



Қазақстан Республикасы мен Жапония арасында дипломатиялық қатынастардың
20 жылдығының символы

Жапонияның жаһандану әлеміндегі сыртқы мәдени саясаты

А.М. Имашева

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қаласы

E-mail: aigerim.imasheva@mail.ru

Түйін. Мақалада Жапонияның сыртқы мәдени саясаты жөніндегі қызметті жүзеге асыратын негізгі мемлекеттік органдар қарастырылады, оның ішінде олардың басты бағыттары, жапон мәдениетін әлемге тарату жөніндегі бағдарламалары мен доктриналары талданады. Жапония өзінің сыртқы мәдени саясатын жапон тілін, дәстүрлі мәдениеті мен жапон ойлау ерекшеліктерін тарату арқылы жүргізетіні айтылған.

Қазіргі экономика мен саясаттағы, мәдениет пен әлеуметтік саладағы жаһандық трансұлттық үрдістер жайлаған, халықаралық туризмнің қарқынды дамып жатқан және Ғаламтордың таралуы мен жаһанданудың басқа да бейнелері іске асып жатқан әлемде, мәдениет пен саясаттың өзара байланысы күшеюде және мәдени саясат пен әлеуметтік жекелік мәселелері өзекті бола бастады. Қазіргі әлемнің көшбасшы мемлекеттерінің бірі болып табылатын Жапонияның сыртқы мәдени саясатына ерекше көңіл бөлген жөн.

Сыртқы мәдени саясатты кең мағынада, мәдениетті түрлі мемлекеттік және қоғамдық институттар арқылы сақтау, қайта жандандыру, дамыту мен тарату жөніндегі қағидалар мен нормалар, сонымен қатар шаралар жүйесі ретінде қарастырылады. Тар мағынада, сыртқы мәдени саясат – мемлекеттің мәдениет саласындағы қызметі [1].

Жапонияда мемлекеттің сыртқы мәдени саясатын екі ұйым: Білім, мәдениет, спорт, ғылым мен техника министрлігінің шеңберіндегі мәдениет Агенттігі (МЕХТ) мен Жапонияның сыртқы істер Министрлігі эгидасы астындағы Жапон қоры

атқарады. Мәдениет жөніндегі Агенттік негізінен ішкі мәдени саясатқа жауап береді, бірақ оның кейбір бағдарламалары, мысалы, жапон тілін шетелдіктердің арасында тарату сыртқы мәдени саясаттың маңызды бөлігі болып табылады. Ал бүкіл әлемде 19 бөлімшесі бар Жапон қоры сыртқы мәдени саясатты іске асырады.

Кез келген басқа мемлекет сияқты, Жапонияның сыртқы мәдени саясаты, шетелде елдің жағымды имиджін қалыптастыруға, сонымен қатар әлемде өзінің ұлттық мүдделерін ендіруге бағытталған.

Ақпараттық революция жағдайында экономикалық және әскери күш нәтижелі бола алмайды, оның орнына одан да әсерлі мәдени күш, яғни «жұмсақ күш» (soft power) келеді. «Жұмсақ күш» ұғымында, әскери, «қатаң» күшпен байланысы жоқ барлық ресурстар қарастырылады [2]. Ресейлік тарихшы К.С. Гаджиевтің айтуы бойынша, егер «қатаң күштің» мақсаты – қару арқылы қарсыласты қорқыту немесе жазалау болса, «жұмсақ күш» қарсыласты өзінің жағына шығаруға немесе бейтараптандыруға мақсат қояды. «Жұмсақ күштің» негізінде мәдениет пен

құндылықтар, идеялар, символдар, аңыздар және тағы басқалар жатыр [3]. МЕХТ пен Жапонияның Сыртқы істер министрлігі «жұмсақ күш» саясатының шеңберінде мемлекеттік деңгейде жүргізілетін, жапон тілін тарату туралы және Жапония территориясында және сыртында тұратын шетелдіктер арасында ұлттық поп-мәдениетін уағыздау туралы бағдарламалар атқарады.

Қазіргі кезде, Жапонияның мәдени әсеріне тиімді жағдай туғызу үшін, жапон тілінің таралуы ең маңызды фактор ретінде қарастырылады. Жапон тілі саласындағы ең танымал мамандардың бірі, Кэйо университетінің профессоры Т. Судзукидің айтуынша, «жапон тілін халықаралық дейгейге жеткізу – елдің ұлы державаға айналуының бір жолы» [4]. Сондықтан жапон тілінің шетелде таралуы, жапон мемлекетінің сыртқы мәдени саясатының артықшылыққа ие маңызды міндеті болып табылады.

