

Особенности менталитета и реалий современной жизни японцев в русском восприятии (на материале туристических отзывов)

Жданов В.Н., Охата С.

В 80-90-е годы 20-го века на стыке разных гуманитарных дисциплин получило большое развитие такое направление научных исследований, как межкультурная коммуникация. В широком смысле слова это обусловленная менталитетом и национальной культурой специфика взаимодействия и контактирования различных народов на самых разных уровнях: политическом, экономическом, культурном, деловом, бытовом и др.

Ведущий в России специалист в области межкультурной коммуникации С.Терминасова объясняет широкий интерес к этой проблематике тем, что «научно-технический прогресс и усилия разумной и миролюбивой части человечества открывают все новые возможности, виды и формы общения, главным условием эффективности которых является взаимопонимание, диалог культур, терпимость и уважение к культуре партнеров по коммуникации» (24).

Очевидно, что реально осуществляемый процесс межкультурной коммуникации довольно сложен, неоднозначен и нередко противоречив. Довольно часто возникают ситуации, когда представители разных культур неправильно понимают и оценивают друг друга, что порой приводит к конфликту культур. «Чтобы понять суть термина конфликт культур, -- пишет

С. Терминасова, -- вдумайтесь в русское слово *иностранный*. Его внутренняя форма абсолютно прозрачна: из иных стран. Родная, не из иных стран, культура объединяет людей и одновременно отделяет их от других, чужих культур. Иначе говоря, родная культура — это и щит, охраняющий национальное своеобразие народа, и глухой забор, отгораживающий от других народов и культур» (24). Действительно, часто бывает так, что своё обычно воспринимается как разумное и правильное, чужое -- непонятное и неправильное. Проблема конфликта культур в настоящее время занимает ведущую позицию в исследованиях по межкультурной коммуникации. Однако наряду с конфликтом культур существует и явление совершенно иного характера: когда другая культура (культура в широком смысле слова: быт, уровень жизни, этикет, сфера услуг) представляется более совершенной, чем родная и тем самым становится заманчивой и привлекательной. При этом наряду с объективным подходом при сопоставлении культур, может иметь место и идеализация чужой культуры. Такого рода тенденция была характерна для определённой части русского общества в разные периоды истории России. Например, в историю России вошёл миф о варягах, как носителях более высокой культуры, основавших русское государство. В 19 веке европейская культура, прежде всего французская и французский язык, носили эталонный характер для русского дворянства. Как говорил с иронией Чацкий, герой комедии А. Грибоедова «Горе от ума»: «Ах! Франция! Прекрасней нету в мире края!» (В конце 20 века советская интеллигенция «была очарована» западным, в первую очередь, американским образом жизни). В настоящее время в Россию пришла мода на Японию, а вместе с тем и тенденция идеализации этой страны. Как заметил японский писатель А.Кумано, русские сейчас «влюбляются в призрак Востока», они полагают, что «в Японии царит коллективизм, все послушно подчиняются государству, государю-императору и начальникам на своих рабочих местах... японцы

должны располагать высоким моральным уровнем – как у самураев в фильмах Курасава... каждый японец должен быть высочайшего класса каратистом или дзюдоистом и каждая японка должна владеть тончайшим искусством икэбана и чайной церемонии» (12).

Надо заметить, что тенденция определённого превозношения западной культуры была характерна и для японского общества в период Мэйдзи.

В данной работе мы рассматриваем, как отдельные современные представители русской культуры (включая граждан Восточной Украины, менталитет которых мало чем отличается от русского) воспринимают японскую культуру и реалии повседневной жизни современной Японии. Свои наблюдения мы базируем на основе анализа туристических отзывов, опубликованных в интернете.

Примечательно, что в отличие от темы конфликта культур, тема сопоставления культур в пользу чужой, её идеализация, кажется, не привлекает широко внимания исследователей.

Заметим также, что если для большинства русских характерна тенденция идеализации Японии, то многие японцы, напротив, склонны негативно воспринимать Россию. Для них (в данном случае мы исходили не из статистических данных, а из мнения отдельных лиц: студентов, туристов, а также из публикаций в СМИ) это **большая, холодная, непонятная, страшная страна** (некоторые японские студенты ещё заметили, что это страна, владеющая энергоресурсами и с очень красивыми девушками). Японская студентка С., изучающая русский язык в МГУ, в своей газетной заметке «Моя жизнь в России» написала: «Перед приездом в Россию у меня было впечатление, что в России опасно, холодно, жизнь непонятная» (21). Также и японистка М.Левченко считает, что «имеющийся у японцев образ России можно предельно ёмко описать четырьмя словами: «тоой – самуй – курай -- абунай» (**далёкая, холодная, тёмная, опасная**)» (13). Как видно из

этих примеров, восприятие России тут преимущественно негативное и наивно примитивное.

