременности и родам, а на мужчин возлагалась ответственность за сексуальные домогательства. Для улаживания конфликтов по этим вопросам создавалась общественная организация – Женская и юношеская служба (служба равноправной занятости). Одновременно, однако, как символ равноправия в Законе о трудовых стандартах были полностью сняты статьи, запрещающие сверхурочные и ночные работы для женщин (которые были внесены в него в 1947 г.).

Дискриминационное отношение к работникам-женщинам обычно объясняется предпринимателями тем, что для работы менеджерами у женщин не хватает знаний, опыта, аналитических способностей; или тем, что женщины работают небольшой срок и не успевают дослужиться до таких должностей. Еще одно объяснение, а скорее оправдание, – женщины должны заниматься семьей и воспитанием детей.

Несмотря на то, что еще в Законе о трудовых стандартах 1947 г. было зафиксировано право женщин получать равную с мужчиной оплату за равный труд, до сих пор продолжает существовать и дискриминация в оплате женского труда. Изначально их принимают на менее оплачиваемые должности, и часто на не полный рабочий день, их заработная плата растет медленнее, чем у мужчин, ибо их продвигают по службе гораздо реже. Они не получают какие-то льготы, денежные пособия, которые выплачивают мужчине как главе семьи и т. д.

Все больше женщин становятся временными или частично занятыми работниками. По официальным данным, в 1999 г. число женщин, принятых на неполный рабочий день, превысило численность поступивших на постоянную работу. В 2000 г. среди работающих по найму женщин 22% трудились нерегулярно, среди мужчин таких было только 4%<sup>10</sup>. При этом часто женщины, нанятые временно, выполняют такую же работу, как и те, кто занят полный рабочий день, но их заработная плата существенно ниже. По данным официальной статистики, средний заработок женщины, занятой полный рабочий день, намного ниже, чем у мужчины: в 2001 г. он составлял 65,3% по сравнению с аналогичным показателем в Германии (73,6%), США (76,5%), в Великобритании (82,1%), Швеции (88,4%)<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Подсчитано по: Кэйдзай токэй нэнкан. Токио, 2001, с.49, 50.

<sup>11</sup> The Asahi Shimbun Japan Almanac, p.11.

Тем не менее, все большее число японок пополняет ряды занятых: за 1980–2000 гг. доля работающих женщин выросла с 38,7 до 40,8%<sup>12</sup>. Они трудятся главным образом в сфере услуг и пищевой промышленности, в оптовой и розничной торговле, в производстве электрооборудования. Именно руками молодых девушек были собраны транзисторные приемники, которые завоевали весь мир. Но женщины уже овладевают и такими, казалось бы, чуждыми для них, профессиями как полицейские, таможенники, строители. Есть среди женщин и модельеры, которые получили признание даже за рубежом.

Большая часть женщин занята в семейном бизнесе: пошив одежды, косметические фирмы, работа на ферме (в последние годы они составляют свыше половины занятых в сельском хозяйстве) и пр. В этом случае удовлетворяется их тяга к работе (хотя оплату за свой труд они не получают) и одновременно они могут оставаться «японскими женами», воспитывать детей и вообще отдавать семье много времени. И здесь женщины ограждены от дискриминации, которой они подвергаются на корпоративных предприятиях, и где им приходится вступать в конкуренцию с мужчинами.

Основная мотивация работающих женщин это, конечно, замедление роста или снижение семейных доходов. Но очень часто они идут работать, чтобы раскрыть свой творческий потенциал, испытать себя, доказать свою самостоятельность, проявить свои амбиции, получить возможность самовыражения. Безусловно, немаловажным фактором для женщин является заработок, которым они сами могут распоряжаться, тратя деньги только на себя, покупая новую одежду, аксессуары, украшения, оплачивая поездки за границу, обустривая дом по своему вкусу. А некоторые идут работать, имея в виду и другую важную цель – суметь самим выбрать себе мужа.

В последние годы заметно выросло число японок, которые начинают заниматься бизнесом. Причем это не только сфера услуг – парикмахерские, салоны красоты, косметические кабинеты, кафе и пр., но и деловые услуги, торговля и даже обрабатывающая промышленность. Кроме их собственного желания работать, это и результат все большей индивидуализации потребительского спроса населения, а женщины очень тонко улавливают именно интересы потребителей, ибо сами как раз и являются ими. Они открывают такие предприятия, которые бы могли удовлетворить новые запросы потребителей и восполнить отсутствие на рынке товаров и услуг, необходимых в повседневной жизни.

«Женские предприятия» имеют ряд специфических черт. Они нацелены обычно на узкий рынок, часто данного локального общества,

<sup>12</sup> Подсчитано по: Кэйдзай токэй нэнкан. Токио, 2001, с.49.

как правило, не используют рекламу, а информируют о своем существовании через знакомых, родственников и т. д. У них на предприятиях в высшей степени демократичный и доброжелательный климат, руководители всегда идут навстречу своим подчиненным, используя, например, гибкий график работы, особенно для женщин, имеющих детей.

Одной из разновидностей «женских предприятий» являются «коллективы работников». Некоторые из них по форме напоминают кооперативы, другие – добровольные общественные организации. Половина занятых на этих предприятиях – бывшие домохозяйки, примерно лишь треть работала ранее по найму, остальные, как правило, – активисты общественных организаций. Круг деятельности этих предприятий – в основном пекарни, рестораны, кружки по обучению различным видам прикладного искусства, служба помощи инвалидам, старикам и пр. Эти «коллективы работников» в своей деятельности смыкаются с волонтерскими организациями, в которых женщины принимают активное участие. Особенно их много в сфере социального обеспечения, где они оказывают помощь лежачим больным и престарелым, которые не в состоянии покидать дома. Работают они и с иммигрантами, помогая им вписаться в японское общество.

Женщины весьма активно осваивают информационные технологии. 44% пользователей Интернета в стране составляют женщины. Они легче приспособились к Интернету, чем мужчины. Компьютер и Интернет они освоили очень быстро, для них это не было чем-то особенным, поскольку дома в Японии прямо-таки нашпигованы техникой, с которой японки привыкли управляться ежедневно. В традиционный бизнес женщине трудно пробиться, и конкурировать с мужчинами там ей очень сложно. А вот в Интернете появилось много мелких фирм, занимающихся мелкооптовой торговлей, проведением консультаций и пр., которыми руководят женщины. В частности, одним из лидеров информационного обслуживания в Японии является Конно Юри, которая еще в 1969 г. открыла первую в стране телефонную службу доверия. Сейчас на фирме 300 сотрудников. Конно является членом нескольких правительственных комитетов, помогающих формировать общественное мнение. Она была одним из организаторов форума женщин-лидеров Японии и разработала программу (совместно с американскими коллегами) международного обмена женщин-предпринимателей.

Известна в Японии и Интернет-фирма «ДоКоМо», которую возглавляет Мацунага Мари – одна из самых известных бизнес-леди страны. Эта компания – самый крупный Интернет-провайдер в Японии. Сейчас Мацунага собирается открыть новое дело. «То обстоятельство, что я женщина, – говорит она, – никак не отражается на моей профессиональной деятельности». Но в целом масштабы женского пред-

принимательства пока незначительны. В общем числе мелких и средних предприятий на его долю приходится не более 10%<sup>13</sup>. Вот вам и равноправие по-японски!

Воспитанные веками эстетизм, сдержанность и скромность японок, их привычка оставаться на втором плане (не без оснований, видимо, один из европейцев, посетивших Японию на рубеже XIX–XX вв., писал, что в Японии существуют две нации – мужчин и женщин) не мешают современным женщинам быть весьма активными членами общества. Они участвуют в различных гражданских движениях, как по месту жительства, так и в общенациональном масштабе, все чаще появляются на политической арене. Женщины принимают активное участие в экологических движениях, например, в деятельности движения «Корни травы», группах за рециклирование отходов, в выступлениях потребителей против высоких цен на говядину и рис или на цветные телевизоры (бойкот цветных телевизоров продолжался шесть месяцев, и компания «Мацусита» признала, что она незаконно устанавливала фиксированные цены). Они участвуют в демонстрациях против расположения аэропортов около жилых массивов, что создает высокий уровень шумов, выступают за бойкот опасных для здоровья продуктов.

Не случайно этот мощный потенциал женщин весьма искусно используют в своей предвыборной борьбе политики-мужчины. Для привлечения женского электората они поднимают проблемы, которые наиболее интересуют женщин. Так, премьер-министр Танака Какуэй во время одной из своих предвыборных кампаний по выборам в парламент обещал разрешить, прежде всего, те проблемы, которые беспокоят именно женщин. Он говорил: «Женщины будут голосовать не за крупные национальные проекты, а за то, что их волнует в повседневной жизни». Не менее откровенным был и другой премьер – Мики Такэо: «Чтобы обрести понимание и сотрудничество японских женщин, я должен направить свои усилия на создание “красивой и мирной Японии”». Этот лозунг должен был, безусловно, получить поддержку многих организаций, выступающих в защиту окружающей среды, а ведь большинство их членов составляют женщины-домохозяйки<sup>14</sup>.

Женщины, особенно домохозяйки, – важная часть японского электората, которая привлекает наибольшее внимание всех политических партий и независимых кандидатов. Именно они являются основой ло-

<sup>13</sup> Подробнее о женских предприятиях см.: *Лебедева И. П.* Малый бизнес в Японии. М., 2004, с. 54–58; [www.kultura-portal.ru](http://www.kultura-portal.ru); [www.japantoday.ru](http://www.japantoday.ru), а также третью главу настоящей монографии.

<sup>14</sup> [www.2gol.com](http://www.2gol.com)



кальных обществ в городах и в сельской местности. В повседневной жизни домохозяйки общаются с большим числом людей – лавочниками, ремесленниками, владельцами предприятий бытового обслуживания, учителями. Женщины – активные добровольные сотрудники обществ поддержки кандидатов в депутаты (одна из основных форм подготовки и проведения избирательных кампаний). Они ведут большую рутинную работу: составляют списки избирателей, рассылают приглашительные открытки на встречи с кандидатом, распространяют пропагандистскую литературу, обзванивают потенциальных избирателей с просьбой голосовать за своего кандидата. Именно домохозяйкам во время избирательных кампаний приходится часто непосредственно общаться с распространителями агитационной литературы и разного рода агитаторами. В результате женщины очень часто «навязывают» своим мужчинам выбор кандидата. Во многом благодаря их усилиям и обеспечивается консервативная ориентация и политическая стабильность в обществе.

Однако роль женщины в избирательных кампаниях велика лишь при выполнении черновой работы. По сравнению с другими развитыми странами их очень мало в высших органах представительной власти, не говоря об исполнительной. По числу женщин – депутатов парламента в начале 90-х годов Япония занимала 110-е место среди 131-й страны<sup>15</sup>. Но тенденция роста все-таки есть и здесь. В 1970 г. в японском парламенте была 21 женщина, или 2,9% всех депутатов, в 1999 г. – 68, или 9%, в 2003 г. – 72 женщины, или 10%. По сравнению с другими странами в Японии особенно мало женщин в палате представителей: в 2003 г. – 7,1%, тогда как во Франции – 12,2%, в США – 14,3%, в Великобритании – 17,9%. В префектуральных собраниях Японии их представительство выросло за 1970–1998 гг. в 3 раза, составив 99 человек, или 3,4%; в муниципальных собраниях – с 272 до 1439 человек, или с 1,4 до 7,6%<sup>16</sup>. Но в целом в этой сфере пока мало что изменилось.

На этом фоне действительно знаменательную карьеру сделала Дои Такако. Она была первой женщиной в истории страны, возглавившей политическую партию (1986 г.) и первой же, ставшей в 1993–1996 гг. спикером нижней палаты парламента. Будучи юристом по образованию, Дои преподавала конституционное право и начала свою политическую карьеру как активист движения в защиту послевоенной конституции. В 1969 г. она избирается в парламента от Социалистической

<sup>15</sup> Асахи симбун. 16.01.1992.

<sup>16</sup> Facts and Figures of Japan. Tokyo. 1999, p. 58; The Asahi Shimbun Japan Almanac, Tokyo, 2004, p.11.

партии Японии (сейчас – это Социал-демократическая партия Японии – СДПЯ). В 2003 г. Т. Дои взяла на себя ответственность за поражение СДПЯ на очередных парламентских выборах и оставила свой пост, но настояла на том, чтобы он перешел также к женщине – М. Фукусима, бывшей в то время членом палаты советников и генеральным секретарем партии. Фукусима – адвокат, пользующийся репутацией борца за права женщин и защитника слабых, обездоленных и дискриминируемых.

По пальцам можно пересчитать число женщин на руководящих постах в органах местного самоуправления. В 1991 г. впервые были избраны женщины на посты вице-губернаторов в Токио, префектурах Окинава и Исикава, а также на пост мэра в г. Асия. К 1995 г. еще три женщины стали мэрами. И это в стране, где 47 префектур, 3437 городов, городков и деревень!

На этом скромном фоне вдруг произошел «прорыв» женщин на дипломатическую службу. В 90-е годы страна была представлена четырьмя женщинами-послами, одна из которых возглавляла делегацию Японии на конференции по разоружению в 1995 г. Пять женщин-японок занимали весьма высокие посты в Организации Объединенных Наций. Одна из них – Огата Садако в 1991 г. была назначена верховным комиссаром ООН по делам беженцев, где под ее началом работали 5500 служащих в 117 странах мира. Она была жестким, но разумным администратором с обостренным чувством ответственности перед обществом. Огата Садако родилась в семье дипломатов, поэтому долгое время прожила за границей и получила дипломы двух американских университетов – Джоржтаунского и Беркли. На родине она была деканом факультета международных проблем в университете Святой Софии в Токио. С. Огата – автор ряда книг по истории дипломатии и международных отношений.

В начале XXI в. новатор и реформатор премьер-министр Коидзуми Дзюнъитиро «разбавил» традиционно мужское правительство пятью женщинами, в том числе пост министра иностранных дел достался его хорошему другу Танака Макико. Она – дочь скандально известного японского политика, бывшего премьер-министра Танака Какуэй (который, будучи обвиненным в коррупции, был вынужден оставить свой пост и впоследствии арестован). М. Танака училась в американской школе, затем окончила университет Васэда. В 1991 г. она возглавила транспортную компанию, а в 1993 г. стала членом парламента. Пост министра иностранных дел Танака занимала недолго – с апреля 2001 г. по январь 2002 г., но как бы «продолжая семейную традицию», ушла со скандалом. Ее исключили из партии по подозрению, что она присвоила заработную плату своих секретарей. Однако в сентябре она

была оправдана и в ноябре вернулась в парламент, но теперь уже как независимый кандидат, примыкающий к Демократической партии Японии<sup>17</sup>. На посту министра иностранных дел ее сменила Кавагути Ёрико, которая до этого была советником в японском посольстве в США и работала во Всемирном банке. Она являлась членом Трехсторонней комиссии, различных правительственных комитетов и специальным членом Никкэйрэн (Ассоциация японских предпринимателей), имела опыт работы в частном секторе. В 2000 г. Кавагути заняла пост министра без портфеля и генерального директора агентства по вопросам окружающей среды. На этом посту ее заменила также женщина – Ю. Коикэ, которая после реорганизации правительства стала ведать и вопросами развития Окинавы и Севера. После ухода с поста министра иностранных дел в 2004 г., Кавагути стала специальным советником премьер-министра. Весьма успешно начинала свою дипломатическую карьеру и будущая императрица Овада Масако, занимавшая в министерстве иностранных дел должность эксперта по высоким технологиям.

Но даже высокие посты, которые уже начали занимать японки, не могут изменить того факта, что главным для японской женщины остается основная структурная ячейка общества – семья и, прежде всего, воспитание детей. Не случайно, видимо, такой видный международный деятель как Огата Садако говорила: «Для меня, как для Верховного комиссара ООН, не существует понятия национальной принадлежности беженцев, но сама я – истинная японка. Завершив свою службу в ООН, я вернусь домой, к мужу и детям»<sup>18</sup>. Однако повышение образовательного уровня женщин, увеличение числа работающих японок и вообще рост их значения в общественной жизни страны значительно изменили и роль женщины в семье, она стала гораздо более значимой.

Равенство прав в браке было зафиксировано в 24-й статье конституции 1947 г.: «Брак основывается только на взаимном согласии обеих сторон и существует на основе взаимного сотрудничества, в основу которого положено равенство прав мужа и жены. Законы в отношении выбора супруга, имущественных прав супругов, наследства, выбора местожительства, развода и других вопросов, связанных с браком и семьей, должны составляться исходя из принципа личного достоинства и равенства полов». В соответствии с положениями конституции в Гражданский кодекс были внесены изменения, и основой семейной системы была признана нуклеарная семья. Вступая в брак, муж и жена могли выбрать любую фамилию, но она должна была быть общей.

<sup>17</sup> www.eic.or.jp

<sup>18</sup> Цит. по: Япония сегодня. 1999, октябрь, с.7.

Однако на практике старые традиции и обычаи в первые послевоенные годы еще продолжали существовать, некоторые сохранились и по сей день. Достаточно назвать, например, традиционное «разделение» труда в семье, при котором вся домашняя работа, не говоря уже о воспитании детей, ложится на женщин, хотя они и работают. Даже насильственные действия мужей по отношению к своим женам (хотя это, как правило, не афишируется) до сих пор многие не считают противозаконным деянием.

По мере изменения социально-экономической обстановки в стране и повышения роли женщин в обществе был внесен ряд поправок в Гражданский кодекс. Так, в середине 70-х годов жена после развода получила право оставлять фамилию мужа, которую она приобретала при регистрации брака. Это было сделано, прежде всего, в интересах детей, которые, как правило, оставались после развода с матерью: теперь они могли иметь одинаковую с ней фамилию. Поправки, внесенные в 1980 г. (в статьи 900 и 904), изменили систему наследования. Это было вызвано увеличением численности нуклеарных семей, сокращением числа детей и повышением статуса женщины дома и на работе. Была увеличена доля супругов в наследовании имущества, но фактически речь шла об увеличении доли жены, ибо устанавливался принцип деления имущества в соответствии с вкладом наследников по уходу за престарелыми или больными родственниками, впоследствии умершими. Ведь обычно ухаживает за больным женщина. Кроме того, изменялись критерии раздела имущества в пользу супругов перед детьми, иными словами, признавался больший вклад женщины.

Также в интересах женщин в 1986 г. был изменен Закон о национальных пенсиях. Ранее жены-домохозяйки наемных работников по их желанию включались или не включались в национальный пенсионный фонд, а мужья для их содержания получали надбавку к своей пенсии по страхованию по месту работы. Закон отменил эти надбавки, а базовую пенсию в связи с этими изменениями начали получать все без исключения. Неработающие женщины в таком случае обрели право самостоятельно распоряжаться пенсионными средствами, поскольку их стали переводить на их счета. Это было особенно важно в случае потери трудоспособности, смерти мужа или развода. И, наконец, в начале XXI в. при регистрации брака женам было разрешено оставлять девичью фамилию, что, безусловно, означало еще один шаг на пути к обретению женщинами более полной независимости в семье.

Приметой времени стали поздние замужества. Сейчас женщины не торопятся выходить замуж. Если в 1950 г. они вступали в первый брак в 23 года, в 1970 г. – в 24,2, то к 2002 г. этот возраст повысился до 27,4 лет (имеются в виду среднестатистические данные). В круп-

ных городах он еще выше. В 2000 г. были незамужними почти 88% женщин 20–24 лет; 54% японок в возрасте 25–29 лет и около 27% в возрасте 30–34 года также еще не были замужем (соответственно в 1970 г. эти цифры составили 72%, 18% и 7,2%). Обращает на себя внимание и такой факт, как «постарение» рожениц, дающих жизнь первому ребенку: за 1970–2002 гг. их средний возраст увеличился с 25,6 до 28,3 лет<sup>19</sup>. Японки теперь хотят «пожить для себя» и сделать карьеру. Поздние браки (средний возраст партнеров-мужчин также повысился) объясняются усилением эгоистических устремлений молодых людей, которые не хотят терять «свободу», в том числе и сексуальную. Молодежь сейчас предпочитает сначала реализовать себя, добиться какого-то материального положения, сделать карьеру. Кроме того, для женщины, что естественно, брак неизбежно связан и с рождением ребенка, в связи с чем она на время теряет самостоятельную роль в жизни общества, ибо ей часто приходится уходить с работы. Даже если она продолжает работать, все равно у нее практически не остается свободного времени. Все это японок, конечно, не очень устраивает.

Поистине революционным стал отход от практики заключения браков по сговору родителей, когда жениха и невесту искали через сваху, а вступающие в брак до свадьбы друг друга даже не видели, не говоря уже о знакомстве. Брак, как правило, был не романтическим событием, а лишь необходимым социальным и практическим мероприятием. Так повелось испокон веку. Недаром, видимо, 12% опрошенных невест еще в начале 80-х годов сомневались, что они будут счастливы<sup>20</sup>. Но постепенно все меняется. Еще в 1955 г. почти 81% свадеб совершались по сговору, а в 1982 г. – уже только 40%. Теперь, как правило, молодые люди знакомятся заранее. И, в общем, даже если они не сами находят друг друга, а благодаря родственникам, знакомым или свах, в конечном итоге они женятся в большинстве случаев по любви.

Не менее разительным отличием от того, что было в довоенный период, стал непререкаемый авторитет женщины в семье. Она контролирует бюджет семьи, принимает все решения о воспитании ребенка, является социально активной. Это происходит, как правило, потому, что муж дома практически не бывает, он находится либо на работе, либо где-нибудь в компаниях. Многие женщины относятся к своему мужу как к старшему сыну, которого нужно уважать, но с которым

можно не советоваться. Мужчина в семье стал несколько инфантильным. Возможно, это происходит потому, что мальчики с детства воспринимают свою зависимость от матери, которая сейчас, в отличие от прошлых времен, их воспитывает. Наверно, все же не случайно жена бывшего премьер-министра Т. Мики как-то публично заявила, что вряд ли ее муж знает, как надо хорошо умыться<sup>21</sup>. О каком же подчиненном положении женщины может идти речь! Недаром, видимо, один из специалистов назвал современную типичную японскую семью «замаскированным матриархатом»<sup>22</sup>.

Но при этом мужчина, как и раньше, продолжает вести себя достаточно свободно, «разряжаясь» после работы в барах. Мужья и сейчас даже не скрывают, что они имеют любовниц. Это, видимо, одна из причин, почему в Японии население особо не интересуется личной жизнью своих политиков. И казус, который произошел в США с Б. Клинтон, в этой стране невозможен. В связи с этим можно напомнить инцидент, происшедший в середине 70-х годов, когда того же Мики перед избранием его на пост председателя партии соперники решили дискредитировать, объявив, что он имеет трех любовниц. Мики возмутился и сказал, что у него не три, а пять любовниц, и... был избран! Правда, в конце 80-х годов из-за женщины был вынужден уйти в отставку премьер-министр С. Уну, но не потому, что у него была любовница, а потому, что он с ней не расплатился, как обещал. Но, что было самое непонятное для иностранца, человека другой морали: японки возмущались не тем, что он оскорбил свою семью, а тем, что повел себя нечестно по отношению к любовнице<sup>23</sup>.