Қызметі шетелдіктерге жапон тілін үйрету болатын Мәдениет жөніндегі Агенттік маңызды 5 бағдарлама жасады, ол МЕХТ-тің ресми сайтында көрсетілген:

1. Жапонияда тұрақты өмір сүретін шетелдіктерге жапон тілін үйрету жөніндегі бағдарлама.

2. Жапон тілін жергілікті үйретуді қолдау жөніндегі бағдарлама.

3. Босқындарға жапон тілін үйретуді қолдау жөніндегі қорды ұйымдастыру;

4. Қытайдан келген репатрианттарға жапон тілін үйрету.

5. Жапон тілін үйретудің жағдайы мен үйрету шараларын жақсарту.

Бірінші бағдарлама бойынша, жапон қоғамының бір бөлшегі болып табылатын шетелдіктерге жапон тілін үйрету үшін тиімді жағдайлар жасалады, жапон тілі сыныптары ұйымдастырылады және Жапонияда тұрғылықты өмір сүретін шетелдіктерге оқу курстары ұсынылады, сонымен қатар зерттеу жұмыстары жүргізіледі. Екінші бағдарлама өз еркімен жүргізілетіндіктен және жеке топтарда жапон тілін үйренуге жағымды жағдай туғызу үшін керек болғандықтан, Агенттік шетелдіктерді төрт жобаға қатысуға шақырады және оның бәріне бақылау жасайды. Ол жобалар мынадай: оқу курсы жасау, жапон тілі сыныптарын ұйымдастыру және басқару, оқытушылар материалдарын дайындау, семинарлар жүргізу.

Үшінші бағдарлама бойынша Агенттік, жоғарғы оқу орындарында, Жапонияда тұрақты өмір сүруге дайын босқындарға білім алуды

ұсынады. Агенттік, сонымен қатар жапон тілін Үндіқытайдан келген және мәртебесі келісіммен анықталған босқындарға және жоғарғы оқу орнын бітірген босқындарға үйрету туралы өз еркімен жасалған шараларды ұйымдастыру мен кеңес беруді қолдайды.

Төртінші бағдарламаның мәні – Агенттік Қытайдан келген репатрианттардың жапон тілін оқуына оқу материалдары мен анықтамаларын жасаумен және таратумен қолдау көрсетеді.

Бесінші бағдарлама бойынша, өсіп жатқан жапон тіліне деген сұранысқа жауап ретінде Агенттік жапон тілін үйренудегі қиындықтарды жою туралы шаралар орындауымен қатар, зерттеулер мен конференциялар өткізеді.

Мәдениет жөніндегі Агенттіктің жапон тілін тарату туралы қызметі негізінде Жапония территориясында уақытша немесе тұрақты өмір сүретін шетелдіктерге қатысты болып отыр, яғни бұл саясат елдің сыртқы саясатымен қатар ішкі саясатына қатысты мәселе болып табылады. Бұл, әрине, Жапонияда өмір сүріп жатқан және қай жерде болмасын өз Отанымен байланысты шетелдіктердің көз алдында Жапонияның имиджін жақсы жағдайда сақтауына әсерін тигізеді.

Шетелде жапон тілін тарату жөніндегі сыртқы мәдени саясатын Жапон қоры жүзеге асырады. Бұл қор Жапонияның Сыртқы Істер Министрлігінің эгидасы астында арнайы ұйым ретінде құрылған және де Жапонияның әлемдік қауымдастық елдерімен атқаратын мәдени алмасудың маңызды тірегі болып табылады. Жапон Қоры өзінің пайда болуынан бастап, жаһандық халықаралық мәдени алмасудың нәтижелілігін арттыру үшін қызмет атқарған. Қордың түпкі мақсаты – түрлі халықтар мен ұлттар арасындағы түсіністікті дамыту болып табылады. Оның қызметінің стратегиялық бағытын Жапонияның СІМ-і анықтайды [5].