Восприятия же Японии русскими, как мы уже отметили, носит исключительно позитивный характер и создаёт несколько идеализированное представление об этой стране. Как заметили японисты А.Куланов и Ю.Стоногина, «Сегодня у русских получается строить не социально-политический образ Японии, а поэтический и дзэнско-самурайский» (15). Япония, как справедливо утверждает швейцарский филолог Леонид Геллер, сейчас «является частью русского Востока» (23. 202).

Выбор Японии для путешествия у русских часто бывает обусловлен тем, что в их сознании это экзотическая, прекрасная, необыкновенная страна. Вот, например, что пишет российский турист о своём представлении Японии (такого рода представление довольно распространено в русском обществе и, можно сказать, имеет стереотипный характер). Япония **«всегда казалась страной людей, красивых душой, способных поражаться каждому прожитому дню, сидеть и любоваться одним иероглифом, изображением горы или веткой сакуры. Воображение рисовало красивые веера, тонкий фарфор, нецке, бумажные зонтики, самурайские доспехи людей, делающих себе харакири, улыбки гейш, банды якудза, цветущую сакуру и суши. Страна восходящего солнца долго блуждала в моём сознании, и мечта посетить её шла параллельно моей жизни»** (26). А вот другой аналогичный отзыв в заметке, которая называется «Культурный шок или приключения в Лилипутии». **«Сердце громко стучит, наполняется радостью - мы едем в наше свадебное путешествие в страну грез, очаровательных гейш и отважных самураев»** (11).

Интересно, что и представления о Японии до её посещения и общие впечатления после пребывания в ней у русских туристов носят

исключительно позитивный характер с той лишь разницей, что представления до поездки в Японию в основном базируются на широко распространённых стереотипах типа: самурай, гейши и т.п. А итоговые впечатления несколько более индивидуальны. Например,

Гармония, технически развитой страны и ухоженной природы, чистого воздуха, любви к себе и окружающему - вот что я вынес (вывез) из месячной поездки по стране восходящего, сами знаете чего, больше можно вывести только из поездки в Антлантиду («Хорошо Японию искать в списке стран. Она последняя в нём»), (26).

Нередко русские туристы совершают путешествие в страну Восходящего солнца именно в поисках экзотики. А, приехав, стараются найти её везде. И немного разочаровываются, встретив обычное вместо необычного. **«Мороженое оказалось самым обыкновенным» (11)** -- с чувством некоторого разочарования пишут в своих заметках туристы.

Но гораздо более значимым, чем экзотика для многих русских и украинцев является восприятие Японии как прекрасной, справедливой, идеальной страны. Как, например, пишут украинские туристы:

«Если попытаться дать определение странам по временным рамкам, то Украина будет олицетворять 19 столетие, ведущие европейские государства - это 21 столетие, а вот Японию все, кто видел ее воочию, называют страной 22 века. Потому что наука, техника, уровень жизни, да и сознание рядового гражданина значительно отличаются как от европейских стандартов, так и от того, к чему привыкли мы» (27).

В своих высоких позитивных оценках гости страны восходящего солнца в определённой степени правы. По многим социальным показателям (уровень жизни, продолжительность жизни, уровень сервиса и др.) Япония превосходит не только Россию и Украину, но и многие страны Запада. Вместе с тем они склонны, как уже говорилось, и к некоторым

преувеличениям и идеализации Японии. Отмечая, например, исключительно высокий уровень жизни в Японии, украинские туристы, обращают внимание на то, что высокие цены вполне соизмеримы с таким высоким уровнем жизни, что, по их мнению, вполне справедливо. Они пишут: «Уровень жизни в Японии чрезвычайно высокий, да и столица страны, город Токио считается одним из самых дорогих городов мира. Скажем, сесть в такси уже стоит 6 долларов (без проезда), легко перекусить - 20-30 долларов, а сытно пообедать - влетит в сотню баксов. Мотель среднего уровня стоит 130 долларов в сутки. Впрочем, сравнивать не приходится - ведь в стоимость входит комфортный номер с холодильником, телевизором, телефоном, кондиционером, радио, баром, доской для глажки и т.д. Кроме того, ежедневная смена постельного белья, моющие средства и прочие необходимые вещи. Вопрос тараканов и отсутствия горячей воды вообще не поднимается... Но и заработную плату с нашей сравнить очень тяжело. Как признался водитель такси (в прошлом - украинец), в месяц он получает 4-5 тыс. долларов. Здесь это считается низкой оплатой (едва ли не нашей минималкой)» (28).