Традиционная «негалантность» японцев-мужчин иногда заставляет японок обратить свой взор на представителей сильного пола Запада. Они смотрят американские и европейские фильмы, работают в международных компаниях, ездят за границу и видят, что мужчины там куда уважительнее относятся к женщинам, и внимательнее к ним, чем японцы. Западные же мужчины, в свою очередь, не прочь жениться на японках, которые всегда считались хорошими женами. Некоторые японки, имеющие средства, совершают поездки в Европу (Вену, Мадрид, Монако, Лондон), чтобы побыть на балу и потанцевать с «купленным» кавалером, или посетить скачки в Эскоте, которые они будут наблюдать из королевской ложи и заодно смогут с кем-нибудь познакомиться. Такие поездки за достаточно высокую цену (10–15 тыс. долл.)

<sup>19</sup> The Asahi Shimbun Japan Almanac, p. 9.

<sup>20</sup> Trager J. Letters from Sachico: A Japanese Women's View of Life in the Land of the Economic Miracle. N.Y. 1982, p. 167.

<sup>21</sup> www.2gol.com

<sup>22</sup> Там же.

<sup>23</sup> www.zerkalo-nedeli.com

через свой сайт в Интернете организует турбюро, возглавляемое сотрудницей одного из токийских банков Хорио Макико<sup>24</sup>.

Но главная роль женщин в семье – это, конечно, воспитание детей. Именно они являются хранительницами традиций, которыми живо общество. Раньше дети воспитывались в больших семьях – *иэ*, где полновластно распоряжался глава дома, т. е. мужчина, а дети обычно находились под присмотром старшего поколения – бабушек (большей частью матерей по мужской линии). Мать, как правило, не вмешивалась в воспитание своего ребенка и для утверждения своих позиций могла разве что бранить его, а это могло привести к ссорам со свекровью.

В современном обществе воспитание ребенка осуществляется главным образом в нуклеарных семьях, и основное его бремя ложится на матерей. С каждым годом сокращается доля семей, где вместе живут три поколения. Если в 1954 г. таких семей было 40%, в 1970 г. – 20%, то в 1997 г. – только немногим более 11%<sup>25</sup>. В лучшем случае бабушки и дедушки помогают, особенно если они живут близко от своих детей. Но, как правило, каждая семья живет своей жизнью, поскольку старшее поколение либо тоже работает, либо просто занято собой. В Японии очень трудно найти подходящую няню или уборщицу и поэтому многие женщины мечтают, чтобы их мамы им помогали, они даже не прочь вернуться для этого в родительский дом. Молодежь сейчас во многом надеется на родителей, нуждаясь в их помощи в приобретении жилья. Жить с родителями или рядом с ними – лучший способ в сегодняшних условиях растить детей и одновременно проявлять уважение и почтение к старшим, что традиционно свойственно японцам. Если родители не могут помочь, женщины, чтобы не пренебрегать своими семейными обязанностями, вынуждены оставлять работу даже на большой срок, рискуя потерять специальность. По этой же причине они сами предпочитают временную работу постоянной.

В результате кривая графика работающих женщин в зависимости от возраста ассоциируется с буквой «М»: женщины прерывают работу в связи со свадьбой, рождением и воспитанием детей, а затем, в отличие от прошлых лет, снова возвращаются (этот второй этап работы был практически немислим для предыдущего поколения). В результате наибольший процент работающих женщин в возрасте до 60 лет приходится на тех, кому 20–24 года и 45–49 лет (73,4 и 72,4%), большой удельный вес работающих и в группах в возрасте 25–29, 40–44 и 50–54 года (68–70%), наименьший – в группе от 30 до 34 лет

<sup>24</sup> www.rg.ru

<sup>25</sup> Facts and Figures..., p. 13.

(55,8%)<sup>26</sup>. В 60 лет свыше 80% женщин прекращают работать (до 56 лет – 4,6%, в возрасте 56–60 лет – 5,1%)<sup>27</sup>.

Такой график вряд ли изменится в ближайшем будущем, ибо до сих пор условия для работающих женщин, имеющих малолетних детей, в Японии намного хуже, чем в других странах. Из 23 стран, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития, в 1999 г. по уровню обеспечения «благоприятных условий для работающих женщин» Япония была на 19-м месте (в 1990 г. – на 16-м). Тем не менее, все больше девушек, получающих высшее образование, не хотят прерывать работу. По данным опроса Японской организации по изучению условий труда, в 1998 г. их было 57%, в то время как собирающихся бросить работу после замужества или рождения ребенка – только 28,7%<sup>28</sup>.

Будучи обеспокоенными снижением рождаемости и перспективой сокращения трудоспособного населения в недалеком будущем, правящие круги стремятся создать условия для того, чтобы работающая женщина могла чувствовать себя комфортно и не боялась иметь детей. Еще в середине 70-х годов был принят Закон об отпусках по уходу за детьми для женщин-учителей в системе обязательного школьного образования, для работников медицинских учреждений и сферы социального обеспечения. Отпуск предоставлялся сроком до одного года. А в Законе о трудовых стандартах был продлен срок отпуска по беременности и после рождения ребенка. В конце 1994 г. был принят рассчитанный на пять лет «Специальный план действий и мер по преодолению снижения рождаемости» (сокращенное название – «План Ангел»), разработанный несколькими заинтересованными министерствами. В декабре 1999 г. появился его новый вариант.

План предусматривал развитие служб дневного ухода за детьми, а также поощряющих рождение и воспитание детей; создание на предприятиях условий, позволяющих сочетать работу с уходом за ребенком; снижение стоимости обучения детей; рекомендации нанимателям отказаться от корпоративного мышления, когда работа ставится выше семьи и пр. Он предусматривал также выплату пособий на детей до поступления их в начальную школу (ранее – до трех лет). В бюджете были выделены ассигнования (ежегодно по 200 млрд. иен) на программу борьбы со снижением рождаемости. Немалая часть их предоставлялась на создание новых и расширение старых дошкольных учреждений<sup>29</sup>.

<sup>26</sup> Данные официальной статистики за 1998 г. (Facts and Figures..., с.58).

<sup>27</sup> Ibid., p 59.

<sup>28</sup> www.jp.org

<sup>29</sup> Об этих учреждениях см. подробнее восьмую главу в данной работе.

Предприниматели в целом положительно отнеслись к рекомендациям «Плана Ангел». В 1999/2000 фин. г. отпуском по рождению и уходу за ребенком пользовались в среднем 57% женщин, работающих на мелких и средних предприятиях (в 1993/94 фин. г. этот показатель составил 48%). С 1999 г. министерство благосостояния и труда ввело для компаний, которые стремятся создать благоприятные условия для сотрудников, имеющих детей, систему специальных отличий, получение которых для японского менталитета и рекламы фирм весьма важно. В 2000 г. такого отличия была удостоена фирма «Сэйко-Эпсон». Она предоставляет сотрудникам оплаченный отпуск по уходу за ребенком на 15 месяцев и по уходу за семьей – на 18 месяцев, что превышает срок, гарантируемый законом. Кроме того, компания позволяет служащим, имеющих детей до трех лет и трех месяцев, сокращать количество рабочих часов или работать по гибкому графику. Здесь создан специальный комитет для решения вопросов, связанных с семьей и детьми. Характерно, что отпуск по уходу за детьми предоставляется и мужчинам, что, безусловно, улучшает моральный климат и взаимоотношения в семье. Годовые оплаченные декретные отпуска предоставляют, прежде всего, те компании, где много работающих женщин – универмаги или производители косметики. Известная фирма «Сисэйдо» открыла собственные детские сады и центры по уходу за детьми, чтобы молодые матери могли продолжать работать<sup>30</sup>. Примеров подобной заботы о семейной жизни своих служащих пока немного, но они активно пропагандируются.

В соответствии с рекомендациями «Плана» в Закон об отпуске по рождению и уходу за ребенком в апреле 2002 г. вновь были внесены поправки, направленные на исключение любой дискриминации работников, имеющих детей, и создание предпринимателями максимально благоприятных условий для них.

Несмотря на разные ипостаси японских женщин, на то, что на них ложится практически двойная нагрузка, они вот уже в течение почти 20 лет продолжают держать лидерство в мире по продолжительности жизни. И большинство японок вполне удовлетворены тем, что родились женщинами. Согласно опросу общественного мнения, который проводит институт математической статистики, японские женщины получают от жизни больше удовольствия, чем мужчины. В 1963 г., по данным того же опроса, почти 70% респондентов сочли, что мужчины живут более комфортно, чем женщины, а в 1998 г. уже только 43%<sup>31</sup>.

Изменения, казалось бы, незыблемых правил заключения браков и вообще отношения к женщинам проникли и на самый высокий уровень

японского общества, коснулись наиболее традиционного института страны – императорского дома. Первым проявлением этого была женитьба в 1957 г. нынешнего императора Акихито на девушке не из древнего феодального рода, а на дочери крупного предпринимателя, т. е. не аристократке. Ярким примером для рядовых японок стала уже упоминавшаяся Овада Масако, которая шесть лет отказывалась выходить замуж за наследного принца Нарухито, потому что не хотела расстаться с работой. Но «долг» по отношению к стране взял верх, и в 1993 г. свадьба все-таки состоялась. И, наконец, в марте 2005 г. прошла помолвка дочери императора принцессы Саяко вообще с рядовым служащим, хотя она и должна потерять с замужеством свой титул. Но при этом были выдержаны все свойственные этому событию ритуалы. В конце 2005 г. Саяко уже вышла замуж и стала простолюдиной. В настоящее время стоит вопрос уже об изменении правил престолонаследования, ибо у принцев и принцесс рождались только девочки и через какое-то время наследование по прямой мужской линии может прерваться, так как по действующему сейчас закону (установленному в XIX в.) императором может стать только мужчина. Опросы общественного мнения показывают, что почти 80% японцев считают вполне возможным, чтобы трон заняла женщина.

Постепенно формируется совсем новое поколение японок. Они хорошо образованы, неплохо зарабатывают, любят путешествовать (число женщин, выехавших в качестве туристов за границу, выросло с 1989 по 1999 гг. с 3 млн. до 7,5 млн. человек), бродить по магазинам, болтать с приятельницами, они знают, что им нужно от жизни. Еще недавно женщины одевались очень скромно, предпочитая длинные юбки и строгие английские пиджаки, сейчас в ходу очень часто кричащий стиль: юбки-мини, вместо косы или пучка – короткая стрижка, волосы окрашены иногда в разные цвета<sup>32</sup> и т. д.

Представители лучшей половины человеческого рода стали более раскованными, держатся, хотя и скромно, но с достоинством. Они уже не боятся обращаться в суд с жалобами на сексуальные домогательства на работе. В 90-е годы было вынесено немало судебных решений по таким обращениям в пользу женщин. В 70-е годы подобные процессы были бы невозможны: даже, если бы женщина попыталась защитить свои права, то ей пришлось бы расстаться с должностью. А вот в конце 90-х годов мэр Осака был вынужден из-за своих «неблаговидных» действий не только выплатить секретарше свыше 100 тыс.

<sup>30</sup> Washington Times. 23.07.2004.

<sup>31</sup> РИА «Новости». 01.05.2004.

<sup>32</sup> По мнению производителей красок для волос и косметологов, японки начали красить волосы примерно в 1994 г., в 1996 г. это делали около 30% девушек и женщин, а в 2001 г. – уже 68%.

долл., но и оставить свой пост<sup>33</sup>. Более того, теперь, неудовлетворенные отсутствием мужей, замужние женщины считают себя вправе завести связь на стороне, школьницы старших классов позируют для секс-журналов, участвуют в «секс-беседах», студентки подрабатывают в ночных клубах.

Проституция в Японии была запрещена официально в 1956 г., но место, где можно расслабиться, главным образом с представительницами стран Юго-Восточной Азии, мужчины могут найти легко и сейчас. Но привлекает внимание весьма новое для Японии явление, появившееся лет 15 назад. Это так называемое «свидание для помощи» (*эндзё кёсай*) – когда школьницы в возрасте 14–18 лет встречаются с 40–60-летними мужчинами и получают от них деньги, причем весьма значительные суммы (в 1995 г. более 5 тыс. девочек этого возраста стали объектом «контроля» правоохранительных органов). Они трактуют их, как правило, на покупку дорогих, престижных вещей наиболее модных дизайнеров, на развлечения и т. д.<sup>34</sup>. Вот он мощный отряд потребителей! Свои поступки эти девочки часто объясняют любопытством, но корыстные уши видны невооруженным глазом.

Кредо современных молодых женщин выразила студентка факультета социологии Университета Мусаси: «Нас не заботит, как мы выглядим в глазах мужчин, своих потенциальных мужей... Найти мужа – далеко не главное дело в жизни японской женщины, гораздо важнее прожить себя, отстаивать свое законное право жить так, как тебе самой хочется»<sup>35</sup>.

О растущей независимости женщин свидетельствует и то, что инициаторами разводов сейчас все чаще становятся именно они. Среди причин разводов молодых пар, кроме обычных «не сошлись характером», «несовпадение взглядов на жизнь», присутствуют и такие, как грубость со стороны мужа и даже насилие, и, наконец, неверность. Раньше женщины все это сносили, теперь же они не хотят терпеть подобное отношение<sup>36</sup>. Причиной же поздних разводов, в том числе пенсионеров, является то, что женщина часто уже не хочет делить кров с мужем, за которого она вышла не по любви, и он, уже не работая, теперь только раздражает ее. Жена терпела его ради детей, но они уже давно выросли, а она может устроиться на временную работу и обеспечить себе безбедное существование.

<sup>33</sup> [www.jp.org](http://www.jp.org); [www.kultura-portal.ru](http://www.kultura-portal.ru)

<sup>34</sup> Подробнее об этом явлении см.: *Молодяков В.* Японская молодежь накануне третьего тысячелетия. – Япония: с чем в третье тысячелетие? М., 1999, с. 198–202.

<sup>35</sup> [www.kultura-portal.ru](http://www.kultura-portal.ru)

<sup>36</sup> Дело дошло до того, что в 2001 г. произошел уж совсем невероятный случай, когда жена убила за измену своего мужа, ударив его несколько раз сковородкой по голове, за что, конечно, была осуждена.

Таким образом, сегодня на повестке дня – достижение полного равноправия женщин с мужчинами и на работе, и в семье, создание действительно равноправного гендерного общества, о чем и говорит Основной закон о гендерно-равноправном обществе, принятый в 1999 г.<sup>37</sup>. Закон определяет его как общество, где и женщины и мужчины имеют возможности участвовать в качестве равноправных партнеров во всех сферах жизнедеятельности общества и при этом нести равную ответственность. Оно основывается на соблюдении прав человека, уважении индивидуальности, отсутствии любой дискриминации – на работе, в семье, в воспитании детей и в общественной жизни.

Невольно встает вопрос, почему в Японии, имеющей все атрибуты, свойственные развитому демократическому обществу, сохраняется дискриминация в отношении женщин. Представляется, это происходит потому, что раскрепощение женщин, обретение ими прав, во многом было им преподнесено сверху. Но общество, в том числе сами женщины, еще не были готовы к этому. Законодательные акты, направленные на равенство полов, как правило, особенно в первые послевоенные годы, не были результатом борьбы феминисток за свои права<sup>38</sup>, а были инициированы правящими кругами в связи с внедрением демократических институтов. И только позднее встал вопрос о реальном гендерном равенстве.

Переломить не совсем благовидное отношение к женщине на рабочем месте и в семье может, видимо, помочь новая концепция воспитания молодого поколения дома и в школе. Безусловно, для того чтобы чувство равенства стало имманентно присуще представителям обоих полов, должно смениться не одно поколение. Уже сейчас в семьях стараются приобщать мальчиков к домашней работе с детских лет так, чтобы, например, сервировка чая стала для них привычным делом, не унижающим «мужского достоинства». Но главная тяжесть решения этой проблемы ложится на систему обязательного образования, одна из задач которой создать новую социальную инфраструктуру во главе с семьей. Речь идет о воспитании чувства равенства мужчин и женщин с детского возраста. В добавление к семейному воспитанию в некоторые школьные дисциплины (домашняя экономика, домоводство, уроки труда) вносятся изменения с тем, чтобы мальчики и девочки получали одинаковые навыки для будущей семейной жизни.

<sup>37</sup> Текст закона см.: [www.gender.gj.jp](http://www.gender.gj.jp)

<sup>38</sup> В Японии существуют несколько организаций женщин, в основном под эгидой партий левого толка, которые ставят перед собой главным образом политические задачи. Наиболее активная из них (Синфудзин) была создана в 1962 г., но лишь в 1980 г. был выдвинут лозунг борьбы за равноправие женщин в обществе (Япония 1981. Ежегодник. М., 1982, с. 82).

Это относится к средней школе первой ступени, а во второй – введены новые предметы, расширяющие познания детей о повседневной жизни.

Видимо, приверженность японцев к обычаям и традициям, исторические и социокультурные факторы во многом влияют на то, что гендерное равенство не может пока полностью укорениться в японском обществе, в том числе и в сознании самих женщин. Но все же в целом в нем все больше крепнет идея достижения этого равенства. Процесс, как мы попытались это представить, уже пошел, и положение женщин в японском «мужском» обществе меняется. Женщины наступают, они шаг за шагом отвоевывают для себя все новые и новые позиции и на работе, и в семье, и в обществе в целом. Вместе с тем выход японок из подчиненного положения, обретение независимости и самостоятельности, движение за равноправие женщин в Японии происходит в рамках национальной культуры. «Война полов», о чем иногда пишут СМИ, ведется достаточно искусно, не оскорбляя «противника», тем более что законы все же продолжают писать мужчины. Женщины действуют с присущим им тактом, в мягких тонах, в поисках компромиссов, что в значительной степени отличает японок, например, от американских феминисток. До сих пор семья для японских женщин, во всяком случае для большинства из них, – дело первостепенной важности.

---

---

## ГЛАВА ДЕСЯТАЯ

### ЧАСТНАЯ ЖИЗНЬ ЯПОНЦЕВ: «СОКРЫТОЕ В ЛИСТВЕ»

Пройденный рубеж XX и XXI вв. стал заметной гранью, своеобразной линией излома устоявшихся представлений о Японии, японцах и традиционном японском образе жизни не только у нас в России, но и в самой Стране корня солнца. Затянувшийся период стагнации японской экономики оказался чреват как собственно экономическими проблемами, так и серьезными изменениями в мировоззрении японцев, в их отношении к своей стране, труду, стилю жизни, наконец, к себе. Многие незыблемые, как казалось ранее, ценности были либо подвергнуты серьезной критике и пересмотрены, либо находятся в процессе ревизии, которая, впрочем, может и не привести к сколь-нибудь заметным изменениям. В связи с этим не стоит преувеличивать масштабы и значение происшедших и происходящих перемен, но и недооценивать их тоже было бы неправильно. Тем более что самих японцев, вернее, тех из них, кто задумывается о происходящем и пытается анализировать ситуацию, процесс очередной эволюционной модернизации страны волнует весьма заметно.

Японская пресса и специалисты в области масштабных PR-технологий бьют тревогу по поводу неуправляемости происходящих в обществе перемен и слабой предсказуемости данного процесса. Один из видных в прошлом дипломатов, а ныне главный экономист Банка развития Кавато Акио даже прочитал в Московском университете лекцию, в которой убедительно доказывал, что нынешняя «перестройка» Японии может при определенных условиях привести даже к исчезновению японского государства. Он ставил это в прямую зависимость от отношения японцев к труду, отдыху и семейной жизни: «Молодые японки больше не хотят выходить замуж, потому что семейная жизнь кажется им скучной. Интереснее работать, зарабатывать деньги и потом пользоваться своим досугом так, как хочется. Поэтому сейчас японскую культуру поддерживают молодые и пожилые

японки. Молодые девушки путешествуют за границу два раза в год. По данным одного прогноза, в 2100 г. численность японского населения снизится до 67 млн..., при поддержании такого темпа через 200 лет мы вообще исчезнем с лица земли»<sup>1</sup>. Причинно-следственную связь в данном утверждении проследить трудно, да и к досугу японок мы еще вернемся, но показательно само внимание к теме. Как ни странно, но одним из основных поводов и для радости, и для тревоги служит «легкая» тема: изменение привычной структуры свободного времени японцев и пересмотр индивидуальных интересов населения.

При этом, если экономическую подоплеку перемен и их видимый, внешний результат довольно легко можно продемонстрировать и понять с помощью прямых статистических выкладок, то изменение отношения японцев к отдыху (а значит, к работе, к семье, к самим себе) не всегда просматривается так явно. Это, если так можно выразиться, «сокрытое в листве» статистических отчетов. Более того, при попытке составить хотя бы относительно цельную картину происходящего мы сталкиваемся с непониманием возможности самого разговора об этом не столько со стороны японцев, которые достаточно свободно рассуждают даже об интимных сторонах своей жизни, сколько со стороны части японоведов, критикующих саму возможность обсуждения темы, не имеющей отношения к высотам японского духа.

Действительно, здесь таится опасность показать некую «шокирующую Японию», что особенно легко, учитывая журналистский бэкграунд автора данной главы. Однако хочется надеяться, что этого удастся избежать. Да, автор настоящей главы намеренно заостряет внимание на хорошо знакомых узкому кругу специалистов, но мало известным широкому читателю особенностях проведения свободного времени японцами. Однако он делает это отнюдь не с целью шокировать кого-либо интимными подробностями частной жизни «белых воротничков» – *сарариманов*, а лишь из желания привлечь внимание к проблеме. По мнению автора, краткий рассказ о реально существующих «теневых» особенностях и нюансах данной темы позволит сделать «картинку» японского общества еще чуть-чуть живее и разностороннее.

Итак, если попытаться коротко, несколькими штрихами, «в графике» изобразить картину причин, которые изменили отношение японцев к отдыху и к своей частной жизни вообще и вне экономики, то, вероятно, она будет выглядеть примерно так:

– критическое отношение к работе (особенно, конечно, у молодого поколения) и желание увеличить продолжительность свободного времени с целью большего погружения в жизнь общества потребления,

<sup>1</sup> Кавато А. Япония мнимая и реальная, М., 2002, с. 5.

желание отдалиться «вау-рефлексам», характеристику которых дал в седьмой главе настоящей работы В. Э. Молодяков; непонимание, почему труд в стиле *гамбару* (усердно трудиться) приводит не к индивидуальному и коллективному процветанию, а к надрыву организма и *кароси* (смерть от перерабатывания); парадоксальная растерянность в случае появления непривычно продолжительного свободного времени и еще большее втягивание в жизнь по законам общества потребления, которое характерно не только для молодежи, но для всех возрастных слоев японского общества;

– изменение отношения к жизни японских женщин (этот процесс, не затихавший никогда, в последние годы становится особенно бурным и грозит значительно изменить лицо японского общества в третьем тысячелетии);

– метания в поисках профессиональной и социальной самоидентификации молодежи; переоценка важности внешней индивидуальности, проявляемой в свободное время в составе групп, – желание быть индивидуальными поголовно, чтобы не отличаться от других (!), и неумение сочетать это с продолжающимся подавлением индивидуальности в трудовой деятельности; неспособность не только к созданию интеллектуального общества, но и непонимание того, что это такое.