Жапон Қорының басты бағыттарының бірі – жапон тілін үйренетін адамдардың санын арттыру. Дәл осы аспект нағыз жауапкершілікті және өнімді талап етеді, себебі тілді білу халықтар арасында өзара түсінушілік пен байланыс үшін көмек болатын көпір болып табылады. Жапон Қоры бірталай мемлекеттерде өзінің басты мақсатын іске асыру үшін қызмет атқаруда. Мысалы, Ресейде Қор жапон тілін үйрету жөніндегі қызметі кең жайды, бірақ Ресейде Қордың ресми өкілдігі болмағандықтан белгілі бір қиындықтар туады. 2006 жылы 13 ақпандағы «Ресейлік жапонтанудың қазіргі жағдайы мен болашағы» деген Симпозиум-

де Ресейдің Мемлекеттік Думасының көмекшісі бұл мәселе туралы былай деді: «Ресейдегі Жапон Қорының қызметінің нәтижелілігі үшін келесі шараларды ұсынамын:

Біріншіден, Ресейде Жапон Қорының өкілдігі жоқ. Біз «Үлкен Жетіліктің» арасындағы осы өкілдік жоқ жалғыз мемлекет болып табыламыз.

Екіншіден, Ресейде Қордың қызметі нәтижелі болып өтуі үшін, Жапон Қорының орыс тіліндегі бір бөлімін ашу керек. Осындай ашықтық ресейлік билікпен байланыс үшін көмегін тигізуі мүмкін болар еді.

Үшіншіден, ресейлік телеарналардың бірінде «Жапон тілі сабақтары» бағдарламасын бастау» [6].

Осы кезге дейін Жапон билігіндегі тұлғалар ұлттық поп-мәдениетке дұрыс көңіл бөлмеді, себебі мәдениеттің бөлек түрлерімен айналысу ойға қонымсыз болған. Бірақ «жұмсақ күш» саясатының шеңберінде поп-мәдениет шетелдегі Жапонияның имиджін нақтылаудағы, ұлттық элитарлық және халықтық мәдениетке қарағанда ең нәтижелі құрал болып шықты. Бірақ, басқа жағынан, елдің имиджін поп-мәдениеті арқылы көрсету әрқашан дұрыс қабылданбауы мүмкін.

Жапон үкіметі поп-мәдениетін реттеу жолында, «Мәдениет пен өнерді тарату туралы негізгі заң» (2001 ж.) арқылы бірінші қадамдар жасай бастады. Бұл заңда манга, анимэ мен видео ойындар сияқты өнердің жаңа ағымдары туралы айтылған. «Japan Times» газетінің штаттық қызметкері Идэн Коркилл, бұл заңның шеңберінде поп-мәдениетті тарату жолында айтарлықтай әрекеттер жасалмағанын айтады: «Теория бойынша бұл заң жаңа саяси шаралар мен нақты бұйрықтар қабылдауға негіз жасау үшін жасалған».

Мәдени саясаттағы жаһандық өзгерістерге, оның ішінде поп-мәдениетті мемлекеттік имиджінің маңызды бөлшегі ретінде көңіл бөлінуіне байланысты, жапон үкіметі оны реттеуге арналған заңдарды қарастыра түсті. Осыған байланысты 2007 жылы, «Мәдениет пен өнерді тарату туралы екінші негізгі заңы» жария етілді. Бұл шаралар поп-мәдениетке жағымды әсер етті, оның ішінде, Мәдениет жөніндегі Агенттік медиа-әртістерді дайындауды қолға алып, Жапония мен шетелдерінде ұлттық медиа-өнер фестивальдерін өткізуді әдетке айналдырды.

Яғни жапон тілін таратуда жапон билігі белгілі бір сәттіліктерге жетсе, ал «жұмсақ күштің» басқа аспектісі – поп-мәдениеттің трансляциясы әлі де қалыптасу сатысында.

Жапониядағы жаһандану гомогенизацияға әкелмей, үлкен әртүрлілікке және көпполярлыққа жол ашып, динамикалық түрде дамыды, осыдан Жапонияның қазіргі жағдайдағы мәдени саясатын көруге болады [6].

Ұлттық ерекшелікті сақтап қалу Жапонияның алдында тұрған маңызды міндет болып қалған, себебі ол өзінің бүкіл тарихында шетелдік мәдениетті өзіне тартып, ыңғайлаған. Орта ғасырларда Жапония Қытайға қарап өзі мәдениетін қалыптастырды, ал Мэйдзи реставрациясынан кейін, батысқа бет бұрды. Ресей әлеуметтанушысы С.В. Чугровтың көзқарасы бойынша: «Жапон мәдениетіне дәстүр мен инновациялық сипаттар тиесілі. Осылай, Жапонияда екі түрлі сипат пайда болды: сыртқы (институционалдық) – батыстық және ішкі (рухани) – қиыршығыстық.