Нам представляется, что украинские туристы в данном случае несколько завысили среднюю стоимость „перекуса" и обеда в Токио, а также размеры зарплаты водителя такси.

Сильное впечатление на туристов производит и японский сервис, который, по правде говоря, действительно, можно считать одним из лучших в мире. «Поражает и сервис - в Японии он почти не заметен. За каждую покупку в магазине продавец считает хорошим тоном поблагодарить Вас, официант также поблагодарит, что зашли перекусить именно в это кафе. Как объяснил один из официантов: "Вы оказали мне огромный знак уважения, отобедав здесь... Каждый разговор начинается и заканчивается поклоном» (28).

Русские и украинские гости, конечно, в первую очередь обращают внимание на те реалии японской жизни, которые отсутствуют у них на родине или имеют совсем иную качественную характеристику. Это, например, горячие источники, отели любви, хамбаики (автоматы по продаже напитков и пр.), бэнто, такси с вежливым водителем в белых перчатках и услужливо распахивающейся дверцей, бесплатные, сверкающие чистотой туалеты. Приведём сразу несколько цитат, иллюстрирующих эти наблюдения туристов.

- ⊗ «Японцы предпочитают баню, а японская баня – это онсэн. Традиция родилась, видимо, из-за обилия горячих источников. Назвать это баней, конечно, нельзя, так как это скорее горячие ванны, обычно сделанные в эко-стиле, обязательно с видом на цветущий сад, а то и прямо в саду. Это может быть и коллекция ванн, иногда с пузырьками как в джакузи (19).
- «Пожалуй, одно из самых уникальных изобретений современной Японии, которое по первости заставляет недоумевать, а затем приводит в дикий восторг большинство иностранцев – это необычные «отели любви», или «рабу хотэру» (8).
- ⊗ «Забавные в Японии такси. Сиденья покрыты чехлами из белых кружев. Водители в белых перчатках. Сами автомобили – специальной старомодной модели, боковые зеркала заднего вида вынесены почти на нос. Задние двери открываются и закрываются автоматически» (26).
- **Бэнто** – это ланч, помещённый в специальную коробочку из дерева, пластмассы или металла. Японцы готовят бэнто сами или покупают в супермаркетах., магазинах «комбини», в специальных лавках бэнтоясан, где продаются исключительно бэнто, на любой вкус. Одним словом бэнто – одна из культурных реалий жизни в Японии. В среднем нихондзин съедает не менее двух бэнто в день» (26).

- Не могу обойти стороной вопрос о японских туалетах- слухи о них дошли уже давно, но воочию впечатляет еще больше! Он тебе и споет песню (в виде птиц с водопадом), и подогреет и продезинфицирует сиденье, и превратится в биде по одному твоему желанию. Не встретили ни одного платного туалета за все путешествие... (11).

А вот другой отзыв о туалете:

- «А вообще, туалеты (извините за подробности, важная все-таки штука, мимо не пробежишь) -- смесь прошлого и будущего. Судите сами: в общественных местах они напоминают российские провинциальные, этакie овальные дырки в полу, а в гостинице если бы не картинки рядом с кнопками, ни за что не догадаешься, что и зачем на огромном пульте размещено, я не говорю о тотально подогреваемых сидениях(Почти как у нас, но чуть-чуть наоборот)». (16).

Как сразу поймёт японский читатель, автор этого отзыва имеет в виду туалеты западного стиля и японского. А вот отзыв об аптеке, которая оказывается совсем не такой, как в России.

- «Оказывается в японских аптеках практически нет лекарств, только предметы гигиены и биологически активные добавки, так что ими (лекарствами – авторы) лучше запастись до отъезда с родины (27).

Довольно большое внимание туристы обращают на особенности национального менталитета японцев, их характер, манеру поведения. Наиболее распространённое мнение: японцы очень внимательные вежливые, заботливые и бескорыстные по отношению к гостям. Вот например довольно типичные высказывания о поведении японцев:

- «Первым впечатлившим событием - было посещение настоящего японского ресторана: все очень вежливые, улыбаются, у девушек-официанток очень ласковые голоса, конечно же, вкусные суши и маки, сливовое вино и неизменный зеленый чай. В первый же день

мы узнали, что такое поведение принято во всей стране: люди улыбчивы, услужливы, в воздухе спокойствие и добродушие» (11).

- «От общения с японцами (гиды, персонал отелей и ресторанов, просто прохожие) осталось какое-то ощущение тепла и доброты.