В связи с этим в данной главе будут проанализированы некоторые аспекты частной жизни японцев, условно разделенной на три составляющих. Это – частная жизнь японца-мужчины, частная жизнь японки, и несколько очень коротких штрихов из мира молодых людей Японии, которых в последнее время стало модно считать одними из наиболее прогрессивных на планете.

### Японец после работы

Это может показаться странным, но частная жизнь «среднего» японского мужчины, имиджевым воплощением которого на протяжении последних 30 лет является «белый воротничок» и которая продолжается чуть более четырех часов в день<sup>2</sup>, начинается утром в электричке по дороге на работу. Несмотря на обычную для любого мегаполиса давку в «час пик», японцы при малейшей возможности тратят это время с пользой для себя. Многие спят (в том числе стоя), многие читают. В основном это – газеты, журналы, комиксы *манга*, для которых этих изданий жизненный путь обычно заканчивается тут же, на багажной полке или в мусорном баке на станции. Можно согласиться с авторами, утверждающими, что у японцев нет трепетного отношения

<sup>2</sup> Там же, с. 210.



к книге<sup>3</sup>, присущего традиционной русской культуре. Однако у *sararimana*, тратящего в среднем около полутора часов, чтобы добраться до работы, и столько же времени, чтобы вернуться после работы домой, вряд ли есть силы и желание читать в дороге серьезную литературу. Поэтому, если японец не спит в электричке, а читает, то читает он или газету, или дешевый массовый журнал, или *манга*<sup>4</sup>. Утром больше читают газеты, поскольку японцы еще способны воспринимать относительно сложную информацию. Вечером большей популярностью пользуются *манга*, в том числе в стиле *хэнтай* – фактически порнография в картинках. Последние пользуются большим успехом у пожилых (явно старше 50 лет) *sararimanov*, которые к тому же меньше спят в транспорте.

Утро скоротечно, и раз уж мы упомянули о пути с работы, то стоит заметить, что тут, как принято считать, и начинается настоящая частная жизнь японского мужчины. Причем, у значительной доли населения путь этот начинается довольно поздно – около восьми часов вечера и позднее. Однако совсем недавно и здесь появились столь внезапные новшества, что теперь мы можем утверждать: для части работающих японцев свободное время, время отдыха наступает не сразу после работы, а во время нее.

Нет, в японских компаниях все еще продолжает действовать добродетельный принцип *гамбару* – усердного служения, упорного труда на рабочем месте, никак, правда, не увязанный с конечным результатом. Так или иначе, но все еще широко распространено убеждение, что уважающий себя и фирму работник должен хотя бы немного перерабатывать и задерживаться на службе после окончания официального трудового дня. Но то, что японцы неосознанно ищут ухода от такой ситуации, выражается подчас в самых необычных формах, таких, например, как открытие в деловых кварталах Токио «отелей на час» – гостиниц, напоминающих знаменитые *рабу хотэру*, но служащих земным целям. В таких отелях *sararimаны* могут поспать сорок – шестьдесят минут в обеденный перерыв, а если работа связана с передвижениями по городу, то и во время такой «микромандировки». Японцы пока неохотно признаются в появлении этой новой разновидности релаксации – так называемой «тайной сиесты». Начало новому бизнесу положила компания «Напия», которая в рекламных объявлениях называет свое заведение «салонем хорошего сна». На самом деле

<sup>3</sup> Муравич А. Книга в жизни японцев: чтение в век компьютеров. – Япония: собрание очерков «вслед за кистью». М., 2000, с. 212–227.

<sup>4</sup> Массовые журналы составляют 40% общего тиража всех журналов, манга – 21,6% общего объема всей печатной продукции, или 36,7% продающихся книг и журналов – 2174 тыс. экз., и тиражи подобной печатной продукции с каждым годом возрастают. – Там же.

это – некое подобие общежития кратковременного пребывания: семь общих спальных комнат – три для женщин и четыре для мужчин – и несколько отдельных комнат для особо важных персон или для очень застенчивых клиентов. Цена отдыха в салоне составляет 800 иен за первые 40 минут (стандартный обеденный час минус дорога) и 400 иен за каждые дополнительные 20 минут. Беруши можно получить бесплатно. Еще за 500 иен клиент может заказать подкачивание чистого кислорода и еще за такую же сумму спецобслуживание: подкачку дополнительных освежителей воздуха. Президент «Напия» Кидзу Тадаки активно рекламирует свое детище и при помощи диаграмм и статистики, ведущейся Японским институтом сна, объясняет клиентам, что 20 минут дремоты в полуденное время обеспечивает оптимальное повышение умственной и физической энергии. Более того, специально обученные работники салона умеют разбудить клиентов очень мягко, чтобы дремота была наиболее эффективна. «Напия» оказалась идейным вдохновителем, а электронное оборудование предоставила компания «Такара», выпустившая прибор «Юэмэи кобо», моделирующий сны по желанию клиента. Картинка и краткий сюжет желаемого сна записываются со слов засыпающего, а затем преобразовываются в цифровой код, воспроизводящий даже необходимые запахи. Особая гордость компании-изобретателя – преодоление проснувшимся клиентом шокового эффекта, из-за которого сны обычно забываются. Правда, некоторые из них жалуются на неполное выполнение заказа или на присутствие во сне незапланированных персонажей. Однако желающих видеть во сне то, что им хочется, меньше не становится.

Пример «Напия» оказался заразителен и подобные «салоны» стали возникать по всему Токио, а в перспективе они, вероятно, распространятся по всей Японии. Владельцы многих знаменитых «гостиниц любви», в которых цена за номер обычно составляет около 4–5 тыс. иен за 90 минут, пытаются выжить в условиях экономического спада. Они поняли, что, снизив цену, вполне могут превратить свои номера в первоклассные салоны сна и центры релаксации, и приступили к перепрофилированию.

Показательно, что многие *sararimаны*, объясняя свои «тайные сиесты», не могут скрыть нотки протеста против устоявшейся модели трудоголизма: «Каждый в Японии хочет поспать побольше, но при этом все боятся, что их застанут за этим занятием»; «В моей фирме на обеденный перерыв отводится час, но я ем намного быстрее. Поэтому я вполне могу потратить 30 минут на сон в этом салоне. Это намного лучше, чем прятаться в туалетах офиса»<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> The Guardian. 19. 11. 2004.

Особенно «грешат» такими «злоупотреблениями» молодые сотрудники, что совершенно понятно: им тяжело перестроиться с беззаботной студенческой жизни на полувоенный режим службы японской компании. Но и более старшие работники, как показывает статистика, вовсе не настроены отдавать все свое рвение выполнению служебных обязанностей, хотя и готовы много говорить об этом. Неоднократно проводившиеся анонимные социологические опросы выявили устойчивые показатели: превосходство по важности работы над отдыхом на самом деле естественно лишь для 32–34% японцев, что, например, почти в два раза ниже, чем аналогичный показатель в Китае или на Филиппинах. Умело, профессионально создавая образ упорно и плодотворно работающих – *ёку гамбаттэ иру*, японские *сарариманы* не идут ни в какое сравнение с тихими филиппинскими «трудоголиками». 78,2% опрошенных филиппинцев однозначно назвали работу главным жизненным приоритетом, хотя они получали за это гораздо меньшие деньги<sup>6</sup>. Наоборот, 32% японцев утверждали, что досуг для них гораздо более важен, чем работа. Правда, в последние годы тяга японцев к работе все-таки растет, очень медленно сокращая и долю расходов на досуг и развлечения – в среднем на 1% в год<sup>7</sup>. И все же внешне это малозаметно. Более того, медленно, но неуклонно увеличивается число иностранцев в японских компаниях сразу выделило эту малоизвестную во внешнем мире особенность японского бизнеса. Среди русских в Японии даже появилась такая шутка: «Если до восьми часов вечера вы читали на работе новый роман Акунина в Интернете и, услышав затем на выходе: “Спасибо, что усердно потрудились”, не испытываете угрызений совести, значит, вы полностью адаптировались к работе в японской компании».

Те же исследования показывают, что сохраняется и тенденция к сокращению расходов на отдых. Экономический кризис привел к тому, что известный тезис о том, что японцы отдыхают мало, но дорого, вынужден был подвергнуться корректировке. Они по-прежнему отдыхают мало, но теперь стараются и делать это подешевле<sup>8</sup>. Самый дешевый отдых уже давно является самым популярным. Еще в 1991 г. статистика подтверждала данные о том, что наибольшей популярностью среди всех видов проведения свободного времени является посещение кафе и ресторанов, чему отдавали предпочтение 65 млн. человек. Современные статистические исследования на эту тему еще раз подкрепляют неизменность данной позиции (см. об этом седьмую

<sup>6</sup> На что ориентированы японцы: на работу или на досуг? – Япония сегодня. 1998, №8 с.4.

<sup>7</sup> Там же.

<sup>8</sup> Там же.

главу настоящей работы). Тем не менее, приверженность японцев этому излюбленному и самому дешевому виду отдыха, приносящему в то же время около половины общей суммы доходов всей индустрии досуга, только недавно «всплыла на поверхность» общих представлений о Японии и шокирует европейцев и, конечно же, наших соотечественников. Пожалуй, культурный шок, испытываемый россиянами от столкновения с такой прозой японской жизни можно сравнить лишь с аналогичными ощущениями, возникающими в результате знакомства с японским обществом потребления в целом. Россиянам, не избалованным пока ни количеством, ни качеством точек общественного питания, не имеющим в массе своей средств на посещение ресторанов и, более того, воспитанных на классическом советском лозунге Ильфа и Петрова «Не делайте из еды культа!», трудно понять, почему нация гейш и самураев предпочитает проводить время в 271 тыс. кафе и 1,5 млн. ресторанах, а не в клубах чайной церемонии или айкидо<sup>9</sup>.

Но такова объективная реальность. По данным института быта и стиля жизни Хакухо, информация о еде является для японцев наиболее важной после финансовых новостей, отодвигая на третье место информацию о политике, погоде и даже о моде<sup>10</sup>. Исследователь института Намбу Тэцухиро замечает, что основной распространитель моды на еду (*табэмоно*) – телевидение четко уловило желание людей тратить больше денег на питание и резко увеличило число программ о *табэмоно* на экране. За последние 10 лет эфирное время, выделяемое для различных, но очень похожих друг на друга шоу о еде, увеличилось в 7 раз. Цутия Масаюки, продюсер программ о еде главной японской телекомпании Эн-Эйч-Кэй, объясняет эту тенденцию, столь заметную в последнее время, кстати, и на нашем телевидении, следующим образом: «Жизнь невозможна без еды, и питание нужно всем. И всем, независимо от возраста или пола, нравится вкусно поесть – отсюда и интерес»<sup>11</sup>. Логика довольно примитивная в том смысле, что играет на самых примитивных человеческих чувствах, а вернее, на инстинктах и рефлексках, но не только. Западные журналисты замечают то, о чем молчат их японские коллеги. Шоу *табэмоно* «подкручивают» сами себя: они не только играют на несложных желаниях, но еще и потрясающе дешевы в изготовлении по сравнению с другими телевизионными программами. Да и не только телешоу. В Москве в начале весны 2005 г. появилось множество рекламных плакатов, «раскручивающих» русскую версию модного международного

<sup>9</sup> Джапан маркетинг дата 04/05. Медианфо, с. 78.

<sup>10</sup> Корлисс Мик. Еда: любовь, одержимость или причуда? – Ниппония. 2003, №27, с. 17.

<sup>11</sup> Там же.

журнала Esquire, на обложке которого изображен голливудский супергерой Брюс Уиллис. А на обложке одного из последних номеров японской версии того же самого журнала красовалось блюдо с едой и надписью «Он хочет еще тарелочку».

Японцам известно утверждение Цицерона «Есть надо для того, чтобы жить, а не жить для того, чтобы есть» кажется абсурдным, но они мотивируют свою страсть к поглощению пищи и наблюдению за этим процессом (!) еще и традициями японской культуры. Так, М. Цутя утверждает, что «японцы акцентируют внимание на внешнем виде еды. Они стараются приготовить блюдо так, чтобы оно радовало глаз, а не только было вкусным. К примеру, в жаркую погоду блюдо подают в стеклянной посуде, чтобы оно выглядело более прохладным». Что ж спорить трудно, но совершенно очевидно, что желание делать как можно больше дешевых передач о дешевом отдыхе не пойдет на пользу эстетическим традициям японской кухни, а наблюдение за происходящим на иных *табэмоно-шоу* часто и вовсе исключает из лексикона слово «эстетика». Не случайно тот же М. Цутя, развивая свою мысль, от культуры быстро возвращается к сугубо продюсерской аргументации: «Людам нравится смотреть передачи о еде и питании так же, как смотреть передачи, посвященные путешествиям, или телесериалы. Им хочется попробовать то, что они еще никогда не пробовали и отправиться туда, где они еще никогда не бывали»<sup>12</sup>. С телевизионной точки зрения это безупречный «вау-рефлекс»: лучший отдых – с тарелкой *рамэна* перед телевизором, по которому показывают программу о питании индейцев Амазонии. Дешево и интересно. Минимум движений и расходов сочетается с максимумом экзотики и приятных ощущений. Правда, культура здесь ни при чем.

Автору уже приходилось писать и о неизменно шокирующей страсти японцев к поглощению пищи за рубежом, причем в основном в ресторанах японской же кухни<sup>13</sup>. Но вот еще одна версия популярности такого времяпрепровождения от первоисточника. «Это – особенности менталитета. Понимаете, ощущения от знакомства с памятниками истории и культуры не являются такими личностными. Человек едет куда-то, чтобы посмотреть на то, что он уже видел в иллюстрациях учебника по истории, по телевидению, в кино и т. д. Это красиво, но памятник отрешен от индивида, он принадлежит всем. А вкус – это очень личное, он остается на языке, он принадлежит каждому человеку в отдельности. Допустим, если мы в Риме хотим посмотреть Форум

<sup>12</sup> Там же.

<sup>13</sup> Куланов А. Великий желудочно-кишечный тракт. Записки путешественника. – www.Japon.ru

или Колизей, то заранее знаем, что увидим своими глазами. Да, мы испытываем восхищение, но... на этом все. А вкус – это другое дело. Он остается с каждым»<sup>14</sup>. Таково мнение японского дипломата Кавабата Ичиро, и оно достойно отдельного исследования в контексте общей концепции японской эстетики.

Однако пристрастное отношение к *табэмоно* – не единственная «всепоглощающая страсть» японцев. Наиболее известна, пожалуй, страсть жителей Японии к азартным играм. Этот довольно новый для россиян штрих в представлениях о японской культуре быстро укоренился в тесном ряду традиционной имиджевой атрибутики вместе с любованием сакурой, трудоголизмом и модной японской пассионарностью. Виною тому, помимо прочего, растущая во всем мире популярность *манга* и *анимэ*, которые реалистично передают в своих сюжетных картинках бытовые мелочи японской жизни. То, что эти мелочи очень живучи, подтвердил анекдотичный случай. Один высокопоставленный японский дипломат вспоминал о съемках путча 1991 г. в Москве. В японскую съемочную группу, располагавшуюся в здании напротив «Белого дома», были включены четыре человека. «Это для того, чтобы двое могли вести репортаж, пока двое других играют в *маджан*», – утверждал японский чиновник. В этой реплике гораздо меньше юмора, чем мы могли бы подумать. По данным статистики, в *маджан* играют 8,8 млн. человек в 18 тыс. клубов, и по популярности этот вид отдыха занимает у японцев 12-е место<sup>15</sup>.

Несмотря на общеизвестную сомнительность игрового бизнеса, *патинко* занимает восьмое место в рейтинге популярности и имеет более 17 млн. преданных почитателей во всех категориях населения Японии – от младших школьников до пенсионеров, приезжающих в залы игровых автоматах на электротележках для инвалидов, так как ходить самостоятельно они уже не могут<sup>16</sup>. Число *патинко* постоянно растет (примерно на 500–600 залов в год) и уже перевалило за 20 тыс. И не имеется никаких признаков, указывающих на то, что этот бизнес, приносящий более 17 трлн. иен ежегодно, будет испытывать хоть какие-то затруднения<sup>17</sup>.

Тем не менее, обычного японского мужчину *патинко* влечет едва ли не в последнюю очередь. Уйдя с работы, он уже чаще расстается со своими коллегами, чем это было лет 20 назад, когда совместные посиделки сотрудников после окончания трудового дня считались не-

<sup>14</sup> Кавабата. Все гениальное просто. Интервью с японцами. – www.Japon.ru

<sup>15</sup> Джалан маркетинг дата 04/05. Медианфо, с. 43, 77.

<sup>16</sup> Там же.

<sup>17</sup> Молодякова Э. В., Маркарян С. Б. Японское общество: книга перемен, с. 214–215.

зыблемым правилом. Сокращение бюджетных расходов на такие мероприятия значительно повлияло на посещаемость разнообразных питейных заведений, но первоначальный шок довольно быстро прошел. Сегодня популярность совместных походов по кабачкам *идзакая*, так называемой «пьяной лестнице» (*хасиго-дзакэ*), довольно высока – четвертое место в упомянутом рейтинге. 34,4% населения Японии предаются этому увлечению с завидным постоянством, и это уже не описанная выше тяга к *табэмоно*, а нечто совсем другое<sup>18</sup>. Несмотря на обычное разделение при изучении данного вопроса отдыха в барах и отдыха в *караокэ* (второе место в рейтинге, или 45,3% населения), автор склонен рассматривать их вместе. Во-первых, *сарариманы* часто попадают из баров в *караокэ* и наоборот. Во-вторых, и это важно, в большинстве клубов *караокэ* действует система *номи-ходай* – «пей, сколько хочешь» с почасовой оплатой, т. е. это – та же «пьяная лестница» только с песнями. Часть расходов, как и прежде, берут на себя фирмы, оплачивающие корпоративные вечеринки, но все чаще японцы платят за алкогольные напитки из собственного кармана. Оказалось, что культурные традиции более устойчивы к колебаниям рынка, чем сугубо экономические показатели. Японцы привыкли пить относительно много и часто, и, когда возможность пить бесплатно уменьшилась, они начали платить за удовольствие самостоятельно. Если позиции Японии в этой области и выглядят сегодня слабее, чем раньше, то не только из-за того, что экономический кризис заставляет снижать потребление пива на 2–3% в год, и отнюдь не из-за падения интереса *сарариманов* к традиционной выпивке с соратниками, а благодаря сильным конкурентам. Так, например, согласно исследованиям пивоваренной компании «Кири», Япония занимает сейчас шестое место в списке самых крупных в мире потребителей пива. Лишь в 2001 г. она уступила пятое место в мировом рейтинге самых пьющих стран России, где, как известно, во время кризисов потребление алкоголя наоборот возрастает, а не падает, как в других странах. Сейчас в Стране корня солнца выпивают в среднем 6,93 млн. к/л пива в год. Это довольно скромный показатель по сравнению с лидерами «пивной гонки» – США и Китаем, где он выше почти в 4 раза<sup>19</sup>.

Но даже после ресторанов, *патинко* и *идзакая* далеко не все японские мужчины спешат домой к следующему в рейтинге популярности времяпрепровождению – компьютерным играм (27,9)<sup>20</sup>. Мощные эротические традиции Японии, символами которых для европейцев яв-

ляются слова – *Ёсивара* и *сюнга*, тоже все еще живы, хотя так же, как и пристрастие к выпивке, их позиции сильно пошатнулись в последние два десятилетия. А если объединить почти неизвестную статистику по разным видам сексуального отдыха и посещения хостесс-клубов, имеющих отчетливый эротический оттенок и 12-е место по популярности в общем рейтинге отдыха, то тяга *сарариманов* к интимным удовольствиям окажется шокирующе высокой. Правда, все это имеет именно лишь оттенок эротизма, поскольку «реальный секс» занимает в сфере интересов японцев одно из последних мест. Сокращение доходов производителей интимной продукции и владельцев *рабу хотэру* – наглядное тому подтверждение. Некто Миура-сан, 15 лет работающий консультантом одной из «гостиниц любви», говорит, что за минувшие пять лет доходы этих заведений снизились на 20–30%. «Гостиницы больше не могут сдавать номера, поставив в них только кровати. Все больше гостей останавливаются в них по различным причинам, но только не для занятия сексом». Менеджер еще трех «гостиниц любви» в Иокогаме с ним полностью согласен: «Сейчас наши клиенты чаще всего не занимаются сексом. Иногда в наших гостиницах останавливаются целые группы, приезжающие в Иокогаму петь *караокэ* или играть в видеоигры». С уменьшением клиентуры снизились и цены за номера. Теперь в «гостинице любви» можно снять номер всего лишь за 4 тыс. иен (33 долл.) за сутки. Оплата может быть поделена между членами группы любителей *караокэ*, и тогда номер в гостинице обходится дешевле, чем сам *караокэ-бар*<sup>21</sup>. Или же гостинице стоит подумать о конверсии по примеру фирмы «Напия».

В значительной мере такие интимно-экономические странности связаны с сексуальными проблемами молодежи, о чем речь пойдет ниже. Однако и среднее, и старшее поколения японцев стали уделять заметно меньше внимания своей сексуальной жизни (хотя, возможно, они и раньше не жаловали ее), компенсируя ее нерегулярность растущей необычностью увлечений и шокирующим поведением, в том числе и непосредственно связанным с организованным проведением свободного времени – основной темой данного исследования. Например, широко известное увлечение японцев путешествиями имеет особое ответвление – секс-туры японских мужчин в страны Юго-Восточной Азии, прежде всего, Таиланд. Поездки туда не относятся к категории особенно дорогих, а потому даже экономический кризис практически не уменьшил число японских туристов на тайских курортах и, особенно, в Бангкоке. В этой стране на японском языке даже издается специальный журнал «Дневник госпожи G.». В нем подробно описывается вся

<sup>18</sup> Джанпан маркетинг дата 04/05. Медианфо, с. 43.

<sup>19</sup> The Japan Times. – 01. 09. 2004.

<sup>20</sup> Джанпан маркетинг дата 04/05. Медианфо, с. 43.

<sup>21</sup> Inopressa.ru

тайная, интимная жизнь Таиланда, пользующаяся среди японских донжуанов особой популярностью. 15-го числа каждого месяца очередной номер «Дневника» появляется на прилавках 500 книжных магазинов и секс-шопов Токио, Канагава, Тиба и Сайтама и продается по цене 680 иен<sup>22</sup>. Трудно сказать, сколько человек из 1,2 млн. японских туристов, ежегодно посещающих Таиланд, являются читателями «дневника» и, влекомые особенностью менталитета, ищут «личностные впечатления» от туризма, но можно предположить, что не так уж и мало. Однако значительно больше *сарариманов* находят интимные развлечения, не выезжая за пределы своих городов.

