

**Образ Японии в массовом сознании россиян на примере опросов в городах
Нижний Новгород и Томск.**

Научный руководитель – Шмелева Ольга Юрьевна

Ламинцева Евгения Андреевна

Студент (магистр)

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний
Новгород, Россия

E-mail: lamintseva95@mail.ru

Актуальность обращения к образу Японии в массовом сознании россиян определяется совокупностью факторов, связанных с исконными противоречиями в области геополитики и с необходимостью выстраивать конструктивный диалог. А наступивший 2018 год станет знаковым в истории сотрудничества между двумя мощными государствами, в связи с проведением «Года культурных обменов» между Россией и Японией.

В ходе исследования были использованы качественные психологические методы. При работе с методами ассоциативного тестирования и проективного рисунка респондент имеет абсолютную свободу при ответе, оперируя теми категориями, которые представлены в его сознании, а не навязаны извне. В рамках методики ассоциативного тестирования всем респондентам была дана установка на указанное слово-стимул, в нашем случае-Япония, написать 3-5 слов ассоциаций. Далее, участникам опроса предлагалось нарисовать то, что обозначается словом-стимулом.

Опросы проводились в феврале-марте 2018 года в городах Нижний Новгород и Томск. Выбор времени проведения первого опроса был определен с учетом взаимного проведения года Японии в России. Выше указанные города были выделены в силу их географически разного положения по отношению к Японии. Они являются крупными культурными и научными центрами с высоким уровнем образования населения. Указанные факторы потенциально давали возможность как одинаковых ответов, так и абсолютно разных.

В опросе участвовали представители разных возрастных категорий (в диапазоне от 5 до 66 лет) и социальных групп. Общее число опрошенных составило 150 человек.

Некоторые выводы

В каждой возрастной когорте были четко отмечены определенные тенденции восприятия Японии. Так, у детей дошкольного и школьного возрастов ярко выражена культурно-историческая направленность в ассоциативном ряду. Причем наиболее частыми реакциями на слово-стимул были слова «сакура» (15), «анимэ» (9) «архитектура» (6). Таким образом, Японии в сознании детей представлена не как государство, а как страна. Результаты опроса показали, что в сознании школьников преобладают позитивно окрашенные ассоциации, полностью отсутствуют алармистские настроения, связанные с враждой.

Особенностью отражения образа Японии в сознании студентов являются ассоциации географического и геополитического характера. Наиболее часто представлены понятия «страна восходящего солнца» (10), «острова» (8), «Восток»(5), «Китай»(3). Проективные рисунки показывают несколько иную картину: чаще всего изображен национальный символ Японии «сакура» (13), далее «солнце»(8) и «море» (5). Кроме того только среди студентов Нижнего Новгорода прозвучали ассоциации, связанные с извращением и порноиндустрией Японии.

В данной ситуации, в отличие от группы школьников, наиболее объемно представлены культурно-военные ассоциации: «самурай»(7), «сумо»(2), «боец»(1), «меч»(3), «рыцарь»(1). Но важно заметить, что они не несут за собой ярко выраженных негативных следов и не направлены на ассоциации с тревогой или враждой.

Отличительной чертой восприятия Японии респондентами старшей возрастной группы стали ассоциации, связанные с тревогой. Это упоминания о «русско-японской войне»(1), «Хиросиме и Нагасаки»(3), «атомной бомбе»(3), различные ассоциации, связанные с военной культурой - «самурай»(10), «якудза»(2), «ниндзя»(2), «харакири»(2). Такое восприятие объясняется тем, что представление россиян старшего возраста связано, в первую очередь, с историческими воспоминаниями, которые происходили на их памяти или же громко освещались ранее.

Общие результаты опросов в г. Нижний Новгород показали отсутствие негативных упоминаний об антироссийских санкциях со стороны Японии. Это очень важная тенденция, которая говорит о положительном восприятии Японии в глазах россиян. Особое внимание стоит уделить тому, что даже в умах детей и студентов, чье сознание было сформировано уже после распада СССР и в меньшей степени подвержено влиянию стереотипов, бытует несколько мифов, порожденных проблемой восприятия восточной культуры как единой. Это стереотипы об огромном количестве жителей Японии, об «узких глазах», о «желтом цвете коже», о непомерном загрязнении воздуха. Важно отметить также тот факт, что о проблеме островов Курильской гряды упомянул один респондент старшей возрастной группы.

Результаты опросов, проведенных в городе Томск, показали следующие особенности. Среди слов-реакций преобладают различные черты Японии и национального характера жителей этой страны. Это такие абстрактные ассоциации, как «уважение»(2), «трудолюбие»(3), «специфическая страна»(2), «улыбка»(1), «гармония»(1) и другие. Подобных ассоциаций не было выявлено в ходе опросов в Нижнем Новгороде.

Проективные рисунки чаще всего связаны с изображением географических и геополитических объектов: «солнце»(6), «горы»(5), «острова»(5), «Фудзияма»(2), «море»(4).

Среди ассоциативного ряда томичей выделяются точные названия географических объектов: «Хоккайдо»(2), «Фукусима»(2), «Киото»(1), «Токио» (2) и имена японских деятелей «Миядзаки»(1), «Масуда»(1).

Другой особенностью восприятия Японии жителями Томска стали ассоциации, связанные с категорией монархия: «микадо»(1), «имперский военный флаг»(1), «ямато»(1), «монархия»(2), «сёгун»(1), «империя»(2).

Таким образом, географическая близость г. Томска к Японии позволила увидеть отличительные особенности образа Японии - точные специфические черты национального японского менталитета, отсутствие стереотипных представлений, более конкретизированный уровень знаний о японской истории, культуре, экономике .

Итак, на основе методов ассоциативного тестирования и проективного рисунка, проведенных в городе Томск и Нижнем Новгороде, был сформирован образ Японии . Он строился только на основании предпочтительных ассоциаций у респондентов. Образ представляет собой не политизированную, положительную оценку Японии как страны, с интересной и необычной культурой. Эта страна ассоциируется с нанотехнологиями, с роботехникой и автомобилестроением. Со стороны опрошенных отсутствуют негативные оценки по отношению к Японии, не встречается упоминаний о конкретной роли Японии в боевых действиях против России.

Источники и литература

- 1) Кожевникова О. В. Психосемантика. Метод семантического дифференциала. Ижевск, 2016.

- 2) Серкин В. П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики. М, 2008.
- 3) Чугров С .В. Образ России в Японии и образ Японии в России: Рабочая тетрадь. М, 2016.
- 4) Шестопал У. Б. Образы государств, наций и лидеров .М, 2008.
- 5) Шляпкиова И. А. Проективные методы психодиагностики: учебное пособие. Челябинск, 2005.