Они во всем такие, японцы. Приходишь в местный маленький семейный ресторанчик, где никто из хозяев-поваров-официантов английского не знает, (это вам не Франция, где в какомнибудь небольшом городке услышав английский, вам с видом величайшего одолжения кто-то соблаговолит дать комментарии по меню, а может и напрягаться не станет), будут рисовать картинки, угадывать ваши мало похожие фразы из путеводителя на японском, звонить друзьям знающим язык, чтобы они перевели ваши пожелания хозяевам» (29).

Нередко в своих заметках русские туристы сопоставляют поведенческий стиль японцев по отношению к иностранным гостям с поведением своих соотечественников и приходят к выводу не в пользу последних. Вот некоторые примеры.

- «Скажите, а что такое японский менталитет? Вот Вам пример. Въехали в Нагою. Города, ясен пень, не знаем. Где тут улица “Сунь-Хрен-В-чай”, тоже не знаем. Но знаем что там - мой отель и это - в центре. Подъезжаем к какому-то дому, с бензоколонкой... Подхожу к 16-летнему парнишке, заправщику, тычу ваучер отеля, типа, “плиз, где это находится?” Он зовёт англоговорящего друга, тот просит присесть-подождать и, зайдя в интернет с компьютера, (совмещённого с кассовым аппаратом) через минуту выдаёт мне две распечатки мелкую: (здесь направо, тут налево) и крупную: (вот квартал, вот Ваш отель). Счастливого пути. Думаю, надо денег дать пацану. А чаевые-то у них не приняты. Самураи! Гордые, однако! Во, блин характер у ребят! Менталитет у них, господа. Вот так вот. Улыбаются они, кланяются. Их

так воспитали. Их правильно воспитали» (30).

А вот ещё аналогичный пример:

- «Японец – это человек очень вежливый. Я сама в этом убедилась. Представьте вы на рынке в России, вы не знаете русского, хотите что-то купить, но вот подошли к продавцу, но он только посмеялся над вашим русским и сказал вам вслед: «Понаехали тут». А в Японии не так. Хотите что-то купить. Пожалуйста. Японец поможет, чем может, а когда будет сдачу подавать, даже поклонится.

Нигде я так не отдыхала и душой и в то же время телом, как в Японии».(29)

Нам представляется, что у русских туристов несколько односторонний подход, поскольку в отличие от Японии, где доминирует внимательно-вежливое отношение к иностранным гостям, в России это отношение довольно разное, начиная от мошенничества и нахальства и заканчивая самой бескорыстной и благородной помощью.

Вместе с тем можно встретить и довольно односторонние, а порой и несправедливые, мнения в адрес японцев. Например,

«Начнём с того, что японцы всю неделю вкалывают как Бобики, а как наступает пятница, тут у них открывается второе дыхание и наступает поголовное счастье, как правило,... многие напиваются вдрызг, в метро вечером в пятницу лучше не ехать, перегар стоит во всём вагоне. Это у них так сказать по пятницам корпоративные посиделки в забегаловках, причём начинают они посиделки тихо, но по мере заполнения желудков сакэ гул нарастает и достигает апофеоза уже к закрытию»(31).

Многое остаётся непонятным русским туристам. Русская туристка думает, что маленькое полотенце в горячем источнике полагается для того, чтобы вытереть ноги и не понимает, почему им прикрывались девушки (99 часов в стране восходящего солнца). Globalot.ru). Русские туристы

недоумевают, почему в вагоне метро в Токио, у всех в руках мобильники, но никто не звонит (19); почему японцы часто ходят по улице в медицинских масках (19).

Другая характерная особенность туристического восприятия Японии – тенденция максимально обобщать увиденное. Например, «у каждого жилого дома расположен японский садик» (но ведь не у каждого – авторы); «все японки (конечно, не все – авторы) поголовно носят «мамину» обувь на несколько размеров больше, стараются косолапить и шаркать огромными туфлями»; каждый японец верит в судьбу (конечно, не каждый – авторы). Или турист из Украины, молодой человек, наблюдая в самолёте за работой японских стюардесс компании «Джал», приходит к выводу, что самые лучшие жёны в мире – японки, поскольку стюардессы очень внимательно и заботливо относились к пассажирам.

Невольно возникает вопрос, почему же Япония и японцы оцениваются русскими туристами столь восторженно позитивно. Одна из объективных причин, как мы уже заметили, заключается в более высоком уровне жизни. Другая причина, о которой мы тоже говорили, связана с имеющей место быть в России со стародавних времён тенденцией идеализировать чужую культуру. По мнению японского писателя А.Кумано, увлечение русских Востоком и, в частности Японией, объясняется тем, что, во-первых, произошло разочарование капитализмом, ориентированным на Запад, во-вторых, тем, что «Европа не приобщила россиян к своей культуре и поэтому они устремились к Востоку»(12).