Хотя статистика и здесь стыдливо умалчивает, общество, прежде всего женщины, внимательно следит за динамикой популярности этих «развлечений». В этих «развлечениях» нередко участвуют девушки-иностранки. Ёсида Ёко, юрист частной организации «Японская сеть против торговли людьми», обращает внимание на то, что многие японки поощряют стремление своих мужей пользоваться услугами иностранных проституток, прежде всего китайок, таек и филиппинок. «Если мужья действительно влюбляются в иностранок, тогда возникают проблемы, – сказала она. – Но пока этого не произошло, никто из японок не считает этих иностранок такими же людьми, как они сами»<sup>23</sup>.

Разумеется, подавляющее большинство японцев предпочитает в свободное время не «порочные связи», а вполне невинные развлечения, начиная от *табэмоно* и заканчивая обычным международным туризмом (с кулинарным уклоном, конечно), не без помощи правительства принимающего размеры всенародного хобби. В 2002 г. 15 млн. японцев посетили другие страны в качестве туристов (к слову сказать, только 70 тыс. из них выбрали Россию)<sup>24</sup>. Большинство путешествующих – пенсионеры, сочетающие обычные путешествия с непременно турне по иностранным магазинам и ресторанам и видящие в этом оригинальный способ познания мира<sup>25</sup>. Однако среди путешествующих немало и японцев среднего и молодого возрастов, хотя по многим причинам, прежде всего финансового характера, им ближе и доступнее развлечения на родине, например посещение Диснейлэнда. За первые 10 лет после его открытия в 1983 г. в нем побывало 140 млн. человек, т. е. в абсолютном исчислении больше, чем все население

<sup>22</sup> Mainichi(?). 20.02.2004.

<sup>23</sup> International Herald Tribune. 17. 02. 2005.

<sup>24</sup> Кимура Х. Материалы симпозиума: Прошлое и будущее российско-японских отношений: по следам Кацуро Таро, Гото Симпэй, Нитобэ Инадзо. М., АИРО-XX, с. 61.

<sup>25</sup> «Японский журнал – Japorn.ru», www.japorn.ru/интервью с японцами/ – Кавабата. Все гениальное просто.

Японии<sup>26</sup>. В то же время расчет на геометрическую прогрессию роста числа посещений нового развлекательного комплекса Диснейси не оправдался по причине все той же экономической стагнации общества. А успешный, казалось бы, проект еще одного «города аттракционов» в пригороде Токио – Тамма и вовсе временно заморожен. Разумеется, речь не идет о закрытии Диснэйлэнда или Диснэйси, но расчетливые японские инвесторы решили дождаться того времени, когда их потенциальный клиент будет уверен, что посещение нового «Диснейлэнда» для него не только необходимо, но и возможно.

А пока, вернувшись, наконец, домой японский мужчина может, конечно, посетовать на то, что с ним не разговаривает его жена, а дети уже давно спят, и заняться каким-нибудь хобби (самое любимое занятие – просмотр видео: 49,6% населения<sup>27</sup>), если у него еще остались на это силы.

Следует особо отметить, что, если японец здоров, его жена не видит смысла в присутствии мужа дома после работы: ему есть где «выпустить пар» после напряженного трудового дня или, как мы теперь знаем, и во время него. Но что делает дома она – японская домохозяйка и как вообще проводят свободное время японские женщины – типичные жены *сарариманов*?

### Женщина дома

В рамках данной главы не стояла задача рассказать о стиле жизни современной японки – это достаточно наглядно и полно освещено в других главах книги. Здесь будут рассмотрены лишь те аспекты проблемы, которые имеют отношение к теме статьи, – малоизвестные факты из домашней, семейной жизни японцев, а точнее, японок.

Как и во множестве других случаев, приходится констатировать, что средства массовой информации, общественное мнение, да порой и японоведы не успевают за ритмом изменения социального портрета японских женщин, возможно, самой социально активной и динамично развивающейся фракции японского общества. Каким образом активность современных японок отражается на их свободном времени? Прежде всего, его стало значительно меньше. Начальник отдела по основным вопросам комитета гендерных проблем при администрации премьер-министра Японии, профессор Ивао Сумико, осенью 2004 г. читала в Москве лекцию на эту тему. В частности, она остроумно заметила, что если раньше работающую японскую женщину сравнивали с цветком, украшающим рабочее место, но быстро увядающим, имея

<sup>26</sup> Молодякова Э. В., Маркаръян С. Б. Японское общество: книга перемен. с. 217.

<sup>27</sup> Джапан маркетинг дата 04/05. Медиаинфо, с. 45.

в виду, что женщины быстро увольнялись или их быстро увольняли, то теперь она больше похожа на икэбана, поскольку японки стали очень много работать. Если же говорить серьезно, то, по утверждению С. Ивао, «за последние 30 лет в Японии без особого шума прошла женская революция». Не в последнюю очередь «революционные преобразования» затронули и сферу свободного времени и отдыха японок.

По показателю средней трудовой активности (10 лет) японские женщины отстают от мужчин (12,5 года) совсем немного, и эта разница все время уменьшается<sup>28</sup>. 41% процент японских женщин имеет постоянную работу. 80% работающих женщин заняты в сфере обслуживания, а в сельском хозяйстве 60% занятых – женщины.

Но для нас, конечно, наиболее интересно сейчас то, что представления о традиционной японской семье, в которой муж работает, а жена терпеливо ждет его дома, воспитывая детей и посещая различные клубы по интересам для домохозяек, похоже, канули в прошлое. В сегодняшней Японии семей, где работают оба супруга, на 1 млн. больше, чем семей, где работает только муж. 30% японок не уходят с работы, даже когда рожают ребенка<sup>29</sup>. Закон позволяет любому из супругов брать отпуск в связи с рождением ребенка, но если сейчас этим правом пользуются 64% женщин и 0,4% мужчин, то в ближайшем будущем правительство намерено целенаправленно добиваться того, чтобы не менее 10% мужчин уходили в такой отпуск, давая тем самым возможность поработать своим женам.

Исходя из сказанного выше, говорить о каком-то особом стиле проведения свободного времени японской домохозяйкой становится все труднее, так как сама домохозяйка медленно, но неуклонно меняется как социальный тип. Создается впечатление, что растущая политическая, общественная, социальная активность японок, которая заметна даже при первом взгляде на японское общество, привела к резкому сокращению свободного времени женщин и почти уравнила их в этом отношении с мужчинами. В каком-то смысле положение женщин еще хуже, поскольку на их плечах все еще находится основной груз ухода за детьми и их воспитания. Даже работающая (!) японская женщина тратит на воспитание детей в среднем 4 часа 12 минут в день (по данным исследования, проводившегося НИИ культуры Эн-Эйч-Кэй, домохозяйки тратят на домашнюю работу в среднем 7 часов 18 минут в будний день, или 2585 часов в год, что на 73 условных рабочих дня в год больше средней продолжительности рабочего времени наемных работников – тех же *сарариманов*, т. е. мужей этих домохозяек). Работающий

<sup>28</sup> «Японский журнал – Japop.ru». – [www.japop.ru/общество/образ современной женщины](http://www.japop.ru/общество/образ_современной_женщины).

<sup>29</sup> Там же.

японский мужчина общается со своими детьми в среднем 20 минут<sup>30</sup> в день, но и то не каждый день. Лишь 54% японцев подтвердили, что разговаривают с детьми ежедневно, остальные – от случая к случаю.

Однако та же С. Ивао отметила, что неработающие японки, а таких сейчас насчитывается около 59%<sup>31</sup>, буквально «купаются в удовольствиях и отлично проводят свободное время», а «уровень понимания свободы у женщин выше, чем у мужчин»<sup>32</sup>. Каким образом это согласуется с приведенными выше статистически данными о «переработке» «купающихся в удовольствии» домохозяек понять трудно. Весьма вероятно, что своеобразное понимание свободы японскими женщинами позволяет им включать время на развлечения в раздел «работа по хозяйству». Видимо, то же понимание свободы способствует и увеличению среднего возраста вступления японок в брак, так как, по словам профессора Ивао, очень часто женщины на вопрос, почему они не выходят замуж, отвечают следующим образом: «не вижу необходимости и не хочу терять свободы и беззаботного существования».

Понятия «женская солидарность» и «досуг домохозяек» по-прежнему популярны в Японии. Среди различных видов досуга пальму первенства по популярности удерживают его классические, традиционные формы. Это – занятия икэбана (4,4 млн. человек), чайной церемонией (3 млн.), танцами (3,6 млн.) и коллективные поездки (походы) на горячие источники (9,8 млн. человек)<sup>33</sup>. Характерно, что и возрастающую популярность феминизма многие японки воспринимают как вариант проведения досуга, который не только не наносит такого удара по семейному бюджету, как, например, путешествия, но и повышает их самооценку, укрепляет социальный статус и избавляет от традиционного комплекса «покорной жены».

Впрочем, хорошо известно, что и этот образ был создан для внешнего, а не внутрисемейного употребления, и на деле японская женщина никогда и не была таким уж несчастным, покорным, терпеливым существом. Несмотря на то, что и сейчас численность работающих женщин не достигла половины их общей численности, а раньше она была и того меньше, японки всегда «держали в руках завязки кошелька» (в современных условиях кредитную карту, на которую переводится заработная плата мужа). К тому же подавляющее большинство путешествующих, отдыхающих, развлекающихся, пробующих блюда различных кухонь граждан Японии – женщины.

<sup>30</sup> Там же.

<sup>31</sup> Там же.

<sup>32</sup> Там же.

<sup>33</sup> Джпан маркетинг дата 04/05. Медианфо, с. 45.

Среди японок растет популярность считавшихся прежде сугубо мужскими видов отдыха: игры в маджан и патинко, гольф, прогулки по барам *хасиго дзакэ*. Пытаясь компенсировать недостаток свободного времени, возникающий по причине загруженности работой, все больше японок стремятся переложить на плечи мужей хлопоты по домашнему хозяйству и ответственность за воспитание детей. Проводившиеся недавно опросы показали, что при ответе на вопрос «На что вы больше всего ориентируетесь при выборе супруга?» неизменным остался лишь самый популярный ответ – «на человеческие качества». Но если еще несколько лет назад следующими по рейтингу были «образование мужчины, его место работы и размеры доходов», то сейчас вторую позицию устойчиво занимает ответ «возможность мужчины вести домашнее хозяйство, чтобы освободить от этой обузы жену»<sup>34</sup>. В этом смысле известное утверждение о том, что «японки вполне удовлетворены своей ролью матерей, жен и домохозяек» представляется нам не вполне очевидной истиной, а скорее игрой на публику<sup>35</sup>. Японцы любят делать заявления о своей приверженности тем или иным традиционным взглядам, особенно, если это рассчитано на иностранцев.

Правда и то, что «на совести» японских женщин находится не менее 60% денежных трат в стране, или около 260 тыс. иен на семью в месяц<sup>36</sup>. Значительную часть этих расходов они совершают на отдыхе, тем более что свыше 80% японок не спрашивают мнения мужей по поводу расходования денежных средств<sup>37</sup>. Помимо уже упомянутых расходов на путешествия и рестораны, по-прежнему, несмотря ни на какие кризисы, чрезвычайно популярными остаются походы по магазинам – *каймоно*, а глагол *гинбара* – делать покупки на Гиндзе со смыслом «тратить деньги на всякую дорогую ерунду» прочно вошел в лексику женского японского языка.

### Парадоксальная молодежь

Японской молодежи, долгое время не избалованной вниманием отечественных японоведов, да и журналистов тоже, за последние два-три года оказались посвящены сразу несколько статей разной степени серьезности и глубины. Наиболее полным исследованием можно считать работу В. Э. Молодякова<sup>38</sup>, который к тому же дополнил «молодежную тему» статьей об обществе потребления. Практическими примерами

<sup>34</sup> Есть такой класс... домохозяек. – Япония сегодня. 1998, № 3, с. 7.

<sup>35</sup> Тихоцкая И. Современные японки. – Япония без предвзятостей, М., 2003, с. 266.

<sup>36</sup> Там же.

<sup>37</sup> Семейная жизнь японца. – Япония сегодня. 1996, № 12, с. 7.

<sup>38</sup> Молодяков В. Японская молодежь: ценностные ориентации и социальный потенциал. – Япония: с чем в третье тысячелетие? М. 1999, с. 185–210.

изобилует опубликованная в ежегоднике «Япония» за 2002–2003 гг. статья М. А. Карповой<sup>39</sup>. Поэтому те несколько соображений по поводу схожести российской и японской молодежи и полезности копирования опыта последней – это то, что называется, «не фрагмент, а эскиз к фрагменту», рассмотренный в общем контексте «сокрытого в листве» – малоизвестных страниц о проведении свободного времени японцами.

В. Э. Молодяков уже неоднократно высказывался по поводу некоторых тревожных тенденций развития японской молодежи. Автору данной главы, как журналисту, такое внимание к ее проблемам представляется не просто крайне важным, а исключительно патриотичным. Интернет-журнал *Japan.ru*, работая, помимо всего прочего, и как средство онлайн-общения, позволяет автору все время находиться в обратной связи «читатель-журнал», и изучение результатов этой связи дает повод для тревожных раздумий. Частично мы уже касались темы следования в кильватере современной японской субкультуры, говоря о культе *табэмоно*, но это далеко не единственный повод для опасений, что наша страна пойдет не по самому верному пути, бездумно копируя японские образцы. Именно в молодежной среде и именно в сфере свободного времени у нас становятся популярны те стороны жизни Японии, которые вызывают тревогу. Конечно, речь идет, прежде всего, о сексуальной субкультуре, выразителями которых являются *аниме* и *манга* стиля *хэйтай*.

Особый, японский взгляд на секс становится у нас все более популярным, хотя особенности русского менталитета позволяют усомниться в том, что мы можем перенять этот взгляд полностью. Тем не менее, следует знать, что естественное для молодежи сексуальное влечение в Японии все более и более переходит в сферу потребления. Молодежь занимается сексом редко, но все чаще предпочитает делать это в коммерческих целях. Японский феномен «свиданий для помощи» (*эндзэ косай*), фактически проституция несовершеннолетних, привел и к психологическим сдвигам в сознании японской молодежи. Насажение средствами массовой информации образа школьницы как «сексуальной приманки», как секс-символа эпохи и безостановочная бомбардировка японского общества рекламой эротического характера привели к тому, что молодые японцы относятся к сексу, как к бизнесу, в результате чего сексом перестают заниматься совсем. Как говорит Китамура Кунио, директор клиники Японской ассоциации планирования семьи, в 1999 и 2002 гг. ассоциация совместно с вещательной корпорацией Эн-Эйч-Кэй провела опрос молодежи относительно ее половых влечений. Опрос показал, что число молодых людей в воз-

<sup>39</sup> Карпова М. Досуг молодежи. На примере учащихся университета Токай (префектура Канагава), с. 161–170.

расте 20 лет, «имевших половые связи в течение года», за три года значительно снизилось. Если в 1999 г. в половые связи вступали 74% юношей и 81% девушек, то в 2002 г. – соответственно только 68% и 62%. «Сексуальное поведение молодежи существенно меняется. Некоторые молодые люди ведут активную половую жизнь и имеют более одного партнера, однако в последнее время увеличивается число молодых людей, не желающих вообще заниматься любовью», – рассказывает Китамура<sup>40</sup>. В результате, совсем недавно популярное (что естественно!) желание молодежи проводить свободное время в интимно-романтическом общении с представителями противоположного пола сегодня практически выпало из структуры досуга «поколения Next».

Но, пожалуй, падение интереса к сексу – это едва ли не единственное, что роднит японскую молодежь со старшим поколением. Есть, правда, еще тяга к гастрономическим путешествиям (студенты и школьники – основные пассажиры туристических маршрутов наряду с пенсионерами, хотя их передвижение по миру сильно ограничено бюджетом), да к посиделкам в кафе и ресторанах. Японская молодежь в отличие от старшего поколения предпочитает заведения не национальной кухни, а сетевые международные («Макдоналдс», «Старбакс») или отечественные («Джонатанс», «Бируди») ресторанчики. Исследования показывают, что остальные виды досуга, популярные у взрослых японцев, не вызывают интереса у молодежи. Так, *идзакая* мало волнует молодых, которые выбирают модные бары или *караокэ* в определенных, тусовочных районах вроде токийских Синдзюку, Сибуя, Харадзюку, Роппонги. Это тоже та часть досуга, которая увлекает и заставляет подражать ей (по мере возможностей, конечно) нашу молодежь. Факты о многочисленных студенческих и школьных клубах – творческих, спортивных, образовательных, туристических, хорошо организованной сетью которых охвачена едва ли не вся Япония моложе 23 лет, воспринимаются в России без энтузиазма.

То же самое касается *патинко*. Развернувшаяся в московском регионе, а вероятно, и по всей стране, сеть игровых клубов тоже едва ли не в первую очередь рассчитана на молодежь. Уже появились отечественные *манга*, сделанные явно по японскому образцу, использующие элементы моды на Японию («выиграй 100 очков и ужин с подружкой в суши-баре!») и пропагандирующие «русское пачинко». При этом мало кому известно о том, что в самой Японии *патинко* вовсе не самый популярный вид досуга двадцатилетних юношей и девушек. По крайней мере, даже при разбивке японской молодежи на несколько разных по социальным показателям групп с целью более подробно

<sup>40</sup> Inopressa.ru

изучить их предпочтения<sup>41</sup>, мы получаем лишь в целом стандартный для молодежи набор интересов: спорт – телевизор – *каймоно*, или телевизор – *табэмоно* – кино, театры, музеи.

В целом приоритеты проведения свободного времени молодых японцев пока еще четко выдержаны в рамках внутренней диалектики патерналистского японского общества. Окончив школу, своими порядками напоминающую армию, и поступив в институт, студенты, которых, прежде всего, мы и имеем в виду под термином «японская молодежь», получают четырехлетнюю передышку перед работой, которая доведет их до пенсии, как говорится, «на коротком поводке». Обилие свободного времени тратится на то, на что у молодежи есть силы и желание: тусовки, общение со сверстниками, в том числе в многочисленных и разнообразных по направлениям своей деятельности клубах, зарабатывание денег (различные *арбайто*, в том числе явно непривычные для нас) с сугубо японским креном на *каймоно* и *табэмоно*. К 22–23 годам волосы будут перекрашены в черный цвет из рыжего или белого, к 30 годам будет принято решение о женитьбе или замужестве, а в спектре досуга все переместится по «заранее утвержденному плану»: *табэмоно–каймоно–идзакая* и т. д.

Как ни парадоксально, но японская молодежь, которая в некоторых случаях является примером подражания в России, умудряется совмещать в проведении свободного времени противоположные интересы. Это – равнодушие к сексу, любви и занятия проституцией, нежелание играть в азартные игры и поголовные занятия спортом, брендофилия и походы в театры (в которых, справедливости ради отметим, основное внимание уделяется театральным ресторанчикам). Именно это во многом и беспокоит старшее поколение японцев и заставляет нас задавать вопрос: удастся ли нашим молодым удержать аналогичный баланс, с таким трудом улавливаемый куда более устойчивым японским обществом? Возможен ли он в нашей стране и, главное, нужно ли это нам? Процесс проникновения современной японской культуры проведения свободного времени на российскую почву уже начался и начался с молодежи. Имея перед глазами пример «первоисточника», наблюдая схемы его развития, мы пытаемся определить, чем грозит нам такое заимствование и что нам делать для того, чтобы последствия его оказались положительными для заимствующей стороны.

<sup>41</sup> Карпова М. Досуг молодежи. На примере учащихся университета Токай (префектура Канагава), с. 165.



---

---

## ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ

### ДУХОВНЫЙ ПОРТРЕТ ЯПОНСКОГО ОБЩЕСТВА

Духовный портрет общества формируют нравственные и интеллектуальные ценности, которые определяют идеалы и запросы его сограждан, равно как и особенности культуры принятых в нем межличностных отношений. Однако любое общество состоит из разных социальных слоев, в рамках которых люди отличаются по своему культурному уровню и нравственности. Кроме того, существуют определенные различия, характерные для разных возрастных групп. Поэтому однозначно охарактеризовать духовную жизнь общества довольно трудно. Рассматривая же новые тенденции в духовной жизни общества, необходимо проследить, что именно послужило причиной их возникновения, и на каком фоне они возникли. Забегая вперед, можно сказать, что существует определенная константа в менталитете японцев, которая в разной степени проявляется в различные исторические периоды, и что в настоящее время она с новой силой дает знать о себе. Это выражается в духовных запросах общества, которые являются результатом сложного переплетения традиционных интеллектуальных и моральных устоев с новыми тенденциями, сформированными в результате культурного взаимодействия Востока и Запада.

За последние три десятилетия (сравнительно небольшой период с точки зрения истории) в Японии сформировались три поколения граждан, сильно отличающихся друг от друга по отношению к миру, к обществу и к самим себе. Во-первых, – это поколение людей, чья молодость пришла на 70-е годы, которые принято считать периодом высокоразвитого капитализма. Во-вторых, – это японцы, чья молодость прошла «в изобильные 80-е годы процветания». В-третьих, – это поколение японцев, которые провели молодые годы в «пустые 90-е». Именно «пустым» или «потерянным» называют в Японии последнее десятилетие XX в. Кроме того, за последние десятилетия в силу разных обстоятельств международного и внутреннего порядка, в том числе и тех, о которых говорилось выше, сильно изменились образ

мыслей и образ жизни, нравственные идеалы и психологические установки многих представителей старшего поколения. Однако экономический спад, наступивший после периода «экономики мыльного пузыря»<sup>1</sup>, вызвал общее недовольство в Японии. Представители всех слоев общества указывали на необходимость проведения преобразований. Многочисленные социологические службы занялись изучением создавшегося положения.

В 1999 г. научным центром по социологическим исследованиям Номура были опрошены 10 тыс. человек всех возрастов, представляющих разные слои японского общества.

Данные опроса были опубликованы, чтобы те, кто не принимал в нем участие, имели возможность ознакомиться с его выводами и прокомментировать их, тем самым подтвердив или опровергнув выводы социологов. Основной акцент был сделан на выяснении следующих моментов: существует ли звено, объединяющее представителей разных социальных слоев и возрастных групп Японии, а также каковы нравственные и интеллектуальные ценности японцев конца XX в.

Исследование показало, что подавляющее большинство респондентов подчеркнуло важность не столько собственного благополучия, сколько благополучия всего сообщества в целом и комфортность жизни в сообществе с другими. Именно это обстоятельство называлось в качестве главного условия, объединяющего граждан Японии и необходимого для благополучного существования каждого. Кроме того, опросы показали, что, несмотря на изменения в образе жизни японцев, этические и эстетические ценности в принципе остаются прежними.

Этот вывод можно считать особенно интересным и знаменательным, поскольку конец XX в. – потерянное для Японии время, – был ознаменован рядом, если можно так сказать, кампаний, целью которых было стимулирование у населения, и в особенности у молодежи, новых жизненных позиций и установок. Так, в начале 90-х годов самой популярной была кампания, проходившая под лозунгом «интернационализации» (*кокусайка*). Она предполагала усиленное изучение истории, культуры, других стран, в особенности Тихоокеанского региона, понимание их политических и экономических проблем. Это воспринималось как интегрированность в мировое сообщество, что и было главной целью «интернационализации».