Мәдениеттер мен мемлекеттер арасындағы шекаралардың жойылатын жаһандану әлемінде, жапондықтар қайтадан өзінің мәдени ерекшелігі туралы ойлануда.

Жоғарыда айтылғандай, мемлекеттің мәдени саясаты, жаһандану жағдайындағы ұлттық сипатты сақтау мен қолдау үшін қызмет атқарады. Жапонияның мәдени саясаты келесі бағыттар бойынша жүргізіледі:

1) мәдени мұраларды сақтау (ЮНЕСКО-ның «Әлемдік мұралар» атты бағдарламасы шеңберіндегі Жапонияның қызметі);

2) аймақтарды мәдени жандандыру (дағдарыстық аймақтарда «мәдени индустрияның» дамуы);

3) сыртқы мәдени саясат (Әлемдік сахнада Жапонияның жағымды имиджін қалыптастыру, оны шетелде корпоративті жапон мәдениетін тарату арқылы жүзеге асыру).

Жапонияның мәдени мұраларды сақтау жөніндегі қызметі – елдің мәдениет саясатының маңызды саласы болып табылады. ЮНЕСКО-ның «Әлемдік мұралар» тізімі мен «Қауіп төніп тұрған әлемдік мұра» тізіміне түрлі нысандарын енгізу үшін Жапония елдегі мәдени және табиғи құндылықтарды сақтау мен оларды әлемге таныту жұмыстарын атқаруда. Қазіргі кезде Жапонияда 1950 жылы қабылданған «Мәдени құндылықтарды қорғау туралы заң» жұмыс жасайды. Осы заңның бірінші бөлімінде былай айтылған: «Бұл заңның мақсаты – жапон халқының бүкіл әлем мәдениеттерінің арасындағы өзара түсінушілікті тереңдетуге үлес қосу жолында, жапон мәдениетін сақтау мен мәдени құндылықтарын

қолдану [7]. Осы заңға сәйкес барлық мәдени құндылықтардың классификациясы жасалған. Басты талабы «мәдени мұра нысандарын ұлттық, аймақтық және муниципалдық деңгейде заңды және материалды қорғау» болып табылатын «Әлемдік мәдени және табиғи мұраларды қорғау туралы Конвенциясына» Жапонияның ұлттық заңы толығымен сәйкес келеді.

Белгілі бір нысан әлемдік мәдени және табиғи мұра ретінде тіркелуі үшін, ол басты талап – бүкіл әлем үшін аса құнды нысан болуы керек.

2006 жылғы деректер бойынша Жапонияда әлемдік мұраның 14 нысаны бар, оның ішінде 10 мәдени, 4 табиғи нысан болып келеді. Бұл Италиямен (41), Қытаймен (35) және Ресеймен (23) салыстырғанда әлдеқайда аз, бірақ Жапонияның Конвенцияға 1992 жылы қосылғанын және ЮНЕСКО-ның тізіміне жылына бір нысан қосатынын ескерсек, үлкен нәтиже күтуге болады.

1996 жылы мәдени мұра ретінде Хиросима мемориалды саябағының ішінде орналасқан Атомдық Үйдің (Гэмбаку) ескерткіш қирандылары тіркелген. Бұл ғимарат 1945 жылы 6 тамыздағы атом бомбасының жарылысының эпицентрінен жақын жерде орналасқан және оның барлық күшін сезінген. Гэмбаку Үйі «адамзаттың негативті мұралары» және осындай соғыстың қорқыныштары ешқашан қайталанбайтын үміт символы болып табылады.

Соңғы жылдары Жапония бүкіл әлемде орналасқан мәдени мұра нысандарын сақтау мен қайта құру жөніндегі түрлі жобаларда белсенді ат салысады. Жеке айтып кетсек, жапон үкіметі ЮНЕСКО/Жапония деген бірлескен қор құрып, Камбоджадағы Ангкар ескерткішін сақтауда көп қызмет атқарған. Жапон мамандары басқа елдердегі әріптестерімен бірге үлкен жұмыс жасап, 2003 жылы ол ескерткіш қауіп төніп тұрған мұралардың тізімінен шығарылды.