Мы полагаем, что ещё одна из причин современного восторженного отношения русских туристов к Японии связана с тем, что в Японии есть как бы две Японии: одна своя, со своими проблемами, достоинствами и недостатками, а другая – для гостей. И в этой «сервисной, витринной Японии» в течение длительного времени накопился колоссальный опыт

обхаживания гостей, создания удивительно приятной атмосферы вокруг них в течение всего пребывания. В России же ничего подобного нет. И иностранные гости, в том числе и японцы, нередко сразу сталкиваются с острыми проблемами российской действительности. Но когда они после длительного пребывания или в течение нескольких приездов начинают более или менее понимать русскую жизнь, то нередко позитивно оценивают её. Например, студентка С., которую мы процитировали выше, пишет: «Через несколько месяцев я заметила, что в России не так опасно, как я думала. В метро или в трамвае люди уступают места пожилым пассажирам. Я удивилась, что даже молодёжь уступает места. Когда я заблудилась, мне показали дорогу и вежливо спокойно объяснили, куда идти. Русские относятся к незнакомому человеку как к старому знакомому»(21).

В заключение можно сделать вывод, что восприятие другой страны преимущественно базируется на мифологических образах-стереотипах данной страны, которые могут сохраняться и при реальном знакомстве с этой страной, например, во время туристической поездки. Определяющим фактором при этом нередко бывает стремление индивида получить ожидаемое. Процесс межкультурной коммуникации в таком случае имеет отчётливо мифологический характер.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Барлас Т.В. Стереотипы социального восприятия. www.elitarium.ru.
2. Белова О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян (Автореферат на соискание учёной степени доктора филологических наук). М., 2006.
3. Бобринская И.Д. Психолингвистические особенности формирования этнокультурных стереотипов. М., 20
4. 03, multikulti.ru.

5. Вада Харуки. Представление о России в Японии: учитель, враг, собрат по страданиям//Россия и Япония в исследованиях советских и японских учёных. М., 1986. с.50-69.
6. Владимирова Т.Е. О диалоге культур, социокультурных универсалиях и языке. Проблемы преподавания русского языка в Российской Федерации и зарубежных странах. М., МГУ, 2005, т. 2.
7. Грибоедов А.С. Горе от ума. М. 1986.
8. Карманные заметки о Японии». [blogsakura.com/oteli dlya lubvi](http://blogsakura.com/oteli_dlya_lubvi).
9. Красных В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. М., 202, с.177-178.
10. Китамура Н. Близкая далёкая Россия. <http://www.japon.ru>.
11. Культурный шок или приключения в Лилипутии. <http://globalot.ru/Reviewid=23963>).
12. Кумано А. Актуальна ли постановка вопроса? <http://www.japon.ru>.
13. Левченко М. Россия – FAQ: список часто задаваемых вопросов о России. <http://www.japon.ru>.
14. Накамура Ёсикадзу. Мнение японского поэта Мсмака Такубоку о России. //Россия и Япония в исследованиях советских и японских учёных. М., 1986. с.70-78.
15. Образ и реальность: Япония и Россия глазами друг друга. Полит. polit.ru/research/2003.07.15.
16. Почти как у нас, но чуть-чуть наоборот». (<http://travel.mail.ru/story/show/53806/>).
17. Прокопова Т.И. «Россияне и японцы». – Проблемы преподавания русского языка в Российской Федерации и зарубежных странах. М., МГУ, 2005, том 2, с.220.
18. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев.

19. Путешествия: Япония – Новости России на regnum.ru/news
20. Путешествие по Японии Д.Кагана. Nebalet.ru
21. Саго М. Моя жизнь в России. Youth Forum News, № 49, December, 2007.
22. Сергеева А.В. Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность. М., 2004, с.81.
23. Стереотипы в языке, коммуникации и культуре (Сборник статей). М.,2009.
24. С.Терминасова. Язык и межкультурная коммуникация. www.gumer.info/bibliotek.
25. Lippmann W. Public Opinion. NY: Harcourt, Brace, 1922.
26. <http://blogsakura.com>
27. <http://fujita-kyoto.com>
28. <http://Travel.ru.reports>.
29. <http://community.livejournal.com/mi>
30. http://www.tokyo-info.ru/reports/id_16.html
31. <http://www.svali.ru/stories/107/0/973/index.htm>