---

<sup>1</sup> «Экономикой мыльного пузыря» называют механизм экономического роста, сформировавшийся во второй половине 80-х годов прошлого столетия и характеризующийся огромным разрывом цен на землю, недвижимость и ценные бумаги и их реальной стоимостью. Подробнее об этом см.: *Лебедева И. П.* Истоки и ход экономической депрессии – Япония 90-х. Кризис системы или временные сбои. М., 1998.

Другой стороной «интернационализации» был возникший в этот же период пристальный интерес японцев к тому, как воспринимают Японию за рубежом, как относятся к той роли, которую их страна играет в мире, к тому вкладу, который она внесла в сокровищницу мировой культуры. Об этом свидетельствуют многочисленные теле- и радиопередачи просветительского характера, лекции, как публичные, так и читаемые в университетах. Эти лекции можно было бы объединить под общим названием «Взгляд на Японию издалека». Для их чтения приглашались преподаватели из-за рубежа, которые выступали как перед студентами вузов, так и перед многочисленными аудиториями, состоящими из служащих, домохозяек, школьников старших классов и лиц пожилого возраста и др.

Естественным следствием сказанного выше был и новый всплеск интереса японцев к своим культурным традициям и национальному своеобразию, которые стали рассматриваться в контексте общемирового культурного процесса. Одни искали черты, свидетельствующие об общности культур всех народов, другие, напротив, пытались осмыслить самобытные стороны своей культуры и понять причины их возникновения.

В этот период особенно актуальными стали сопоставительные культуроведческие исследования. Интерес к вопросам, связанным со спецификой японской культуры не ослабевает по сей день, о чем свидетельствуют не только работы японских ученых, но по-прежнему популярны циклы передач на радио и телевидении, тексты которых, изданные затем немалыми тиражами, расходятся довольно быстро. В лекциях и книгах подобного рода, как научных, так и популярных, как правило, большое внимание уделяется системе традиционных ценностей в сравнении с ценностями, существующими в других цивилизациях. Обычно авторами подобных изданий являются профессора Международного центра по исследованию японской культуры и ведущих японских университетов. Работы Каваи Хаяо, Наканиси Сусуму, Ямаори Тэцую, Умэхара Такэси, Хага Тору, Осима Хитоси и других, включающие в себя сравнительный анализ характерных культурных, философских, исторических и религиозных факторов и положений, имеющих место как в Японии, так и в других странах, пользуются огромной популярностью.

Автор книги «Будущая Япония» профессор Каваи Хаяо, известный социолог и экономист, подчеркивает, что многие изменения в характере и миропонимании японцев объясняются «изобилием товаров». Он не склонен рассматривать японское общество всего лишь как «общество потребления». Тем не менее, Каваи Хаяо настаивает на том, что назрела необходимость задуматься о том, какие перемены

происходят в душе человека, как меняются его нравственные принципы и религиозные взгляды в период «вещественного изобилия», в противном случае «жизнь в XX в. будет неинтересной, а отношения между людьми натянутыми и холодными»<sup>2</sup>.

Свои рассуждения автор строит на том, что у японцев начинает исчезать, издавна свойственное им бережное отношение к вещи, что, по его мнению, свидетельствовало не о бережливости, не о материальной заинтересованности, а о состоянии души человека. Автор исходит из того, что японцы, полагаящие, что в каждом предмете, явлении или действии существует его собственная душа, традиционно не разделяли физическое тело и душу. Издавна существует выражение «душа и тело как единое целое» (*симми итинё*), а выражение «растрогать до глубины души» (*симми-ни котэру*) дословно означает «тронуть душу и тело». (К слову сказать, понимание «души и тела как единого целого» привело к тому, что японцы по сей день часто употребляют слова «чувства» (*кандзё*) и «ощущения» (*канкаку*) как синонимичные, а в высшей степени утонченная конкретно-чувственная эмоциональность является отличительной чертой японского искусства.)

Наряду с этим восприятие себя как малой, но неотъемлемой части мироздания, из которого человек не выделял себя, породило соответственное отношение ко всему окружающему как к равному и достойному внимания. Эти черты мировосприятия японцев и способствовали выработке такого отношения к вещам, когда бережное отношение к ним становилось нравственной категорией. Именно это имеет в виду Каваи Хаяо, когда говорит об утрате этой добродетели в эпоху «изобилия вещей». Иначе говоря, мировоззренческий принцип – «душа и физическое тело есть единое целое» – претерпевает определенные изменения в сознании современных японцев.

Каваи Хаяо подчеркивает, что материальное изобилие в Японии было достигнуто благодаря технологиям и научным достижениям Запада, где мышление людей определяется стремлением к анализу, стремлением разобрать все и вся на мелкие составные части, в том числе и явления окружающего мира. Эта особенность мышления явилась мощным двигателем для развития науки. Японское же традиционное мышление, исходя из буддистского понимания мира как системы, в основе которой лежит всеобщая взаимосвязанность вещей, напротив, стремится свести все воедино. Многие исследователи считают, что именно в результате стремления западного человека все дробить и анализировать в последнее время на Западе чрезвычайную популярность приобрел буддизм, воспринятый как философия, дающая возможность ощутить всеобщую взаимосвязанность.

<sup>2</sup> Каваи Хаяо. Будущая Япония (Корэ кара-но нихон), Токио, 2000, с. 15.

Однако в то время как Запад находил в восточных учениях новые ценности, которые как бы восполняли брешы, возникающие в привычных ощущениях и сознании, в Японии во второй половине 90-х годов на смену «интернационализации» пришла кампания за «индивидуализацию» (*кодзинка*), в основе которой лежало стремление научиться «выражать свою неповторимую индивидуальность». Очевидно, что интерес к индивидуальности как таковой возник не без влияния идей, бытующих на Западе<sup>3</sup>. Все средства массовой информации говорили о важности и необходимости раскрытия себя как личности. Естественный для Европы вопрос о неповторимости каждого отдельного индивидуума, для Японии стал проблемой, которую нельзя не выделить особо.

Традиционное, основанное на синтоистско-буддистском мировоззрении ощущение себя составной частью мироздания, «невыделение» себя из окружающей среды, способствовало тому, что для японца характерным было такое отношение к самому себе, когда слова «я ничего из себя не представляю» и «я – ничто» были выражением не ложной скромности или самоуничижения, а отношением к себе как равному среди равных.

Более того, принцип «не выделяться» имел не только мировоззренческий характер, но и был своеобразной установкой, в соответствии с которой японцы воспитывали себя и вырабатывали определенные правила, действующие в самых разных сферах.

Это было такое отношение к жизни и ко всему окружающему, когда важнее собственного «я», собственных привычек и вкусов, было стремление «уравнять» их со всем окружающим миром. В быту, как говорит один из видных исследователей японской культуры Наканиси Сусуму<sup>4</sup>, это сказывалось в попытке жить по принципу «сэму» (*same*). При этом Наканиси Сусуму подчеркивает, что стремление «не выделяться» было свойственно японцам вплоть до последнего времени. Оно проявлялось в тех случаях, когда нескольким людям надо было сделать выбор, в еде, поступке или действии. После некоторой нерешительности кто-нибудь сообщал о своем выборе, и тогда все остальные дружно заявляли «сэму». Эта черта стала предметом не только исследования для тех, кто изучает особенности национального менталитета,

<sup>3</sup> Следует напомнить, что в Японии однажды уже был всплеск повышенного внимания к индивидуальности как к показателю духовно-нравственного состояния общества. Это случилось во второй половине XIX в., после, если можно так сказать, «интернационализации первой волны», когда Япония знакомилась с культурой Запада. Однако тогда это все же имело, скорее, умозрительный характер.

<sup>4</sup> Наканиси Сусуму. Культура Японии как культура островного народа. Материалы лекций. Токио–Киев–Санкт-Петербург, 1993, с. 13.

но и различных шуток и анекдотов<sup>5</sup>, которые японцы рассказывают сами о себе.

Что же касается высоких сфер, в частности искусства, хорошо известно, что во всех жанрах и видах искусства издавна обычным правилом была попытка не сотворить заново, а овладеть ставшими традиционными методами и приемами<sup>6</sup>. Кроме того, существовало убеждение в том, что истинное произведение искусства родится именно в состоянии «*муга*» – «не я». Иными словами, художник должен стремиться побороть собственное «я», слившись с изображаемым, отождествив себя с ним. Только тогда он сможет проникнуть в его суть и передать именно ее без собственных эмоций и толкований. Изображение предмета или явления через призму собственного «я» никогда не было целью японского искусства. Подобное отношение к творчеству, равно как к произведениям, созданным в его процессе, также было выработано на основе синтоистского взгляда на мир и подкреплено положениями, заимствованными из буддийского мировоззрения.

Однако в последнее время чрезвычайно много внимания японцы уделяют именно выражению собственного «я». Особенно заметно это в среде молодежи. Выставки с работами молодых, на которых представлены произведения живописи или изобразительно-прикладного искусства, говорят о стремлении дать свое понимание и выразить свое видение или понимание мира, предмета и явления – стремление, несовместимое с традиционным взглядом на искусство. Нельзя сказать, что среди подобных работ вовсе нет интересных, но в большинстве своем их отличает откровенная нарочитость. Культурно-просветительные и даже развлекательные передачи в средствах массовой информации делают акцент на том, что своеобразие личности, отраженное в работе, внешнем виде, привычках и вкусах, не говоря о творчестве, является предметом наибольшей важности. Даже визажисты и парикмахеры в рекламах особо подчеркивают свое умение «выразить индивидуальность клиента».

<sup>5</sup> Например, в одном из анекдотов рассказывается о том, какие отличия видят японцы в себе, сравнивая себя с представителями других народов: «Корабль терпит бедствие в океане. Капитан вызывает к себе взрослых мужчин и предлагает некоторым из них ради спасения женщин и детей добровольно покинуть корабль и выбраться за борт. Американец сказал: “Это происшествие поможет мне прославиться как герою” и выпрыгнул за борт. Немец уточнил: “Это – приказ или предложение?” А японец спросил: “А что, все поступят именно так?”».

<sup>6</sup> Ошибкой было бы считать, что японское искусство в силу неизменности традиций и следования канонам не знало новаторства и развивалось по шаблону. История японского искусства свидетельствует о многочисленных нововведениях, однако это всегда были новые способы овладения старыми методами, благодаря которым с новой силой проявлялись особенности национального искусства, а канон помогал ярче проявиться таланту.

Настойчивость, с которой проблема «собственной индивидуальности» обсуждается на страницах газет и журналов, в теле- и радиопередачах во время различных ток-шоу, свидетельствует о том, что для японского общества – это новый вопрос. Интересен и привлекателен он именно своей новизной. Все это говорит о том, что на сегодняшний день в основе своей «индивидуализация» – это нечто вроде кампании, поиски чего-то нового, но не гармонично вызревшая необходимость для большинства членов общества.

Справедливость подобного вывода подчеркивает и тот факт, что в последнее время, как показывают социологические исследования, значительную часть общества, преимущественно «зрелого возраста», волнует вопрос, не нарушит ли «индивидуализация многих личностей» гармонии всего сообщества в целом. В привычной системе межличностных отношений, которая формируется, прежде всего, с учетом понятий «старший – младший», «мужчина – женщина», «начальник – подчиненный» и т. п., стали возникать проблемы, связанные с желанием «отстоять» свою индивидуальность. Достаточно настойчиво высказывается мнение, согласно которому «индивидуализация» уже нанесла удар по сложившейся системе взаимоотношений в обществе, ослабила семейные узы, внесла определенную дисгармонию в человеческие отношения. Таким образом, мы получаем еще одно доказательство того, что гармоничные отношения в обществе для большей части населения являются неоспоримой ценностью первостепенной важности.

Однако, в то время как средства массовой информации говорят о важности и необходимости раскрытия в себе своего «я», философы и социологи рассматривают «индивидуализацию» как проблему, т. е. видят сложности, порожденные ею, исследуют причины ее возникновения и способы разрешения. При этом они, как правило, анализируют причины существования внимания к собственному «я» на Западе и причины отсутствия их в Японии и подчеркивают, что в японском обществе, духовные основы которого ориентированы на другие ценности, «индивидуализация» зачастую приводит к неправильным, нарочитым формам ее выражения.

Обобщая исследования японских социологов, религиоведов и культурологов, можно сказать, что они единогласно приходят к следующим выводам.

В последнее десятилетие прошлого века характерные для японского сознания «я ничего собой не представляю», «я есть ничто» вступило в противоречие с «европейски-торжественным» «я существую» и «я есть я». Индивидуализм, свойственный представителям западных цивилизаций, основан на христианском вероучении, согласно которому каждый

человек лично и «напрямую» связан с Богом и именно в этом обретает успокоение. Жизненный путь каждого также определен самим Господом Богом. Каждому, как говорится, свое. Соответственно каждый по-своему заслуживает внимания и уважения. Японцам же, обожествляющим своих предков, изначально свойствен другой тип осознания самих себя и своих взаимосвязей с миром. В основе его лежит не индивидуальность, а коллективность.

На дальнейшее усиление индивидуализма в Европе оказало учение Декарта, провозгласившего «Я мыслю – значит, я существую», ставшее новой отправной точкой для культивирования собственного «Я», когда каждый сам выбирает, как ему жить и как проявить себя в обществе. При этом «думать» означает «сомневаться» и анализировать.

Человек западной цивилизации есть «человек сомневающийся». Отсюда не только потребность в разного рода доказательствах. С одной стороны это стимулировало развитие науки, а с другой – породило недоверие к себе и к окружающему миру. Общество, в котором бытуют подобные настроения, должно было бы развалиться. Однако как показывает ход истории, сформировавшиеся в рамках западной цивилизации общества успешно существуют и развиваются, поскольку идея единого Бога служит объединяющим началом. На этой основе сформировались особенности мышления на Западе и стали этической нормой.

Однако подобное осознание каждым человеком самого себя приводит к тому, что семья как «религиозная единица» значения не имеет, каждый член семьи верует по-своему и связан с Богом только своими собственными узами. В Японии же, каждая семья, следуя синтоистскому обычаю, поклоняется своим предкам и имеет своих небесных покровителей, поэтому семья функционирует и как религиозная единица<sup>7</sup>.

Неизбежное в последнее время взаимопроникновение и знакомство с образом мыслей представителей других цивилизаций спровоцировали появление нового взгляда на себя и желание продемонстрировать свое «я» миру. Однако, как пишет профессор Каваи Хаяо, «японцы не учитывают того, что на Западе индивидуальность в человеке развивается в рамках учения Христа, в Японии же стремление выразить свою индивидуальность продиктовано вошедшими в моду идеями. Оно не имеет серьезных оснований и, по сути своей, отличается от того понимания человеческой индивидуальности, которая существует на Западе.

<sup>7</sup> Однако при этом подчеркивается, что если семья в идейно-религиозном плане выступает как единое целое, в общественной и деловой жизни принцип семейственности действует гораздо слабее. Как утверждают многие социологи, Японии удалось успешно наладить производство благодаря тому, что родство по крови в отличие от Китая и Кореи в этом случае не было фактором первостепенной важности. Если находился человек, обладающий нужными талантами и способностями, его брали в семью.

Это – извращенный индивидуализм (*ибичу на кодзинсюги*) из-за которого поколебались моральные устои японцев.

В прежние времена японцы жили, руководствуясь правилом: все связано со мной, и я живу в этой всеобщей взаимосвязанности. Таково было понимание себя и мира, породившее соответствующее отношение к миру и соответствующую мораль. В подсознании на генном уровне это и сейчас есть у японцев, поэтому попытка “переделать себя по западному образцу” не дает положительных результатов»<sup>8</sup>. Действительно, ставшая в Японии модной ориентация на проявление собственной индивидуальности приводит к дисгармонии в человеческих отношениях, и нарочитости в создании собственного имиджа или произведений искусства.

Однако ошибкой было бы считать, что традиционно японское общество – это однородная масса абсолютно одинаковых людей. Индивидуальность автора, проявляемая в поэзии, скульптуре, живописи, графике, ремеслах и т. п., в Японии высоко ценилась, и создателей шедевров называли великими мастерами. Но проявлялась она несколько иначе.

Исследователям японской культуры хорошо известно древнее изречение: «Встретишь Будду – убей Будду, встретишь патриарха – убей патриарха». В рамках буддийского учения дзэн, которое считается религией без бога, иногда оно истолковывается как отсутствие авторитетов, как призыв опираться на собственные духовные силы. Однако, вероятно, правильное было бы считать, что данное изречение по смыслу совпадает с другим изречением: «Не иди путем древних, но ищи то же, что они». Отрицать предыдущий опыт в восточном понимании – это не отвергать его, а обновлять и углублять. Именно так проявлялась в Японии творческая индивидуальность. Именно на этом основывалась культура межличностных отношений, в основе которой лежат отношения типа «ученик-учитель» и которая в настоящее время также претерпевает определенные изменения.

В частности, по мнению профессора Ямаори Тэцуо<sup>9</sup>, именно благодаря отношениям подобного рода в Японии развивались все области знаний, искусств, ремесел и прочих видов человеческой деятельности.

<sup>8</sup> *Каваи Хаяо*. Корэ кара-но нихон (Будущая Япония). Токио, 2000, с. 55.

<sup>9</sup> Профессор Ямаори – известный религиовед и исследователь японской истории и культуры, занимающийся также сравнительным культуроведением, директор Международного центра по исследованию японской культуры. В течение полугодия (с октября 2003 г. по март 2004 г.) один раз в неделю по радиостанции Эн-Эйч-Кэй в передаче «Культурный час» он читал лекции, посвященные вопросам японской истории и особенностям формирования японского общества. Эти лекции легли в основу его книги «Душа Японии, душа японцев» (*Нихон но кокоро, нихондзин-но кокоро*), вышедшей в 2004 г. Судя по рейтингу передачи, а также по тому, насколько быстро разошлась книга, затронутые профессором Ямаори вопросы вызывают большой интерес у японцев.

В рассуждениях на эту тему Ямаори Тэцуо подходит к уже цитируемому выше постулату «Встретишь Будду – убей Будду, встретишь патриарха – убей патриарха», который следует понимать как «уничтожь превзойдя». Другими словами, ученик, беспрекословно почитая учителя, должен быть настолько старателен, чтобы превзойти его. При этом он не должен ставить себе подобной цели, он только должен стараться изо всех сил – в этом залог движения вперед. Для учителя же возвысившийся над ним ученик – и радость, и стимул и возможность дальнейшего совершенствования мастерства или углубления знаний. Словом, – это также движение вперед, но вместе с тем и испытание его как человека: почувствует ли он горечь или «в его сердце зажжется огонь». Следует подчеркнуть, что Ямаори Тэцуо при этом имеет в виду не только отношения между выдающимися людьми, наделенными особыми талантами, но и повседневные отношения людей, поскольку один всегда в чем-то бывает учителем, а другой – учеником: «Горизонтальную ось человеческих отношений должна пересекать вертикальная ось отношений «ученик – учитель. Последние 50 лет в Японии только и говорят о человеческих отношениях, т. е. все отношения между людьми, а именно, отношения между детьми и родителями, между друзьями, учителями и учениками и т. п., называют просто человеческими. Но от этого отношения не делаются ни прочнее, ни эффективнее. В этом заключается одна из причин существования ряда проблем, с которым сталкивается сегодня образование в Японии»<sup>10</sup>, – пишет Ямаори Тэцуо. При этом, как уже говорилось, он подчеркивает, что исторически прогресс во всех сферах человеческой деятельности в Японии достигался благодаря существованию отношений «ученик-учитель». Причина успехов Японии в освоении западных технологий, возможно, также объясняется тем, что отношения типа «ученик-учитель» оказались эффективными в условиях взаимодействия двух стран. В настоящее же время правило «приумножай» потеряло свою силу, поскольку стремление во что бы то ни стало «заявить миру о себе», продемонстрировать обществу свое «я» вышло на первое место.

Впрочем, Ямаори Тэцуо, настаивая на необходимости для духовного здоровья японского общества существования отношений «ученик – учитель», вполне допускает в некоторых случаях отход от этой системы, но, скорее, как исключение, подтверждающее правило, и приводит в пример историю всемирно известного графика Мунаката Сико.

Мунаката Сико (1903–1975) родом был из префектуры Аомори. Его отец был мастером по ковке ножей и мечей, так что Мунаката с детства был знаком с искусством литья. Однажды совершенно случайно он увидел картину Ван Гога «Подсолнухи», и был потрясен

<sup>10</sup> Там же.

настолько, что решил отказаться от ремесла, которым занимался его отец и стать художником. Будучи знаком с работой по металлу, он создавал свои самобытные работы при помощи железного листа, по которому работал, острым ножом. У него не было учителей, но ему удалось стать художником и даже получить мировую известность. Правда, путь его был нелегок. Мунаката Сико в префектуре Аомори из деревушки один поехал в Токио, где в течение четырех лет выставлял свои работы на различных выставках. Он называл их *ханга*, как и прочие гравюры, но первый иероглиф «хан» – «печатная доска» заменял иероглифом с тем же звучанием, но означающим «лист железа». В Японии у него были свои редкие почитатели, но в общем он не получал должного признания. Однако в 1955 г. на международной выставке в Бразилии в Сан-Паулу он был удостоен высшей награды и признан лучшим графиком современности. Мунаката тогда было уже за 50. К сожалению, в Японии художник до сих пор не оценен по достоинству. В японском обществе подчас трудно пробить себе дорогу без «рекомендации» учителя. Возможно, протест против этого обстоятельства также явился одной из причин провозглашения «индивидуализации».

Ямаори Тэцуо утверждает, что, несмотря на изменившийся образ жизни, нравы, семейные отношения, моду на яркую неповторимую индивидуальность, и прочие лежащие на поверхности и заметные с первого взгляда перемены, в духовной жизни японцев по-прежнему главенствуют неподвластные времени ценности, которые они хранят в глубине своей души. В качестве таковых он выделяет издавна свойственную японцам чувствительность, «которая, зародившись во времена “Манъёсю”<sup>11</sup>, до сих пор звучит в песнях, исполняемых Мисора Хибари»<sup>12</sup>, а также миропонимание, в основе которого лежат синтоистские верования в тесном переплетении с догмами буддизма, и культуру межличностных отношений, одной из главных составляющих которой являются отношения «учитель–ученик».

Что касается происхождения зародившейся в древности особенности характера японцев, реагирующих на прекрасное как на одушевленное и одухотворенное, Ямаори Тэцуо подчеркивает, что сформировалась она на фоне живописной природы, где есть горы, море, реки, озера, удивительной красоты растения и горные ручьи и водопады. Именно это повлияло на сознание японцев, породив в них чувствительность к красоте, стремление обожествлять Природу и все ее проявления, тогда как религии, в основе которых лежит единобожие – иудаизм, христианство, мусульманство, сформировались в условиях пустыни, где пески, камни и только прекрасное небо над головой.

<sup>11</sup> «Манъёсю» – поэтическая антология VII–IX вв

<sup>12</sup> Мисора Хибари – эстрадная певица, песни которой не утратили своей популярности по сей день.