Осылай, Жапония ЮНЕСКО-ның «әлемдік мұра» бағдарламасы шеңберінде мәдени мұраларды қорғау жөніндегі қызметті нәтижелі атқару үшін, өзінің барлық қаржылық, материалдық, техникалық және ұйымдастырушылық құралдарын ортаға салуда.

Жапонияның мәдени саясатының келесі маңызды бағыты – аймақтарды мәдени жандандыру. Әдетте өндіретін және өндейтін кәсіпорындары немесе ірі ғылыми-зерттеу орталықтары бар аймақтар әлдеқайда сәтті және өмір сүру деңгейі жоғары болып табылады.

Бірақ осындай кәсіпорындар жабылған жағдайда, елдің немесе сол аймақтың экономикасы, елдің бюджеті үшін болашағы зор мәдениет пен туризм бағытына қарай қайта құрылады.

1980 жылдан бері Жапонияда кіші қалалар мен ауылдардың жандануына үлкен көңіл бөлініп келеді. Көбінесе өндірістің қайта құрылымдануына байланысты зауыттар мен фабрикалар басқа қалаға көшкен немесе тіпті жұмысын тоқтатқан. Осының себебінен, халық арасында жұмыссыздық өсіп кетті. Танымал жапонтанушы Н.В. Стапранның сөзі бойынша: «Жапониядағы қалыптасқан осындай жағдайда, экономиканы «мәдени бағытқа» немесе «мәдени индустрияны» дамытуға – «бунка сангё-ге» ауыстыру сәтті болып отыр. Осының арқасында жаңа жұмыс орындарын ашуға ғана емес, аймақтардың бюджеті үшін жаңа табыс көздерін табуға қол жеткізілді» [8].

Мәдени индустрияның құрылуы жаһандық үрдістердің бейнесі болып табылады. Ол, бір жағынан, аймақтардың экономикасын қолдап, әлемде Жапонияның тартымды имиджін қалыптастырады. Басқа жағынан, мәдениеттің коммерциялануы, яғни мәдениетті сатуға арналған тауарға айналдырады.

С.Э. Зуев мәдени индустрияны «бір кеңістікте түрлі мәдениеттердің, стильдер мен өмір салттарының бірге «өмір сүруі», оларды «өмір салттары» атты жаһандық нарықтарда тауарға айналдырады және олардың өзіндік классикалық негізінен айырады», – деп сипаттайды. Оның ойынша, «соңғы 10-15 жылда аймақтық мәдени саясатқа, білім берудің жаңа формалары мен әдістеріне, өзіндік мәдениетке бөлінген көңіл кенеттен болған жағдай емес. Оның бәрі – жаһандық мәдени нарық жағдайындағы өзіндік ерекшелікті сақтауға және қайта жандануға мүмкіндік беретін институттар болып табылады» [9].

Жапонияның мәдени индустриясы, ең алдымен, ескі өндірістік алаңдарды мәдениетке арнап қайта құрылғылаудан көрінеді. Мысалы, Канадзава префектурасында, бұрынғы кірпіш зауытының бос қалған алаңдары халықтық қолөнершілерге арзан бағамен сатылған. Дәл осы жерде, көптеген дәстүрлі жапон қолөнері қайта жанданды, осының нәтижесінде, Канадзава қаласы жапон дәстүрлерінің орталығы және көптеген жапон және шетел туристерінің ағымын тартатын қала болды.

Халықтық қолөнер идеяларының қайта жандануы мәселесі шеңберінде «мингэй теориясын»

(халықтық өнер теориясы) айта кетуге болады. Оның авторы мен таратушысы – философ Янаги Соэцу болып табылады.

Бұл теорияның мәні – жаңа модернистік идеяларға, буддизмдегі жаңа бағыттарға, батыстық мистицизм мен ориентализмге негізделген жапон эстетизациясы.

Янаги Соэцу әдеміліктің негізгі 12 критерийін бөліп көрсетеді:

1. Қолөнер әдемілігі.
2. Жекелік әдемілігі.
3. Қолдану/функциялану әдемілігі.
4. Денсаулық әдемілігі.
5. Табиғилық әдемілігі.
6. Қарапайымдылық әдемілігі.
7. Дәстүр әдемілігі.
8. Түзу емес әдемілік.
9. Қымбат емес әдемілік.
10. Жиынтық әдемілігі.
11. Шынайылық және адал еңбек әдемілігі.
12. Батырлық және құпиялылық әдемілігі [10].