Чувствительность к красоте не только внешнего мира, но и к красоте человеческих отношений, красоте душевных порывов и поступков, судя по всему, действительно, не очень изменилась с древних времен. Это проявляется по-разному, в зависимости от степени образованности, духовной зрелости и утонченности человека. Однако несомненно то, что в духовной жизни японцев главную роль играет эмоциональная активность, моменты переживания которой приносят им чувство радости и полноты жизни. Нет нужды говорить о том, что японцы по-прежнему чувствительны к красоте природы и к смене времен года. Об этом свидетельствуют и «оперативные сводки» средств массовой информации о том, где, когда и что зацветает, или покраснеют листья кленов.

Желание чувствовать и переживать проявляется в пристрастиях как широких масс, так и интеллектуалов. Доказательством тому – небывалый массовый успех романа Такудзи Итикава «Сейчас отправляюсь на встречу» (Има аи-ни икимас), повествующий о любви супругов друг к другу и родителей к детям. Банальная, казалось бы, тема выражена ненавязчиво в тонких переживаниях. На основе многочисленных отзывов, критиками и социологами был сделан вывод: «Около миллиона людей плакали над этим повествованием, а в восторженных отзывах подчеркивалось, что человеческая жизнь, кажется богаче и содержательнее, когда читаешь о чувствах, и сам при этом испытываешь взволнованность»<sup>13</sup>.

То же самое можно сказать о фильме «Глас о любви», который «смотрели не просто, следя за развитием событий, а глубоко сопереживали, испытывая взволнованность, которая вносит в жизнь смысл и значение».

Можно найти множество свидетельств тому, насколько важно для массового зрителя и читателя испытывать взволнованность. Однако доказательнее всего является реклама и анонсы о корейских выставках, книгах, фильмах, лекциях, появившиеся после того, как на телевидении Эн-Эйч-Кэй в 2004 г. был продемонстрирован южнокорейский мелодраматический сериал «Зимняя соната». После этой демонстрации в Японии начался «корейский бум», или, как пишут в японских газетах, «в Японии дует знойный корейский ветер». Особенность этих реклам заключается в том, что в них обыгрывается японское название Кореи – Канкоку<sup>14</sup>, состоящее из двух иероглифов «кан» – Корея и «коку» – страна. Иероглиф «кан» в значении «Корея» омонимичен иероглифу «кан» – «чувства», который и пишут вместо официального иероглифа, означающего название страны. Все, что связано с Кореей стало вызывать

<sup>13</sup> «Книжное обозрение» газеты «Асахи симбун». 12.05.2004.

<sup>14</sup> В Японии Южную Корею называют «Канкоку», а КНДР – «Тэсэн».

повышенный интерес, поскольку, по общему мнению массового зрителя и читателя Японии, корейское искусство пробуждает в японцах «радость и гнев, печаль и веселье» – *кидоайраку*, как говорили во времена эпохи Хэйан, когда тонкие переживания были смыслом жизни придворных аристократов.

Собственно говоря, нет ничего необычного в том, что широким массам нравятся романы и фильмы «о чувствах», и популярны они не только в Японии. Однако необходимо пояснить, что когда японцы говорят о человеческих чувствах, тем более, когда они употребляют слово *кидоайраку*, имеются в виду не просто переживания, возникающие у тех, кто следит за судьбой героев, но и наслаждение многообразием пережитых эмоций. Таково было отношение к жизни и к искусству в старину, и тот факт, что в последнее время вновь заговорили об этом как о потребности, свидетельствует о многом.

Умение выразить чувства и переживания, эмоции на уровне почти физических ощущений является критерием для оценки серьезных произведений. Одной из самых престижных литературных премий в Японии – премии имени Акутагава Рюноске, присуждаемой в 2005 г. в 130-й раз, были удостоены двадцатилетняя Канэхара Хитоми за роман «Сережки для змеи» и девятнадцатилетняя Мэнъя Риса за роман «Человек, которого хочется пинать в спину». Им «удалось показать чувства, как неосознанные, так и таящиеся в глубине души». По признанию критики – оба произведения отличают глубокий психологизм, сочетающийся с тонким лиризмом, и философское осмысление бытия. Герои обоих романов – молодые люди, иногда с татуировками, пирсингом и прочими странностями, вызывающими у родителей недоумение и осуждение. В указанных романах затрагиваются социальные вопросы, но в целом это – произведения о человеческих чувствах. Кроме того, философское осмысление бытия в романах происходит в контексте идеи Небытия (*кёму*)<sup>15</sup>. Вот что пишет об этих произведениях писатель Оки Синкэй: «Обе девушки относятся к поколению, появившемуся на свет в 80-е годы, но обе чувствуют Небытие, которому мы принадлежим... Они осознают, что степень понимания идеи Небытия свидетельствует о зрелости общества, ... и в этом нет ничего, что приводило бы в ужас, или говорило бы о болезненности, с которой следовало бы бороться, и, конечно, это не следствие перенасыщенности

<sup>15</sup> Небытие – буддийское понятие. Небытие не есть Ничто, как его понимают на Западе. В философии буддизма Небытие есть Вечность, Пустота, из которой все рождается и в которую все возвращается, «это – Пустота, через которую проходит все сущее, это – беспредельность и бесконечность, Вселенная, душа которой содержит неиссякаемые богатства. Традиционно считалось, что умеющий чувствовать Небытие, а тем более выразить его, является мудрым человеком и серьезным художником.

товарами потребления»<sup>16</sup>. (К слову сказать, в японской прозе последних лет, весьма разнообразной и представленной разными жанрами с различной идейной и эмоциональной направленностью, произведения, авторами которых являются женщины, заметно отличаются от произведений, созданных мужчинами, своим психологизмом и философской поэтичностью, в чем российский читатель имел возможность убедиться, познакомившись с «женским томом» двухтомника японской прозы «Он и Она», вышедшим в издательстве «Иностранная литература» в 2001 г.)

Одной из особенностей традиционного японского искусства является идейная «двуплановость», а именно сочетание утонченной эмоциональности с внутренней тишиной, идущей от Вечности, от Небытия. Этим объясняется философская поэтичность, пронизывающая все японское искусство. И тот факт, что подобной оценки удостоились совсем молодые писательницы, а также то, что они завоевали популярность в среде интеллектуалов всех возрастов, дает основание считать, что в японском обществе, ищущем новые ценности и способы самовыражения, происходят некоторые сдвиги в сторону традиционных эстетических ценностей.

Однако, как утверждают и японские социологи, и специалисты из Организации по развитию системы образования (OESD), большинство молодых людей не читает не только серьезной литературы, но и каких-либо журналов, газет. Привычка к чтению свойственна очень небольшой части образованной молодежи. Но потребность получать информацию об искусстве и знакомиться с произведениями как высокохудожественной литературы, так и беллетристики, чтобы получить определенный эмоциональный заряд, сохранилась. Для этого был найден вполне современный способ – прослушивание по мобильному телефону. Был создан клуб, который к концу прошлого года насчитывал 202 человека. Месячный взнос составляет 110 иен<sup>17</sup>.

Для пользователей мобильных телефонов открыт сайт, на котором помещены произведения популярных писателей. Этим сайтом и услугами компаний по мобильной связи могут пользоваться не только члены клуба, но и все желающие. В течение месяца данной услугой воспользовались около 4500 человек. Этим заинтересовались и крупные журналы, такие, как «Синтё», и в январе 2002 г. число слушателей «Синтё» достигло 35 тыс. человек.

К слову сказать, одним из любопытных выводов, сделанных научно-исследовательским центром Номура, является вывод о том, как проводят досуг японцы. Абсолютное большинство опрошенных под-

<sup>16</sup> Оки Синкэй. Небытие и расстояние (Кёму то кёри). – Синтё. 2004, № 12.

<sup>17</sup> 1 доллар = примерно 105 иен.

черкивало, что они выбирают способ проведения свободного времени, который, по их мнению, дает им наибольшее духовное удовлетворение, а не способствует закаливанию характера, выработке силы воли и пр. Иначе говоря, досуг посвящается духовному росту. Характер, по мнению опрошенных, вырабатывается в процессе выполнения рабочих обязанностей, досуг же должен способствовать самосовершенствованию в нравственном плане. Другими словами, о степени развития человека как личности свидетельствуют не его деловые качества и способности, не то, насколько он может выразить свою индивидуальность, а глубина его мыслей и чувств.

Исходя из изложенного выше, следует отметить, что сегодня духовный климат японского общества определяет «сочетание-противостояние» традиционного взгляда на мир, общество, свое место в нем и культуру межличностных отношений с духовно-этическими ценностями, заимствованными у Запада. Причину этого, скорее всего, надо искать в следующем. С одной стороны, Япония по уровню экономического, научного и культурного развития не уступает передовым странам Запада и США, и стремление строить жизнь и быт по тем же нормам, что и на Западе, дает возможность более полно ощутить себя членами передового мирового сообщества. С другой стороны, непоследовательное усвоение не свойственных японской душе ценностей и идеалов приводит к определенной нарочитости в их проявлении. Прежде всего, это относится к «индивидуализации», которая, как говорилось выше, приняла вид своеобразной кампании, внеся определенную дисгармонию в налаженную систему человеческих отношений, при которой каждый знал свои обязанности, строго выполнял их, руководствуясь принципом «не выделяться». Что же касается духовно-эстетических запросов японцев, то они, как видим, менее всего подвержены изменениям. Именно в этой сфере можно говорить о некоторой константе в менталитете японцев. Эмоциональная активность является для большинства главным фактором, наполняющим жизнь смыслом. Показательны слова из сочинения на свободную тему одной из студенток второго курса филологического факультета университета Тэдзукаяма: «Хочу приобрести много знаний, чтобы чувствовать больше и глубже». Иными словами, сегодня по-прежнему можно наблюдать признаки существования того свойства японской души, которое выдающийся исследователь японской литературы и культуры Н. И. Конрад, рассматривая особенности эстетического сознания японцев в эпоху Хэйан<sup>18</sup>, называл «эмоционализмом». Об этом свидетельствуют тенденции в развитии литературы и искусства и роль, которую они играют в жизни японцев.

<sup>18</sup> Эпоха Хэйан – 794–1185 гг. – эпоха наивысшего расцвета японской культуры

---



---

## ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ

### ЯПОНСКОЕ ОБЩЕСТВО

#### В МИРЕ *анимэ* И *манга*

Анимация и комиксы, телевизионные драмы и кинофильмы, поп- и рок-музыка, мода и реклама, а также другие образцы массовой культуры – все то, что сегодня является важной составляющей духовной жизни японского общества и имеет большую армию поклонников и настоящих фанатов в других странах, вряд ли могло ассоциироваться с Японией несколько десятилетий назад. Большую часть прошлого столетия на страницах газет и журналов Япония представляла перед всем остальным миром в ином виде. В первой половине века – она была одной из самых экзотических стран Востока: воинственные самураи, загадочные гейши и аскетические дзэн-буддистские монахи. В другой, более поздний период Япония являлась символом неудержимого экономического роста и дерзкой технической мысли.

О массовой культуре Японии в мире знали мало. При всей популярности и довольно большом коммерческом успехе внутри страны она долгие годы практически не была известна за рубежом. До сих пор в представлении многих иностранцев Япония все еще таит в себе определенный парадокс, являясь признанным лидером в области новейших технологий и носителем патриархальной культуры.

Как бы стремясь разрешить это противоречие, японцы открыли миру интереснейшую и самобытную массовую культуру<sup>1</sup>, которая в настоящее время стремительно проникает в другие страны и привлекает все большее внимание, как их населения, так и иностранных специалистов и журналистов. Сейчас написано почти 200 монографий на эту тему. Около 50 крупнейших университетов мира организовали специальные курсы по изучению массовой культуры Японии.

<sup>1</sup> Поскольку понятие «массовая культура» включает в себя много дефиниций, в настоящей главе объектом рассмотрения являются отдельные направления художественной массовой культуры.



И это не случайно по двум основным причинам. Во-первых, массовая культура, прежде всего американская, ведет к серьезной психологической и культурологической трансформации японского общества. Начиная с середины 60-х годов прошлого века, она формирует качественно новое сознание молодого поколения. Понимание современной Японии невозможно без правильного восприятия происходящих культурных трансформаций. Во-вторых, собственно японская массовая культура, имеющая свои уникальные параметры и особенности, все шире вторгается в культурное пространство мира и так же, как американская, начинает формировать вкусы и пристрастия нового поколения на Западе и на Востоке. Причем этот процесс не имеет какой-либо одномерной географической направленности, а охватывает многие страны и регионы.

В чем же суть данного культурного феномена? Ответ на этот вопрос далеко не однозначен. Прежде всего, массовая культура – понятие довольно широкое, с весьма размытыми границами, что определяет множественность и неоднозначность подходов и точек зрения на ее сущность и пути развития. При этом японская массовая культура – конгломерат традиционного и нового, национального и иностранного, разных жанров, разных уровней. Все это помножено на последние достижения новейших технологий и на известное трудолюбие японцев.

Сегодняшняя Япония – это страна с высокоразвитой экономикой и технологией, с высоким уровнем образования и потребления, с большими социальными достижениями и т. д. Как и все промышленно развитые государства, она пребывает в том состоянии, которое социологи определяют понятием «массовое общество» со всеми вытекающими отсюда социокультурными и иными последствиями. В первую очередь речь идет о психологии «массового человека», формирование которой происходило у большей части населения страны в послевоенное время на фоне стремительного развития экономики под воздействием процессов урбанизации, бюрократизации, информатизации, роста социальной мобильности и т. д.

Эти процессы, происходящие в Японии, весьма сходны с аналогичными процессами в других странах, особенно в США. Однако «массовое общество» Японии в отличие от многих стран Запада ежедневно стоит на перепутье в выборе своей дальнейшей судьбы: защита самобытности или интернационализация (*нихондзинрон – кокусайка*), когда человек объективно поставлен в условия принятия или неприятия новых ценностей, приходящих извне.

В нынешней Японии все чаще заявляют о себе три важнейших негативных социальных тенденции западных цивилизаций. Первая тен-

денция – это аксиологическая трансформация, т. е. отказ от духовных ценностей в пользу материальных. В социальном смысле это ведет к укреплению индустрии потребления и формированию менталитета потребителя, ограниченного кругом материальных, бытовых и чувственных интересов, явно преобладающих над культурными устремлениями. Вторая тенденция – нарастание индивидуализма, вызывающего укоренение личного интереса и личного блага вопреки интересам общества. Третья тенденция – вытеснение истинной духовной культуры «массовой культурой», что наряду с другими причинами связано с необходимостью, возникающей у большей части работающего населения страны, получить какую-то разрядку от постоянного физического и психологического перенапряжения на службе и в быту. И вполне закономерный выход из подобного состояния – потребление облегченного, развлекательного искусства, тем более что число разнообразных «отраслей развлечения» неуклонно возрастает. В этих условиях отчетливо проявляется характерная для многих промышленно развитых стран тенденция превратить культуру в одну из отраслей бизнеса, воспитать потребительское отношение к ней в массах, организовав тем самым перспективный спрос на нее.

Одновременно, как и все развитые страны мира, Япония остро ощутила на себе всестороннее наступление массовой культуры извне. Еще в начале 60-х годов специалисты с тревогой заговорили об активном проникновении в Японию образцов массового искусства Запада, об «американизации» ее культуры. Речь шла, прежде всего, о культурной американской индустрии через каналы массовых коммуникаций, кино и литературу.

На улицах Токио появились юноши и девушки с самым невероятным цветом волос в чудовищных, по понятиям того времени, нарядах. Американские телевизионные программы стали постоянно транслироваться на японских телеканалах, американские фильмы широко демонстрировались в японских кинотеатрах. Повсюду – на концертных площадках, в многочисленных барах – зазвучал американский джаз, уступивший впоследствии место тяжелому року. Эти явления «людям, приехавшим в Японию на 10–15 дней, кажутся настолько всеохватывающими, что они покидают страну, уверенные в гибели ее культуры. Даже такой человек, как Чарли Чаплин, побывав в Японии, сказал, что там «много кока-колы и всего, что с этим связано»<sup>2</sup>.

Процесс «американизации» распространялся не только вширь, но и вглубь, влияя на мышление и поведение людей и приводя, как казалось, к разрушению прежних устоявшихся представлений, заменяя их

<sup>2</sup> Музыкальная жизнь. 02. 09. 1987, № 17, с.3.

новыми мифами и фетишами, приспособленными к запросам рынка. Поэтому правильнее будет сказать, что «американизация» состояла в большей степени в широком внедрении в Японию американских товаров, затем образа мышления, типа поведения, нежели в навязывании культуры как соединения искусства, национальной психологии и т. д. Американское преобладание в отдельных областях японской культуры, прежде всего, свидетельствовало в то время о финансовом, технологическом и торговом превосходстве США. Речь идет о культурной индустрии нематериальных благ, которая предпочитает коммерческие ценности духовным.

Развитие массовой культуры западного типа, казалось, искоренило у определенной части населения Японии всякий интерес к собственным традициям, сделав национальное искусство достоянием ограниченного круга любителей и знатоков. Японцы все чаще и настойчивее стали заявлять о том, что увлечение искусством *икэбана*, занятия воинскими искусствами и многое другое, чем жили многие поколения их соотечественников, в повседневной жизни безвозвратно уходит в прошлое, становится уделом лишь небольшого числа любителей старины и профессионалов, уступая место новым культурным реалиям и образцам из арсенала так называемой массовой культуры.

Тем не менее, культурное воздействие Европы и Америки на Японию до сих пор остается в значительной степени поверхностным. Япония, будучи страной с богатыми культурными традициями, никогда не порывала со своим прошлым. Огромное влияние этих традиций на жизнь японского народа сохраняется и в наши дни.

Как показывает исторический опыт, японцы всегда старались перенять из-за рубежа то, что отвечало их традициям, отвергая все то, что им противоречило. Современная Япония, разделяя с ведущими странами все проблемы массового общества, в то же время сохраняет много традиционных черт, делающих своеобразным как сам процесс развития массового общества, так и порожденную им массовую культуру.

Весь парадокс состоит в том, что массовая культура имеет в японской среде достаточно благоприятную почву для широкого распространения. Это – национальный менталитет, который основан на принципе группового сознания, и традиционные формы художественной коллективной деятельности. Совместное любование природой, многочисленные национальные праздники, стихотворные, песенные и иные конкурсы, групповое воспитание – все это, с одной стороны, формы организации и усвоения культурной традиции, а с другой – проявление самой культурной традиции как естественной чувственно-мыслительной формы воспитания эстетического сознания.

Японская массовая культура охватывает жизнь человека во всех ее проявлениях, не стараясь приукрасить действительность и умышленно облагородить героев, и лишь в самой малой степени ограждает общество от соприкосновения с малопривлекательными сторонами жизни. Такой подход связан с базисной мировоззренческой основой – оптимистическим взглядом на человеческую природу. Подобное отношение всесторонне культивируется буддистско-синтоистской ментальностью.

Как указывал итальянский исследователь Фоско Марайни: «Японцы как на работе, так и на отдыхе наслаждаются просто наслаждаются полнотой бытия. Никакие терзания, связанные с воспоминаниями о каком-либо первородном грехе на уровне коллективного подсознания, не нарушают их сон. Нет потребности в психиатрах и врачах. Мир прекрасен, человек – бог, работа хорошая, здоровье в порядке, фрукты вкусные, секс приятен, и даже война – благо в случае победы»<sup>3</sup>.

С подобными взглядами все попытки подвергать цензуре или воспитывать, «облагораживать» людей скорее обречены на провал, чем в тех обществах, где бытуют противоречивые суждения о человеческой добродетели. Это позволяет японцам изображать мир и человека в нем такими, каковыми они являются, а не такими, какими они должны казаться. Так, например, любимые в Японии персонажи многих комиксов (*манга*) и анимационных фильмов (*анимэ*), кинофильмов и телевизионных драм предстают не только ловкими и мудрыми. Их создатели не стремятся скрыть тайные и не всегда чистые помыслы своих персонажей, не боятся помещать последних в комические ситуации и даже обнажать в прямом и переносном смысле.

Таким выглядит, например, главный герой *анимэ* «Дракон Болл» Каммэ-сэннин – знаменитый мастер старинного искусства и гуру в глазах молодых. Он предстает перед зрителем фантастически ловким и мудрым, но одновременно с этим авторы картины не побоялись показать довольно неприглядные и комические стороны его характера и т. д. Герой другого анимационного фильма – «Сын Гоку» – подается во всей своей простоте и наивности, что подчеркивается полной наготой, как говорится, без «фигового листа», которые пуритане-американцы вынуждены были подрисовать, чтобы продемонстрировать этот фильм у себя в стране.

По-видимому, столкнувшись с такой довольно типичной ситуацией, главный редактор одного из самого продаваемого *манга*-журнала «Сэнэн Джамп» Торисима Кадзухико как-то заметил: «Мне жаль аме-

<sup>3</sup> Maraini Fosco, Japan. Patterns of Community, L., 1972, p.23.

риканских детишек, которые живут в мире Диснея, пропущенного через фильтрацию руками взрослых»<sup>4</sup>.

Вторая характерная черта японской массовой культуры – это ее склонность к позитивизму и идеализму, которые пронизывают множество комиксов, мультфильмов, телевизионных драм и даже видеоигр и т. д. Все они полны идеалистическим мироощущением, наивными чувствами, романтическими порывами и т. д. В результате юные герои живут в атмосфере наивной романтики, переживают любовные страдания, мечтают о героических приключениях во имя благородных целей и т. д.

В современных японских анимационных фильмах достаточно рельефно предстают особенности когнитивной картины мира японцев. Одним из наиболее ярких примеров является анимационный сериал «Покемоны». В этом сериале практически отсутствует стремление положительных героев к власти, к богатству и т. д. Более того, даже если подобное стремление имеет место, оно характеризует отрицательного персонажа, который в конце обязательно будет побежден, осознает всю тяжесть своих заблуждений и непременно станет на путь духовного возрождения. Герой же, как правило, одинок и движим исключительно стремлением к самосовершенствованию. И, наконец, лейтмотивом познавательного процесса японцев является чувственная сфера. В текстах преобладает нагрузка на чувственный канал восприятия, а эмоциональные взаимосвязи и переживания персонажей играют роль, значительно более важную, нежели развитие сюжетной линии.

Так, журнал «Сэнэн Джамп» провел опрос среди молодежи. В частности, молодым людям предложили назвать слово, которое «сильнее всего согревает их душу», вещь, которую «они считают самой главной и которая делает их счастливыми». Ответы были следующие: дружба (*юдзэ*), усилия (*дорёку*) и победа (*сёри*). Эти слова стали основным критерием в выборе сюжетов для публикации в этом журнале<sup>5</sup>.

Все это представляет разительный контраст по сравнению с современной американской массовой культурой с ее довольно ярко выраженными чертами рационализма, цинизма, нигилизма.

Третья черта японской массовой культурной продукции – это близость к повседневной жизни. Американский художник – составитель комиксов Бриан Стелфиз отмечает: «Комиксы в США превратились в какую-то карикатуру. Нам нужны неправдоподобные герои»<sup>6</sup>. Герои японской массовой культуры – *манга*, *анимэ* и телевизионной драмы – демонстрируют противоположные качества. Они наделены, как поро-

<sup>4</sup> The Nikkei Weekly. 17. 02. 1997, p.1.

<sup>5</sup> Schodt Fr. L., Dreamland Japan: Writings on Modern Manga, Berkeley, 1996, p. 198.

<sup>6</sup> Ibid., p. 28.

ками и слабостями, так и положительными и сильными чертами характера. Герои анимационных лент «Дораэмон», «Красавица-воин Сейлор-Мун» и других, – на первый взгляд, ленивые, безвольные, нерадивые в учебе и неудачники в любви, не способны постоять за себя в споре и т. д. И в то же время они в ответственные минуты демонстрируют и силу, и ум, и удача тоже на их стороне. Но их слабые стороны, возможно, более важны для развития сюжета и для понимания характера. Дело здесь не только в поиске комического начала для того, чтобы произведение было пронизано юмором. Они придают характеру персонажа черты правдивого, человеческого начала и вызывают доверие у читателя или зрителя.

Создатель «Дораэмон» Фудзимото Хироси подчеркнул: «Вы не можете рисовать комиксы для детей через призму восприятия взрослых и создавать то, что, по вашему мнению, понравится детям. Вы должны создавать то, чем в реальности наслаждаетесь сами. Тогда и им это покажется занимательным. Вы должны смотреть их глазами, другими словами, встать на их место. Я догадываюсь, что во мне все еще сохраняется частичка ребенка, который отказывается взрослеть. И я несказанно счастлив тем, что мне хочется рисовать то, что нравится детям»<sup>7</sup>.

Следующей чертой произведений японской массовой культуры является набор стандартных тем. Самой востребованной из них является тема «человеческие отношения». Это закономерно для японского общества, где большое значение придается особенностям группового сознания, поиску путей для гармонизации межличностных отношений. Здесь – и вопросы урегулирования производственных конфликтов, и взаимоотношения одноклассников, коллег, друзей и, конечно же, соперников. Эти проблемы – многогранны, они рождают много сложных и противоречивых эмоций, а потому вызывают большой интерес и сопереживание. Создатели *анимэ*, телевизионных драм активно используют эти темы в своих произведениях.

Еще одна излюбленная тема – «работа». Во многих *манга*, *анимэ* и телевизионных драмах она воспринимается не просто как средство существования, ей придается гораздо большее значение. Работа – смысл жизни их героев. Правда, в последние годы на передний план выдвинулась проблема выбора между карьерой и семьей, что отражает современные процессы, затрагивающие японское общество.

Большинство сюжетов *манга*, *анимэ* и других жанров массовой культуры посвящено борьбе с обстоятельствами. И достижение победы порой не столь важно по сравнению с силой и мудростью, которые

<sup>7</sup> Ibid., p. 89–90.

приобретены в процессе борьбы. Особо превозносятся такие человеческие качества, как физическая и духовная сила, терпение, стойкость и т. д. Это хорошо показано в характере Сан Гоку из ленты «Дракон Болл», боевые качества которого не даны от рождения богом, а явились результатом физического и психологического тренинга.

Многие народы боятся потерять свою «идентичность» при заимствовании каких-либо элементов из других культур. В Японии такого страха нет. В японском «фэнтези» можно встретить не только японо-китайских оборотней, но и европейских эльфов и гномов. В одном «фэнтези» есть даже советский танк. Однако никакой идентичности это не угрожает, напротив, эльфы становятся японками, гномы – японцами, а танки – вполне национальными кошками-призраками. Даже когда авторы *манга* или *анимэ* стремятся создать нечто «совершенно европейское» или «абсолютно американское», у них получается «свое, национальное». Именно поэтому их художественные эксперименты не разрушают культуру, а дополняют ее, расширяют набор приемов и идей.

На сегодняшний день своеобразным мейнстримом японской массовой культуры, бесспорно, является индустрия создания *манга* и *анимэ*, безусловно, самая развитая и разнообразная в мире, при этом во многом отличающаяся от других национальных культур. Так как эти два жанра неразрывно связаны между собой, то, пожалуй, стоит рассматривать их как единое целое. Кстати заметим, что значительная национальная комикс-анимационная культура, кроме Японии, существует только в США и Франции. Но даже в этих странах не уделяется такого внимания комиксам и анимации, как в Японии.

О широком распространении в Японии комиксов писал еженедельник «Тайм» еще в середине 80-х годов. По выражению автора статьи С. Тифт, «в послевоенный период комиксы стали в Японии “национальным увлечением”: в 1983 г. они уже составляли более четверти общего тиража книг и журналов (4,7 млрд. экз.), а число их регулярных читателей превысило 30 млн. человек»<sup>8</sup>.

Комиксы читают везде: в электричке и дома, на перемене в школе и в обеденный перерыв. Читают все – мужчины и женщины, школьники и студенты, клерки и профессора. Полки для комиксов отведены практически в каждом книжном и в круглосуточном магазине сети «конвиниенс». В Японии существуют даже комикс-кафе. Одним словом, чтение *манга* является одной из самых дешевых и доступных форм досуга, а для крупных издательств – это к тому же и огромные прибыли.

<sup>8</sup> The Time. 11. 02. 1985, p.42.

Неужели все японцы настолько инфантильны? Или, может быть, комиксы настолько интересны? Почему японцы так их любят? Чтобы ответить на этот вопрос, следует исходить из того, что *манга* в Японии во многом отличается от своих западных аналогов как формой и содержанием, так и предназначением.

В большинстве случаев *манга* – это сериалы с продолжением, которые публикуют в газетах или чаще в еженедельных или ежемесячных журналах. Обычный объем сериала в еженедельном журнале – 15–20 страниц. При этом встречаются и короткие *манга*-рассказы, которые представляют собой четыре кадра по вертикали (как правило, с сильно стилизованным рисунком, часто юмористического содержания). Однако основная часть комиксов выходит в виде специальных журналов. Одних только названий этих журналов, по данным 2003 г., насчитывалось 291 (228 – для взрослых и 63 – для детей)<sup>9</sup>.

Наиболее популярные рассказы в картинках переиздаются в виде отдельных томов – *танкобон*, которые, как правило, выходят в мягкой обложке и содержат около 200 страниц. Только в 2003 г. выпуск таких книг пополнился 185 новыми названиями и составил в общей сложности 10014 тыс. экземпляров.

Начиная с 1991 г. доля журналов и книг – комиксов – в общем объеме продаж печатной продукции составляет свыше 35% (для сравнения в США – 7%). В 1993 г. молодежный еженедельник *манга* «Сё-нэн Джамп» побил рекорд популярности. Он вышел самым крупным тиражом за всю историю журнальной индустрии – 6480 тыс. экз. Кстати говоря, книги комиксов традиционно не вносят в списки бестселлеров, но многие из них выходят тиражами в сотни тысяч экземпляров. Например, в 1994 г. тираж первого издания 22-х томов книги «Утка Слэм» составил 2,5 млн. экземпляров.

В отличие от других стран, где основными потребителями комиксов являются дети, <sup>3</sup>/<sub>4</sub> издающихся в Японии журналов-комиксов предназначены для взрослых. Каждый такой журнал ориентирован на определенную аудиторию, например, на мальчиков-подростков, интересующихся фантастикой. Диапазон поклонников таких журналов варьируется от малышей (для них печатаются *манга* без подписей) до мужчин и женщин среднего возраста. Уже есть эксперименты в области *манга* для пожилых японцев. Естественно, такое разнообразие вкусов любителей комиксов породило целое множество стилей и жанров: от символизма до фотореализма, от сказок до философских произведений и школьных учебников.

<sup>9</sup> Дзёхо мэдиа хакусё 2005 (Белая книга по информации и средствам массовых коммуникаций). Токио, 2004, с. 63.

Наиболее сильны различия между женскими и мужскими журналами. Специальные комиксы для женщин ориентированы на читательниц старше 20 лет, в основном домохозяйки. Они занимают примерно такую же нишу, что и любовные романы на Западе, от которых мало чем отличаются по содержанию. «Женщины сыты по горло депрессивными реалиями, – заявила в свое время лидер феминистского движения в Японии Тэруока Ёситака. – Им необходим уход в фантазию. Они слишком устают, чтобы читать книги, а телевидение слишком скучно. Логическим выбором являются женские комиксы. Составлением комиксом занято 3 тыс. профессиональных женщин-художниц. Как считает одна из них, комиксы в Японии сегодня являются таким же оказывающим огромное влияние фактором, каким некогда на Западе была рок-музыка»<sup>10</sup>.

Самой большой популярностью в Японии пользуется *манга* для юношей. Причем этот жанр не только ориентирован на юношескую аудиторию, но таким же спросом пользуется среди взрослых и девушек-подростков. Главный герой – красавец-юноша, в решающие минуты проявляющий мужество и стойкость, встречается практически во всех жанрах *манга* и *анимэ*. Для девочек в возрасте от 6 до 18 лет *манга* создаются, как правило, художниками-женщинами. Некоторые отличительные черты таких *манга* – меньше действия, но больше романтических образов, атмосферы, настроения.

Сегодня примерно четверть всей продукции *манга* составляет жанр *хэйтэй*, включающий в себя сексуальные и эротические мотивы. В буквальном переводе слово «*хэйтэй*» означает «неправильный», «извращенный», а в последнее время преимущественно – «извращенный секс». «Н» – сленговое сокращение для *хэйтэй* – относится к любым сексуальным проявлениям в *манга*. Степень сексуального извращения в любой *манга* иногда описывает как его «Н»-фактор. Демонстрация секса или эротики в *манга* называется «эро-*манга*», или «Н»-*манга*.

Наиболее заметным фактором столь огромного роста популярности комиксов в Японии является их визуальность. Японский читатель за 20 минут прочитывает толстый журнал *манга* (320 стр.). Из этого видно, что *манга* – это своего рода «рассказ», в котором кадры и картинка не более чем слова. *Манга* сродни иероглифам. Картинка – это тоже наделенный смыслом письменный знак. При этом есть неписанный закон этого жанра – *манга* практически всегда черно-белая, в цвете рисуются только обложки и отдельные иллюстрации.

<sup>10</sup> The Time. 11. 02. 1985, p.42.

Художественный язык *манга* включает в себя различные виды символов, которые условно можно разделить на конкретные и абстрактные. Конкретные символы чаще связаны с обыденными представлениями и привычками японцев и не всегда могут быть понятны для неподготовленного читателя. Например, символ гнева – стилизованная крестовидная морщина на лбу. Этот символ перекочевал из *манга* на телевидение: в комических телешоу он дорисовывается на лбу у живых людей.

Но есть и абстрактные символы, форма которых может варьироваться, а смысл множествен и понятен всем. Например, величина букв реплики может означать крик, специфические виды шрифта ассоциируются с определенной интонацией. Очертания взрыва вокруг головы обозначают догадку, черный фон – печаль и одиночество и т. д.

*Манга* как выразительное средство находится в ряду таких видов медиа, как кино, телевидение и т. д., но в отличие от них обладает редкими возможностями. Книжка и журнал *манга* легко умещаются в сумке или кармане, и они бывают весьма кстати в моменты вынужденных пауз. Но самое главное, учитывая перенаселенность и повседневную толчею современных мегаполисов – *манга* можно рассматривать в одиночестве, не мешая и не нервируя окружающих. Главная цель большинства молодых авторов этих комиксов – развлечь читателя и получить неплохой доход. Вот почему абсолютное большинство из них, потворствуя невзыскательным вкусам многих любителей *манга*, часто обращается к столь популярным темам секса и насилия.

В западной, особенно американской, индустрии комиксов преобладает коллективное производство, основанное на совместной работе большого числа дизайнеров, прорисовщиков, сценаристов, где автора как такого не существует. *Манга* же – более индивидуальное, а потому более свободное искусство, что позволяет работать в этой сфере как профессионалам, так и любителям.

Безусловно, среди создателей *манга* есть много талантливых авторов, которым принадлежат произведения, поистине достойные большой литературы. К их числу по праву относят Тэдзука Осаму, внесшего большой реформаторский вклад в создание современной *манга*. Принято считать, что японские создатели комиксов взяли за образец западную художественную форму, соединили ее с традицией иллюстрированного рассказа и юмористическими рисунками, внесли свои оригинальные идеи и тем самым дали рождение этому жанру. Исследователь Фредерик Шодт назвал *манга* «полностью оформившимся художественным медиумом наравне с новеллами и фильмами»<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> The Daily Yomiuri. 11. 12. 1996.

Современные японские комиксы по сравнению с американскими аналогами отличаются внушительный объем, доходящий до нескольких тысяч страниц. Это позволяет более детально разработать, усложнить и обогатить сюжетную линию, а также глубоко раскрыть характеры; активно использовать смену ракурсов и различные оптические эффекты с помощью техники, которая позднее получила название «кинометод» и т. д. Все эти нововведения, которые ввел Тэдзука Осаму, помогают художнику придать особую силу визуального воздействия и эмоциональную глубину своему повествованию, порождают большую разновидность стилей.

Десятки *манга* стали классическими образцами, пополнив мировой «золотой фонд» этого искусства, например, *манга* «Феникс», автором которой является знаменитый Тэдзука Осаму. Другая классическая *манга* – «Босоногий Гэн» Накадзава Кэйдзи – весьма эмоциональное повествование об атомной бомбардировке Хиросимы, которое потрясает, прежде всего, своей реалистической графикой.

*Анимэ* также занимает одно из лидирующих мест в японской массовой культуре. Достаточно сказать, что Япония – единственная страна в мире, которая выдвинула полнометражный мультфильм на получение Оскара в номинации «лучший иностранный фильм».

Как и в случае с *манга*, реформирующую роль в истории *анимэ* также сыграл Тэдзука Осаму, который предложил отказаться от бессмысленного соревнования с полнометражными фильмами Уолта Диснея и перейти к созданию телесериалов, превосходящих американские не по качеству изображения, а по привлекательности для японских зрителей.

Сериальной анимации свойственно экстенсивное развитие действия (усложнение сюжета, постоянное введение новых персонажей), а полнометражной анимации – интенсивное (упрощение сюжета). Сериалы диктуют свои законы – японские создатели *анимэ* в меньшей степени, чем мультипликаторы других стран, склонны к техническим экспериментам, зато уделяют много внимания созданию привлекательных и интересных образов персонажей (отсюда важность качественного озвучивания) и разработке сюжета.

Большая часть *анимэ* сегодня рассчитана на детей и подростков, что вовсе не исключает большого зрительского интереса к рисованным персонажам и со стороны других возрастных групп. Аудиторию средних лет завоевывает «семейное *анимэ*», которое дети смотрят вместе с родителями.

Созданием *анимэ* занимаются сравнительно небольшие студии, которые финансируются различными спонсорами (телевизионные каналы, корпорации по выпуску игрушек, издательства *манга*). Обычно

такие студии возникают вокруг нескольких выдающихся творцов. Особенно высоко на Западе ценятся работы Миядзаки Хаяо и Отомо Кадзухико за их красоту и реализм характеров.

Японские режиссеры и сценаристы относятся к своей работе более серьезно, чем их американские коллеги. Правда, в Японии известные режиссеры нередко снимают одновременно и кино, и *анимэ* (например, Осии Мамору и Анно Хидэаки). Причем именно неигровое кино приносит им, как правило, наивысшие рейтинги. Не только режиссеры, но и многие талантливые японские актеры, которые бы в других странах предпочли заявить о себе в мире «настоящего кино», с самого детства мечтали озвучивать *анимэ*. Образы рисованных героев зачастую интереснее, глубже и оригинальнее живых персонажей.

При этом анимация создается как элемент более масштабного концептуального проекта, в рамках которого объединяются продажи различных видов продукции – книг, комиксов, видеокассет, игрушек и т. д. Достаточно сказать, что в самой Японии и за ее пределами вполне обычной является ситуация, когда основные прибыли дают продажи сопутствующих товаров. Важным понятием коммерческой анимации является формат – способ ее представления зрителю и соответственно способ извлечения прибыли из ее показа или продажи. Здесь выделяется телесериал, видео-анимация и полнометражный фильм. Телесериал демонстрируется по общедоступным, кабельным, спутниковым и другим телевизионным каналам.

Интересно, что именно *анимэ* обязаны своей популярностью в 70-х годах и такие сравнительно новые направления японской массовой культуры, как рок- и поп-музыка. Песня, написанная для анимационного сериала «Макросс», стала первой японской мегапопулярной поп-песней. В отличие от западной анимации в японском *анимэ* музыка может быть весьма сложной и иметь самостоятельную художественную ценность. Достаточно сказать, что выпуск *анимэ* может сопровождаться выходом компакт-дисков с саундтреком. Например, к сериалу «Красавица-воин Сейлор Мун» было выпущено 28 компакт-дисков.

При этом визуальная составляющая шоу и клипов не менее, а порой, и более важна, чем собственно музыкальное исполнение. Это вызвало к жизни особый стиль, впоследствии названный Visual Rock. Считается, что этот стиль зародился под влиянием театра Кабуки с его весьма оригинальными и колоритными декорациями, пышными костюмами, использованием пиро- и светотехники и т. д. Ярким воплощением всех этих особенностей в музыкальном движении явилась группа «Malice Mizer».

Абсолютное большинство японских поп- и рок-исполнителей работают на рынок с ориентацией на то, что ожидает и хочет услышать

массовый слушатель. Парадокс состоит в том, чтобы стать популярным или прославиться музыкант вовсе не должен никого удивлять и предлагать что-либо новое и оригинальное. Напротив, он должен быть как можно больше похож на некий уже созданный кем-то другим стандарт. Ключевым понятием современной японской музыки является слово «идол». «Идол» – это внешне привлекательные певец или певица, обладающие приятным мелодичным голосом и поющие эстетически красивые песни, которые удобно исполнять *караокэ*. Именно так выглядит типичный популярный исполнитель в Японии.

При этом в видеоклипах молодые звездочки («идолов») часто загромированы в анимэ-стиле. Кстати говоря, актеры на сцене и, особенно, в телесериалах также часто играют в анимэ-стиле. Это же характерно и для влияния *анимэ* за рубежом. Так, братья Вачовски, создатели «Матрицы», неоднократно признавались, что ставили себе задачу воспроизвести в «живую» стиль японского анимэ-киберпанка (прежде всего, анимэ-фильма «Призрак в доспехах»). Если в остальном мире анимация «паразитирует» на кино, то в Японии ситуация обратная.

Сегодня и японский игровой кинематограф полностью взял на вооружение эстетику, сюжетные линии и даже монтажные и композиционные особенности *манга* и *анимэ*. Достаточно вспомнить нашумевший фильм Миикэ Такэси «Кинопроба», который сравнивают с «насыщенным концентратом из штампов *анимэ*». Первый же фильм такого рода «Токийский кулак» был снят в полном соответствии с канонами японской анимации.

Характерная черта традиционного японского искусства состоит в том, что сценический персонаж является почти аналогичным неигровому (рисованному, кукольному). Не в этом ли заключается основной секрет традиционных *манга* и *анимэ*? Если в западных мультфильмах и кукольных постановках серьезная жизненная тематика по сей день выглядит экспериментом, то для японской культуры характерен почти равный статус игрового и кукольного театра, игрового и анимационного кино. Японцы в равной степени доверяют живым и рисованным персонажам. Скажем, в средневековой Японии пьесы, первоначально написанные для кукольного театра Дзёрури, позднее стали использоваться актерами в театре Кабуки.

Однако актеры все равно проигрывают аутентичным рисованным персонажам. «В них нет ни грамма того инфантильного, невинного очарования, той гиперреальной и одновременно усредненной красоты, которые и привлекают к *анимэ* миллионы зрителей»<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> <http://asiatimes.narod.ru>

Вообще, японский игровой кинематограф по своей популярности сегодня явно уступает анимации. Кинематографический этап в развитии японской массовой культуры остался в далеких в 50-х годах, когда ежегодно в стране производилось более 500 художественных лет. Именно в те годы кино стало крупным деловым предприятием, при помощи которого множество неудовлетворенных жизнью людей стали грезить об осуществлении своих надежд. Кинофильм не ставил своей задачей научить их двигаться вперед, предпринимать активные действия для решения стоящих перед ними проблем. Он задался целью дать им мечту, которая сама по себе была бы привлекательна по сравнению с реальностью, чтобы зрители снова и снова возвращались в кинотеатр с желанием помечтать еще несколько часов.

Эта найденная в кино формула счастья, одновременно делающая большие деньги, оказалась весьма прочной и вскоре распространилась на другие виды массового искусства. Даже серьезные романы и драмы, пройдя сквозь «жернова» кино, превращались в нечто совсем на них непохожее, но при этом были нацелены на то, чтобы отвечать мечтам неудовлетворенного и незрелого ума.

Сегодня японский кинематограф в значительной степени сменил свои ориентиры: основная «ставка» делается на зрелищность любым путем. Отсюда проистекает явное пристрастие японских кинематографистов к культуре секса и жестокости, к стиранию границ между добром и злом и т. д. Современное японское кино привлекает к себе всеобщее внимание своим демонстративным вызовом нашим привычным представлениям об этой стране и ее жителях.

Одним из первых зарубежную публику поразил своим откровенным натурализмом и довольно изощренной эротикой японский режиссер Осима Нагиса, показав ставшую теперь уже культовой киноленту «Коррида любви». Эти же принципы он попытался распространить и на исторический сюжет, создав вслед за этим фильм с весьма символическим названием «Табу», впервые заостривший проблему гомосексуальных отношений в среде самураев.

Другой знаковой фигурой японского кино стал Куросава Киёси. После выхода фильма «Харизма», отмеченного рядом премий, он снял киноленту «Сиге», которая принесла ему международную известность. Фильм сделан замечательно, но смотреть его трудно – слишком много крови. При этом у Куросава Киёси не было намерения сделать фильм ужасов. Скорее это – мрачный триллер со скрытой концовкой. Видимо, Куросава так воспринимают современную Японию.

Новой сенсацией подобного рода стал уже упоминавшийся фильм Миикэ Такэси «Прослушивание», впервые показанный на Роттердам-

ском кинофестивале в 2000 г. (на наших экранах демонстрировался под названием «Кинопроба»). Но если «Кинопроба» – кинолента, которая была воспринята как шокирующая, возможно, из-за своего необычного сочетания эротики и жестокости, то следующий его фильм «Город потерянных душ» – это обычный для современного японского и корейского кино красочный боевик. Каждый кадр выстроен фантастически красиво, каждый трюк продуман до мелочей и, безусловно, эффектен, но сюжет в целом не слишком занимает режиссера.

До сих пор в японском кино сохранился странный парадокс: фильмы, получившие высокую оценку у японских зрителей, не имеют столь же широкой популярности за пределами страны, и наоборот. Причина – особенности национального менталитета и культурных традиций.

Наиболее отчетливо это противоречивое явление впервые проявилось в творчестве Куросава Акира. Будучи неоспоримо признанным кинематографическим мэтром на Западе, он получил заслуженную оценку в своей стране только спустя многие годы и лишь после своей смерти. С этой проблемой, хотя и в меньшей степени, постоянно сталкивается и прославленный Китано Такэси, который назван в России самым популярным японским режиссером.