«Мингэй» қозғалысы модернизм кезеңінде пайда болған, ал кейбір зерттеушілер оның аяқталуын 1970 жылдардың соңына шақтайды, яғни бұл модернизмнің аяқталуы мен постмодернизмнің басталуы кезі болып табылады. Бірақ аймақтарда соңғы жылдары жүргізіліп жатқан мәдени саясаттың көрсетуі бойынша, «мингэй» мәдени индустрияның маңызды бөлігі болып табылады. Атақты жапон ғалымы Юко Кикиути «мингэй» құбылысын былай бағалайды: «Мингэй өліп қалған, бірақ қазір мәні, тым техникалы емес, тым декоративті емес дизайнды бейнелейтін «мингэйге» айналған бұл ұғым қазір де қолөнер саласында көптеп кездеседі» [10, 67-6].

Айта кетерлік жайт, «мингэй теориясы» сияқты, оған негізделген мәдени артефактарды жапондықтар нағыз жапон мәдениетінің белгісі ретінде көрсетті. Сол арқылы, «мингэйді» өзінің ұлттық және мәдени ерекшелігін сақтау мен нақтылау үшін маңыздылығының зор екені анық. Бірақ бұл жерде модернизация, кейін жаһандану үрдістері арқасында түрленуге шалдыққан ұлттық ерекшелік туралы айтылуда. Осылай, Юки Кикиутидің тұжырымы бойынша: «Мингэй теориясы және онымен бірге елестейтін стиль – «шығыс философиясы» немесе «жапон стилі» деп аталса да, басқа жағынан, олар мультикультурализмнің «аутентикалық» дәстүрі мен постмодернистік символы ретінде көрінеді. Ал олар өз кезегінде, Батыс дизайнінің жаңа замандық теориясы мен стилі болып табылады».

«Мингэй» стиліндегі өнімдер мәдени индустрияның бір бөлігі бола отырып, елдің бюджетіне ірі табыс әкелуде. Жаһанданудың қазіргі жағдайында халық қолөнері мен дәстүрі өзінің ішінде аймақтық қана емес, жаһандық та сипаттарын шоғырландырып, нарық заңдарына еріксіз бейімделуде. Яғни, «глокализация» қағидасы қызметін бастайды.

«Глокализация» (Glocalization) – ағылшын тіліндегі «globalization» (глобализация) және «localization» (локализация) сөздерінің бірігуінен пайда болған термин. Бұл ұғым, әдетте жаһандық түрде жасалатын және тарайтын, кейде аймақтық нарыққа арналатын өнім немесе қызметке қатысты қолданылады. Яғни өнім немесе қызмет түрі сол аймақтағы жергілікті заңдарға, салттар мен тұтынушылардың қажеттіліктеріне сай болу негізінде дайындалады. Сәтті түрде глокализацияланған өнім немесе қызмет түрі тұтынушының аса үлкен қызығушылығын тудырады [11].

Осылай, Жапонияда мәдени индустрия арқылы белгілі бір аймақтың ерекшелігін таныстыру мен уағыздау жұмыстары жүргізілуде. Ал осының арқасында, елдің имиджіне лайықты жағдай туғызады [10, 243-6].

Сыртқы мәдени саясат – мәдениет саласындағы Жапонияның мемлекеттік саясатының үшінші бағыты болып табылады. Жоғарыда айтылғандай, Жапония өте ұзақ уақыт бойы өзінің қажеттіліктеріне батыс қоғамының стандарттарын ыңғайлады. Ал Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін, жапон және батыс мәдениеттері арасындағы тікелей байланысты жойып, батыс мәдениетіне сүйенбей, өзінің ұлттық мәдениетін әлемге белсенді түрде таратуға шешім қабылдады. Бұл жағдайлар Жапонияның сыртқы мәдени саясатының стратегиясына соңғы онжылдықтарда белгілі бір өзгерістер енгізді. Бір жағынан, жапон мәдениетінің халықаралық сахнаға толығымен шығуы, басқа жағынан, мәдениет саласындағы қызметке биліктің бақылауы күшейді. Осы қызмет жүзеге асуы үшін маманданған жаңа мекемелер құрылды, сонымен қатар халықаралық мәдени қызметке бюджеттен бөлінетін қаржы да көбейді.