Он откровенно заметил в одном из своих интервью: «Взять мой фильм “Сонатина”. Он был отправной точкой моей международной карьеры. Когда “Сонатина” была выпущена в Японии, она шла на широком экране едва ли несколько недель. Только спустя годы я узнал, что какой-то европейский фестиваль дал “Сонатине” свой главный приз. Японские дистрибьюторы фильма не сообщили мне об этом: им очень не понравилось, что фильм, который они фактически проигнорировали в Японии, был так хорошо принят в Европе»<sup>13</sup>.

Феномен Китано – человека со сложной судьбой и своеобразным подходом к творчеству – пока еще ждет своей разгадки. Он всегда ведет повествование как бы отстранено, никогда не симпатизирует никому из героев, даже если сам исполняет его роль. Все события его фильмов происходят просто и неожиданно, без голливудского пафоса, без долгих предисловий и объяснений. Что-то происходит лишь потому, что так должно было произойти, и у зрителя не возникает в этом ни тени сомнения. Главные герои его фильмов – это люди, всегда исполняющие свой долг, потому что иначе они просто не могут. В своих фильмах Китано Такэси часто сам исполняет главные роли. Его неподвижное лицо и неестественная походка придают героям какую-то таинственность и демонизм.

<sup>13</sup> Газета. 16. 01. 2003.

Бывший комик, чьи лицо и тело были изуродованы в автокатастрофе, Китано снимает очень жесткие и драматичные боевики. Но вместе с тем, известный своими кровавыми историями, он создал живописный фильм о трагической любви – «Куклы». Все три новеллы в фильме основаны на сюжетах знаменитого японского драматурга эпохи Эдо, написавшего большое число пьес для кукольного театра Бунраку – Тикамацу Мондзаэмон. Правда, его истории придан современный антураж. Герои, ряженные в восхитительные костюмы от всемирно известного японского кутюрье Ямамото Ёдзи, терзаются высокими страстями на фоне пейзажей небывалой красоты. Содержание фильма, его сюжет – весьма традиционны. Естественно и логично, что в начале и конце картины появляются куклы театра Бунраку. Фильму придана довольно сложная форма: еще на этапе монтажа режиссер стремился к тому, чтобы «перемешать все сцены между собой». «Все, что я пытаюсь сделать здесь, – передать то, что я думаю о времени»<sup>14</sup>.

Реакция японцев на этот фильм была аналогична реакции международного зрителя, видевшего «Кукол» на премьере в Венеции, – четкое разделение на две группы: одни любят, другие ненавидят. Но даже те, кто оказался на стороне Китано, затрудняются ответить, что именно понравилось в этом фильме. «Им нравится скорее то, как фильм действует на них, а логически объяснить не могут, за что они любят или ненавидят его. Разве что скажут: красивые цвета, пейзажи и все такое»<sup>15</sup>.

Не только работы Китано, но и многие другие японские кинофильмы привлекают к себе иностранных зрителей, прежде всего, своей визуальной изысканностью, которая при этом часто уживается с инфантильным содержанием. И, по-видимому, можно с полным основанием утверждать, что одной из составляющих современного японского кинематографа является своего рода нарочитая детскость. Героями многих картин являются дети (если не по возрасту, то хотя бы в душе).

Японский кинематограф сегодня отчаянно продолжает бороться за своего зрителя, с одной стороны, стараясь отвоевать культурное пространство у потеснившей его анимации, а с другой – безнадежно пытаясь взять реванш в конкуренции с телевидением. Если в 1996 г. число посетителей кинотеатров составило 119 575 тыс. человек, и на каждого жителя страны приходилось примерно 0,957 просмотров кино в год, то в 2003 г. эти показатели увеличились соответственно до 162 347 тыс. и 1280<sup>16</sup>. Заметно выросло число кинотеатров: с 1747 в

<sup>14</sup> Газета. 10.01.2003.

<sup>15</sup> Там же

<sup>16</sup> Эйга нэнкан. 2005, Токио, 2004, с.21.



1994 г. до 2681 в 2003 г. Экспорт японского кино в другие страны увеличился с 23 420 тыс. долл. в 1994 г. до 69 570 тыс. долл. в 2003 г.<sup>17</sup> Вместе с тем среди способов проведения досуга кино в настоящее время занимает 12-е место, уступая таким занятиям, как поход в рестораны (первое место), езда на автомобиле (второе), путешествие по стране (третье), караоке (четвертое), просмотр видео, CD (шестое место) и т. д.<sup>18</sup>

Но, несмотря на довольно впечатляющие показатели, японская киноиндустрия безнадежно проигрывает такому «монстру» масс-медиа, как телевидение, которое, начав свои прямые трансляции в 1953 г., практически вытеснило широкую публику из залов кинотеатров в свои дома – к голубым экранам. Если взять только данные о пользователях программ японского государственной радиовещательной корпорации Эн-Эйч-Кэй, то их число с 26 545 тыс. в 1975 г. возросло до 37 274 тыс. в 2000 г., в том числе 10 621 тыс. человек являлись обладателями спутникового телевидения<sup>19</sup>.

Японцы оказались самой телесмотрящей нацией в мире. Телевидение ведет свои передачи по 10 базовым и более чем 100 спутниковым и 1200 региональным и местным каналам, достигая объема почти 600 часов вещания в сутки. Считается, что средний японец проводит у домашнего телевизора по три с половиной часа в рабочие дни и до четырех часов и более в выходные дни, дети – от пяти до восьми часов в день. Чем старше человек, тем больше времени он проводит у телевизора, а 35% ежедневно смотрят телевизор по четыре и более часов. 20% зрительской аудитории чувствует себя одиноко и неудобно без включенного телевизора<sup>20</sup>. При этом складывается впечатление, что телевидение в большей степени направлено на то, чтобы отвлечь человека от проблем реальной жизни, обрушив на привыкшую к разжеванной информации голову очередную порцию эмоций и т. д.

Что смотрят японцы? Обратимся к сетке вещания коммерческих каналов, время вещания которого, как правило, превышает 20 часов в сутки. В среднем часовая программа 5–6 раз прерывается двухминутной рекламой, каждая заставка которой длится 15 или 30 секунд. Программа передач таких каналов спланирована с учетом специфики контингента в зависимости от времени суток. Так, перед уходом на работу семья за завтраком смотрит очередную 15-минутную серию ежемесячной «мыльной оперы»<sup>21</sup>.

<sup>17</sup> Асахи симбун. Дзаяпан Аруманакку. 2002, с.20.

<sup>18</sup> Там же, с.26.

<sup>19</sup> Нихон Токэй кёкай Дзаймусё. Токио, 2002, с.317.

<sup>20</sup> <http://petals.oriental.ru>

<sup>21</sup> Там же.

Проводив мужа и детей, домохозяйка в первой половине дня может наслаждаться новостями «желтой телепрессы» и гастрономическими изысканиями. Послеобеденный эфир прореживается такой тематикой, как «По родному краю», «Семья и школа», всевозможными повторами сериалов с тем, чтобы с 18 часов взять старт насыщенного вечернего марафона, приковывающего взоры настоящих телеманов до самой поздней ночи, когда эфир заполняют собой передачи развлекательного характера, предназначенные исключительно для взрослых.

Японское телевидение не обрекает зрителей на односторонние пристрастия: любители спорта могут включаться в баталии любимых команд по набирающему популярность футболу и, особенно, любимому бейсболу. Регулярно в программу включаются *анимэ*. Поклонники музыки часто могут слушать концерты классических произведений. Не сходят с экранов телевизоров выступления японских певцов в традиционном песенном жанре «энка». Раз в неделю вечером каждый канал обязательно показывает один полнометражный фильм.

Два конька эфирного времени всех без исключения коммерческих каналов – викторины и 11–12-серийные еженедельные сериалы. И если викторины, несмотря на все свои изъяны, посредством профессионально подобранных тематических видеоблоков позволяют узнать много нового и интересного о Японии и о мире, то качество сменяющих друг друга сериалов вызывает массу сомнительных эмоций, начиная со сценария и заканчивая игрой актеров.

Самыми популярными жанрами по-прежнему являются семейные теледрамы, гангстерские и самурайские сериалы, где поэтизируются традиционные воинские добродетели: презрение к смерти, жестокость, убийства т. д. Вместе с тем на японском телевидении ставится много телевизионных драм, которые характеризуются драматической напряженностью, захватывающими коллизиями, их отличает великолепная операторская работа, талантливое музыкальное сопровождение, высокопрофессиональный монтаж и т. д.

При этом за последнее десятилетие на японском телевидении все активнее стал протекать процесс «национальной адаптации» наиболее популярных лент зарубежного экрана, что, в свою очередь, является важным фактором формирования иных ценностей, причем действительно в общенациональных масштабах. Приоритет присутствия продукции Голливуда (70–80%) – еще одно доказательство приверженности Японии культурной линии США, являющейся неизменным предметом подражания многих миллионов юношей и девушек Японии. Таким образом, через посредство телевидения происходит постоянный процесс формирования культуры массового потребления, завернутой в

японскую оболочку. Однако, по мнению многих исследователей, японцы больше воспринимают такого рода передачи и программы как некое «временное погружение», не стремясь слишком активно перенести увиденные принципы действий и поведения в свою повседневную жизнь<sup>22</sup>.

В последние годы в крупных городах получает распространение система платного кабельного телевидения. Причем ее пользователи могут заказывать набор принимаемых каналов по своему усмотрению. В ближайшие годы планируется также постепенный переход на принципиально новый вид цифрового вещания, которое зрительно будет восприниматься намного естественней своего аналогового «предка», и др. Все это позволяет говорить о новой эре в истории японского телевидения.

Таким образом, реализация всех возможностей кино, радио и телевидения все еще до конца не исчерпана и в наши дни. Они имеют немалые преимущества перед печатными изданиями хотя бы в силу того, что находятся в распоряжении потребителей практически круглосуточно. Но на сегодняшний день вершиной проявления безграничной власти массовой культуры, становится Интернет.

Массовая культура в Японии стала развиваться намного быстрее, чем в других странах, прежде всего потому, что страна первой в мире полномасштабно вошла в «цифровую эпоху» (Digital Age), когда появление качественно новых носителей информации сделало эту культуру «ежечасной». Если в 2001 г. число пользователей Интернета составляло 48 млн., т. е. 37% населения страны, то сегодня насчитывается уже около 100 млн. человек, которые используют всемирную сеть именно для получения культурно-развлекательной информации. При этом 40% информации, включая музыкальную и видеоряд, молодежь получает через мобильные телефоны (для сравнения в Финляндии, имеющей самое большое число мобильных телефонов на душу населения в мире, эта цифра составляет около 18%). Высокоскоростным доступом к Интернету обладает 32 млн. японцев<sup>23</sup>.

По данным японского рекламного агентства Хакуходо на начало 2001 г., активные пользователи Интернета (те, кто имеет собственный доступ) в Японии проводят в сети в среднем по 89 минут в день. Несмотря на то, что они смотрят телевизор в среднем по 142 минуты ежедневно, на Интернет ими тратится больше времени, чем на чтение газет, журналов и прослушивание радиопередач<sup>24</sup>.

<sup>22</sup> <http://thejapanafq.com>

<sup>23</sup> <http://www.bizon.ru>

<sup>24</sup> <http://www.onliner.ru>

При этом сам мир разделился на противников и сторонников этой «мировой паутины». Сегодня много пишется о негативных последствиях этого нового изобретения человечества, прежде всего, в духовной и интеллектуальной сферах. Но в то же время можно подойти к оценке этого явления и с другой стороны. Да, Интернет – всевластный носитель массовой культуры, но именно в нем эта культура, пожалуй, впервые дает человеку возможность быть самим собой и не уподобляться толпе.

Конечно, в нем есть опасные «популярные» сайты, куда под влиянием моды и стандартизованных вкусов заходят многие. «Опасность» Интернета вылилась недавно даже в групповое самоубийство школьников, которые согласовали все детали подготовки этой страшной трагедии через компьютерную сеть. Но при этом Интернет принес немало позитивного. Имеется в виду то огромное число других электронных страниц, чтение которых позволяет пользователю быть хорошо эрудированным и прекрасно осведомленным во всем, что происходит в мире (по крайней мере, в тех областях, которые его интересуют), не становясь при этом безликой частью этого мира. И в этом смысле можно говорить о том, что Интернет и в более широком смысле все новые информационные возможности придают массовой культуре более мягкие формы, лишая ее своеобразных диктаторских начал.

Вместе с тем многие японские преподаватели и психологи бьют тревогу по поводу широкого распространения как массовой культуры, так и основного современного носителя – Интернета. Особое беспокойство вызывает сегодня замена читательской культуры экранной, где «преобладает не только плоскостное изображение, но и плоскостное восприятие: не идущее вглубь, не разворачивающееся ни в «объемное» представление в сфере мыслительной, ни в соответствующее переживание в сфере чувственной, ибо безостановочная смена кадров ведет за собой внимание, не оставляя времени для размышления, для формирования полноценной глубокой эмоции». Этот экранный тип восприятия формируется не только кино и телевидением, но и комиксами, дисплеем компьютера, который вошел в быт японцев, заменив детям обычные игры<sup>25</sup>.

Распространение в Японии *манга*, по их мнению, имеет своим результатом формирование плоскостного мышления, ибо художественный образ заменяется лишь условной его проекцией, стереотипным обозначением того или иного персонажа. Сама объемность мыслительного процесса сводится к оперированию картинками. «Комиксы могут погубить нацию», – предостерегает японский педагог М. Мацудзава. Он

<sup>25</sup> <http://www.auditorium.ru>

утверждает, что школьники, отдающие свободное время разглядыванию картинок в комиксах, не только теряют навык настоящего чтения, но и разучиваются сами свободно изъяснять свои мысли и чувства, а затем в какой-то степени теряют саму способность глубоко, развернуто мыслить и переживать<sup>26</sup>.

Многие произведения массовой культуры, зрелища принципиально не рассчитаны на активность внутренней работы сознания. А чисто психологическая невозможность адаптации наших механизмов восприятия к быстро сменяющимся раздражителям имеет следствием притупленность ощущений, усталость, потребность в легком развлекательном искусстве. Но если мы в этом случае говорим обычно об эмоциональной глухоте, то применительно к художественно воспитанным японцам это можно было бы назвать, как выразился кинорежиссер Ёсида Хироака, обеспокоенный тем, что Япония делается «нацией бездушных торгашей», «ожирением души»<sup>27</sup>.

Это – одна из причин распространенности жестокости и насилия на улице, дома, в школе, поразившего Японию. Другой причиной является общая стрессовая атмосфера жизни, включая «технострессы». Ее воздействие вызывает, может быть, не адекватные, но агрессивные реакции. Кроме того, усилению агрессивности, а главное, ее «оправданию» способствует культ силы, проповедуемый искусством.

Оценивая влияние массовой культуры на психологию подрастающего поколения, современный автор Сиромачу Акио искренне сетует на то, что детей и подростков «заставляют жить в захлестывающем их половодье антигуманных жизненных ценностей, таких, как преклонение перед деньгами, культ развлечений, культ силы, насаждаемый милитаристской идеологией. Дети и юношество, в которых формируется неспособность наслаждаться универсальностью человеческого богатства, отчуждаются от подлинного развития»<sup>28</sup>.

Разрушительные тенденции современной массовой культуры, безусловно, не смогли не затронуть внутренние основы японской культурно-эстетической традиции: детективы, многосерийные мультипликации о космических роботах-самураях, самурайские боевики, характерный для современной Японии жанр так называемой романтической порнографии, эксплуатируя привычные персонажи и реалии, вступили в противоречие с традиционной японской культурой. Однако само существование этой мощной традиционной культуры, не только не разрушаемой, но бережно охраняемой и, несмотря ни на что, развиваемой,

<sup>26</sup> Там же

<sup>27</sup> Там же.

<sup>28</sup> Сиромачу Акио. Атарасий кёику гидзюцу (Новое искусство обучения). Токио, 1977, с. 63.

выступает действенным противовесом наступлению художественной безликости массовой культуры.

Конечно, среди ее образцов есть посредственные и просто слабые вещи: безумно скучные теле-шоу, растиражированные манга, зачастую с неоправданно раздутыми чертами агрессии и порнографии, и т. д. Однако в каждом из этих жанров есть свои яркие и талантливые работы, а среди их создателей – много выдающихся артистов и художников. Это – создатель манга Торияма Акира, звезды популярного песенного жанра «энка» – Хибари Мисора, Хосокава Такэси и многие другие.

Это указывает на то, что массовая культура – это не обязательно только произведения уровня китча, искусства «второго сорта». Главное ее черта – создание такого культурного подтекста, в котором любое содержание легко типизируется и оказывается легко доступным для восприятия. В отличие от традиционной культуры, не всегда доступной для понимания широкому кругу читателей или зрителей, японская массовая культура, построенная по мировым канонам этого жанра, при всем своем ярко выраженном национальном колорите обладает универсальностью, обеспечивающей ей «доходность» даже в аудитории, весьма далекой от японской культуры.

Особенно успешным является продвижения японской массовой культуры в странах, близких в историческом и геополитическом отношении к Японии. Речь в первую очередь идет об азиатских странах, которые объединяют с Японией этническая близость, полное или частичное совпадение духовных ценностей, вкусов, традиций.

По эффективности своего воздействия за пределами своей страны японская массовая культура сегодня все еще заметно отстает от европейской и, особенно, от американской культуры. Однако это не исключает того факта, что в отличие, например от США, массовая культура Японии оказывается гораздо более развитой и многогранной, благодаря своей богатой древней истории и многовековым культурным традициям.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

## CONTRIBUTORS

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <i>Герасимова Майя Петровна</i>      | кандидат филологических наук,<br>Институт востоковедения РАН                               |
| <i>Денисов Юрий Дмитриевич</i>       | кандидат технических наук,<br>Институт востоковедения РАН                                  |
| <i>Катасонова Елена Леонидовна</i>   | кандидат филологических наук,<br>Институт востоковедения РАН                               |
| <i>Куланов Александр Евгеньевич</i>  | главный редактор, «Японский журнал – japon. ru» и журнал «Будокаи»                         |
| <i>Лебедева Ирина Павловна</i>       | кандидат экономических наук,<br>Институт востоковедения РАН                                |
| <i>Маркарян Седя Багдасаровна</i>    | доктор экономических наук,<br>Институт востоковедения РАН                                  |
| <i>Матрусова Татьяна Николаевна</i>  | кандидат экономических наук,<br>Институт востоковедения РАН                                |
| <i>Молодяков Василий Элинархович</i> | доктор философии,<br>университет Такусёку (Япония)   |
| <i>Молодякова Эльгена Васильевна</i> | доктор исторических наук,<br>Институт востоковедения РАН                                   |
| <i>Паша Вернер</i>                   | профессор университета Дуйсбург,<br>Германия   |
| <i>Тимонина Ирина Львовна</i>        | доктор экономических наук,<br>Институт стран Азии и Африки<br>при МГУ им. М. В. Ломоносова |
| <i>Чугров Сергей Владиславович</i>   | кандидат исторических наук,<br>Институт мировой экономики и<br>международных отношений РАН |

|  |   |
|--|---|
| <i>Chugrov Sergey Vladislavovich</i>   | Ph. D. (History), Institute of World<br>Economy and International Relations,<br>Russian Academy of Sciences |
| <i>Denisov Yuri Dmitrievich</i>        | Ph. D. (Technology),<br>Institute of Oriental Studies,<br>Russian Academy of Sciences                       |
| <i>Gerasimova Maya Petrovna</i>        | Ph. D. (Philology),<br>Institute of Oriental Studies,<br>Russian Academy of Sciences                        |
| <i>Katasonova Yelena Leonidovna</i>    | Ph. D. (Philology),<br>Institute of Oriental Studies,<br>Russian Academy of Sciences                        |
| <i>Kulanov Aleksandr Evgenyevich</i>   | Chief Editor of the<br>“Japanese magazine – japon.ru”   |
| <i>Lebedeva Irina Pavlovna</i>         | Ph. D. (Economics),<br>Institute of Oriental Studies,<br>Russian Academy of Sciences                        |
| <i>Markarian Seda Bagdasarovna</i>     | Prof. (Economics), Institute of Oriental<br>Studies, Russian Academy of Sciences                            |
| <i>Matrusova Tatyana Nikolayevna</i>   | Ph. D. (Economics), Institute of Oriental<br>Studies, Russian Academy of Sciences                           |
| <i>Molodyakov Vasily Elinarkhovich</i> | Ph. D. (History),<br>Takushoku University   |
| <i>Molodyakova Elgena Vasilyevna</i>   | Prof. (History), Institute of Oriental<br>Studies, Russian Academy of Sciences                              |
| <i>Pascha Werner</i>                   | Prof., Duisburg University (Germany)  |
| <i>Timonina Irina Lvovna</i>           | Prof. (Economics), Institute of Afro-<br>Asian Studies, Moscow State University                             |

Центр изучения современной Японии  
The Center for Contemporary Japanese Studies

Институт востоковедения РАН  
Institute of Oriental Studies  
Russian Academy of Sciences

Японский фонд  
The Japan Foundation

## Портрет современного японского общества

Дизайн обложки *И. Плигин*

редактор Н. П. Дмитриевская  
технический редактор М. А. Кононов  
корректор С. В. Виноградов

*Ответственный за выпуск А. Г. Макаров*

---

Подписано в печать с оригинал-макета 31. 01. 2006 г.  
Формат 60x84 1/16. Бумага офс. Гарнитура Таймс.  
Усл. печ. л. 18. Тираж 600 экз.

---

АНО НИЦ «АИРО–XXI»  
107207, Москва, Чусовская ул., д. 11, к. 7.  
Телефон: (095) 466-16-35. e-mail: andmak@airo-xxi.ru

---

---

## Центром японских исследований Института востоковедения РАН

изданы в 1995–2005 гг.  
индивидуальные и коллективные монографии:

- Лебедева И. П.* Японские корпорации: стратегия развития. М., 1995  
*Молодякова Э. В., Маркарьян С. Б.* Японское общество: книга перемен.  
М., 1996  
Япония: конец XX века. М, 1996  
Японский феномен. М., 1996  
Япония. Послевоенная государственная политика: вызовы и ответы.  
М., 1998  
Япония 90-х: кризис системы или временные сбои. М., 1998  
Япония: мифы и реальность. М., 1999  
*Матрусова Т. Н.* Организация профессиональной подготовки в Японии.  
М., 1999  
Япония: консерватизм и традиционализм. М., 2000  
Япония и современный мировой порядок. М., 2002  
*Тимонина И. Л.* Япония: региональная экономика и политика. М., 2002  
*Герасимова М. П.* Киотоский альбом. М., 2002  
*Стрельцов Д. В.* Система государственного управления Японии в  
послевоенный период. М, 2002  
Япония второй половины XX века. Проблемы и судьбы. М., 2003  
*Катасонова Е. Л.* Японские военнопленные в СССР: большая игра  
великих держав. М., 2003  
*Лебедева И. П.* Малый бизнес в Японии. М., 2004  
Россия и Япония: соседи в новом тысячелетии. М., 2004  
*Молодякова Э. В., Маркарьян С. Б.* Мацури. Традиционные праздники  
Японии. М., 2004  
*Катасонова Е. Л.* Последние пленники второй мировой войны:  
малоизвестные страницы российско-японских отношений. М., 2005
- Продолжается издание Ежегодника *Япония*.
-