1980 жылы Жапонияда «Мәдениет кезеңі» атты саяси доктринасы жарияланды, оның мазмұны келесі жағдайларға келіп тіреледі:

1. Халықаралық істерде басшылық рөлін Еуропа мен АҚШ атқарған тарихи «модернизация» кезеңі аяқталды;

2. Еуропацентристік «модернизация» кезеңі аяқталып, оның орнына «мәдени кезең» келді. Бұл кезеңде жапон ұлттық әлеуметтік қатынастарының идеалы негіз болатын, батыстан ерекшеленетін жаңа қоғам пайда болды [12].

Бұл доктринада, Жапония билігінің халықаралық сахнада жапондықтардың мәдени ерекшелік идеясын және бүкіл әлемде жапон стандарттарының әмбебаптылығын нақтылау жолындағы тырысулары көрінеді.

Жапонияның сырттағы мәдени саясатының кейбір жағдайларын ресейлік тарихшы Е.Л. Катасонова былай тұжырымдайды: «Мемлекеттің халықаралық мәдени байланыстарды реттеумен тым белсенді айналысуы, байланыстардың негізінен тұлғалар арасында емес, үкіметаралық деңгейде өтуі және тек ресми мәдени шаралар мен жапон тілінің таратуына демеушілік жасау арқылы ғана өтеді. Елде тек соңғы жылдарда ғана жапон мәдениетін шетелде таратуды нәтижелі өткізу мақсатында үкіметтік және үкіметтік емес ұйымдардың арақатынас «жүйесін» құру қажеттілігі түсінікті болды» [12, 184-б].

Шетелдегі жапон мәдениеті оның экономикалық бөлшегімен ұсынылған және өзінің стратегиялары бар жапон компанияларымен қаржыландырылады. Жапондық тұтынатын тауарлар, кәсіпорындарды басқару модельдері мен жолдары, конструкторлық жаңалықтар, еңбек мотивациясын ынталандыру жолдары мен шаруашылықты мемлекеттік реттеу, тағы да басқалары шетелдіктер арасында барынша сұранысқа ие және Жапонияның мәдени экспорты үшін маңызды факторлар болып табылады.

Жапонияның корпоративті мәдениет моделіне келетін болсақ, жапон компанияларында тұлға үстінде толық бақылау орнату, жеке тұлғаның ортақ іске толық адалдығы, тұлға алдындағы, оның денсаулығы мен жанұясы алдындағы компанияның толық міндеттілігі қағидасы («маргакаэ») үстемдікке ие.

Ұжымдық бірлік – жапондық қана емес, батыс компанияларына да тән сипат. Жапон тобын батыс командасынан корпоративті мәдениет анализі шеңберінде ерекшелуге болады. Жапонтанушы И.Л. Тимонинаның айтуынша: «Топтың командадан ерекшелігі – жеке мүдделердің топ мүдделеріне абсолютті бағынуы. Оның нәтижесінде топтың кейбір мүшелері өзіндік ерекшелігін, жекелігін жоғалтып алады. Бұл тұрғыдан жапон корпорациялары...батыстан ғана емес, батыстық

басқару тұжырымын игерген көптеген азиялық компаниялардан да ерекшеленеді» [13].

Жапон әлеуметтанушыларының «Жапон жүйелері. Альтернативті өркениет нұсқаларының бірі» атты ұжымдық еңбегінде мынадай көзқарас айтылады: «Жапон қоғамдық жүйесінің ұжымдық интерпретациясына сәйкес, оның мүшелері ұйымның, компанияның барлық талаптарына көнеді және өзін толығымен компанияға арнайды, тіпті құрбандыққа өзінің және өз жанұясының мүделері түссе де, бұл өзгермейтін қағида. Себебі олар жұмыс орнында барынша түрде гармониялық қатынастарды сақтап қалуға тырысады». С.В. Чугров көзқарасқа кері тұжырым жасап, қазіргі жағдайдағы жапондықтардың еңбегін ұйымдастыру бонустар жүйесі мен басқа да материалдық ынталандыру түрлеріне сүйенуді бастап келе жатыр. Бірақ сонда да патерналистік әлеуметтік құрылым ұлттық санада мызғымас болып қалатынын айтады [14]. Жапония дәл осы корпоративті және іскер мәдениетінің қағидаларын шетелге таныстыруда.

Жапонияда қалыптасқан күшті корпоративті мәдениет, жаһандық өзгерістерге жақсы бейімделе алмайтындықтан өзінің жетіспеушілік жақтарына ие. Оған байланысты И.Л. Тимонина былай дейді: «Қазір даму сатысының қуып-жету сатысының аяқталуы мен жылдам өзгеретін жаһандық нарықтар жағдайына тез ыңғайлану қажеттілігімен байланысты өзгерістер кезеңінде жапон корпорациялары өзінің корпоративті мәдениетін де түзетуге мәжбүр. Ал бұл корпоративті басқаруды реформалау үрдісіндегі ең қиын міндет болып отыр» [13, 128-б].

Сонымен, Жапонияның жаһандану кезеңіндегі мәдени саясатының басты үш бағытына анализ жасап, келесі қорытындыларға келуге болады.

Өзінің мәдени мұрасын қорғау жөнінде белсенді қызмет атқара отырып, Жапония әлемдік қауымдастықты «көзге көрінбес мәдени рухтың» маңыздылығына көңіл бөлуге шақырады. Себебі бизнестің мәдениетті жұтып қоятын заманында жаһанданудың осындай бір кері әсері үшін оны жоғалтып алу оңай. Жапон билігі елдің аймақтарын дәстүрлі мәдениетті нарық ережелері мен бизнес заңдарына бейімдеу арқылы дамытып жатыр. Осылай, жаһандану үрдістерінің мәдени саласы үшін барынша төмен деструктивті жағы болып табылатын мәдени индустрия саласы пайда болды. Жапонияның қазір шетелге таныстырып, таратып жатқан корпоративті мәдениет моделі,

Жапонияның өзінде қуып жету сияқты даму сатысында қолданған. Ал индивидуалды бастауларға негізделген Батыс елдерінде бұл модель тіпті өмір сүре алмайды.

1. Декларация Мехико о политике в области культурной политики. http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=12762&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.
2. Lennon A. The Battle of Hearts and Minds: Using Soft Power to Undermine Terrorist Networks. – Washington, 2003., 3-б.
3. Гаджиев К.С. Имидж как инструмент культурной гегемонии // Мировая экономика и международные отношения, 2007, № 12, 4-б.
4. Катасонова Е.Л. Япония: вызов западной цивилизации? // Япония: мифы и реальность. – М., 1999. 186-б.
5. Официальный сайт Агентства по культуре Японии. Политика по распространению японского языка. http://www.bunka.go.jp/urope/pdf/chapter_06.pdf.
6. Современное состояние и перспективы российской японистики: симпозиум 2006. – М., 2007, стр. 78.
7. Молодякова, Э. В. Деятельность Японии в рамках программы ЮНЕСКО «Всемирное наследие» // Ассоциация японоведов России. Японский опыт для российских реформ. 2006.
8. Стапран, «Бунка сангё» или как культура возрождает регионы // Ассоциация японоведов России. Японский опыт для российских реформ. 2005.
9. Зуев А, Журнал «Отечественные записки». №4 (24). 2005. URL: .
10. Kikuchi, Japanese Modernisation and Mingei Theory. Cultural nationalism and Orientalism. London, New York. 2004. 53-б.
11. Мир словарей. <http://allfi.biz/glossary/eng/G/globalization.php>
12. Катасонова Е.Л. Япония: вызов западной цивилизации? // Япония: мифы и реальность. – М., 1999. 182-183 б.
13. Тимонина, И. Л., Корпоративная культура Японии: общее и особенное // Портрет современного японского общества. 2006. 120-б.
14. Чугров, С. В. К вопросу о сочетании традиционализма и модернизма в современном японском мышлении // Политические институты на рубеже тысячелетий. Дубна. 2001. 363-б.

Имашева А.М.

Внешняя культурная политика Японии в эпоху глобализации

В статье рассматриваются основные государственные органы осуществляющие деятельность по внешней культурной политике Японии. В том числе их главные направления, программы и доктрины по распространению японской культуры в мире. Также говорится о том, что Япония ведет свою внешнюю культурную политику с помощью распространения японского языка, традиционной культуры и японского образа мышления.

Imasheva A.

Japan's foreign cultural policy in the era of globalization

The article reviews the main public bodies engaged in activities for foreign cultural policy in Japan. Among their main lines, programs, and doctrine for the dissemination of Japanese culture in the world. It is said that Japan conducts its foreign cultural policy through the dissemination of Japanese language, traditional culture and traditional Japanese way of thinking.