Санкт-Петербургский государственный университет

Восточный факультет

Кафедра японоведения

МАЛИНИН Антон Алексеевич

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**ОСОБЕННОСТИ ИЗОБРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА ПУТЕШЕСТВИЯ В ПОПУЛЯРНОЙ КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ (КОНЕЦ XX – НАЧАЛО XXI ВВ.)**

Уровень образования: бакалавриат

Направление 58.03.01 «Востоковедение и африканистика»

Основная образовательная программа СВ.5035

«Востоковедение и африканистика»

Профиль: Японская филология

Научный руководитель:

доцент,

кафедра японоведения

Хронопуло Л.Ю.

Рецензент:

старший научный сотрудник отдела

искусства Дальнего Востока, Юго-

Восточной Азии и Океании

Государственного музея Востока

Егорова А.А.

Санкт-Петербург, 2021

Оглавление

[ГЛАВА 1. 4](#_Toc73625052)

[1.1. История путешествий в Японии и их репрезентация в литературе 4](#_Toc73625053)

[1.2. Практика путешествий современных японцев 21](#_Toc73625054)

[ГЛАВА 2. 29](#_Toc73625055)

[2.1. Путешествия и популярная культура 29](#_Toc73625056)

[2.2. Путешествия и современная японская проза. Сборник рассказов Хаяси Марико «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои» 33](#_Toc73625057)

[Заключение 43](#_Toc73625058)

[Список использованных источников и литературы 45](#_Toc73625059)

**Введение**

Выпускная квалификационная работа посвящена исследованию изображения концепта путешествий в популярной культуре современной Японии. Изучение особенностей тематики в литературе и популярной культуре проводится на примере произведения «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои» (яп. 次に行く国、次にする恋, «Снова за границу и снова – влюбиться») Хаяси Марико.

Цели данной работы – определить особенности изображения концепта путешествия в популярной культуре современной Японии (конец XX – начало XXI вв.). Задачи исследования заключаются в следующем:

1. Рассмотреть историю путешествий в Японии с древнейших времен до наших дней;
2. Выявить особенности практики путешествий японцев;
3. Проследить тенденции путешествий современных японцев внутри страны, а также за рубежом;
4. Выявить связь популярной культуры современной Японии с туризмом;
5. На примере художественного произведения выявить особенности японского менталитета и межкультурного взаимодействия.

Данная выпускная работа включает в себя введение, две главы, заключение и список использованных источников и литературы.

В первой главе работы будет рассмотрена история путешествий в Японии и их репрезентация в литературе с древнего периода по настоящее время. На основании изученных целей и причин поездок японцев в древние времена и средневековье, способов передвижения, трудностей и условий, в которых люди были вынуждены перемещаться, будет проведен анализ практики путешествий, также будут подробно рассмотрены популярные туристические места и главные государственные тракты и дороги Японии.

Изучены тенденции путешествий японцев и в более поздние периоды, их мотивация и основные туристические направления.

Во второй главе подробно рассматривается так называемый *аниме-туризм* в качестве примера значения японской популярной культуры для путешественников в целом. На основе различных современных статей и интернет-блогов были изучены основные направления аниме-туризма и самые популярные туристические места в Японии.

Во втором разделе главы будет проведен анализ произведения Хаяси Марико «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои», которое представляет собой сборник рассказов о молодых девушках, путешествующих за границу. Такой анализ поможет лучше понять мотивации и цели путешествий современных японцев. Книга также открывает более масштабную картину на видение японцами зарубежных стран, их взгляды и впечатления, раскрывает менталитет и особенности культурного взаимодействия. Поскольку произведение не переведено на русский язык, в качестве источника будет использован оригинальный текст на японском языке.

При написании выпускной квалификационной работы использовались работы отечественных и западных исследователей, посвященные как истории развитии коммуникаций в Японии, быту и обычаям японцев, так и непосредственно путешествиям и туризму в конкретные эпохи. Поскольку в российском японоведении данная тема поднималась нечасто, исследование было основано на базе работ западных ученых и японской художественной литературе.

Основная информация касательно истории путешествий была взята из таких научных трудов, как «The Tokaido Road: Traveling and representation in Edo and Meiji Japan» Traganou J., «Travel and Tabibanashi in the Early Modern Period: Forming Japanese Geographic Identity» Shores M. W., «От Эдо до Токио и обратно: культура, быт и нравы Японии эпохи Токугава» А. Ф. Прасола, «Японская литература XVII – XIX столетий» Д. Кина. Сведения о современной практике путешествий и туризме в Японии преимущественно были взяты из интернет-источников, статей и исследовательских работ наших современников.

В роли объекта данной работы выступает концепт путешествий в популярной культуре современной Японии. Предмет работы – особенности репрезентации этого концепта в современной литературе и культуре в целом.

# **ГЛАВА I.**

# **История путешествий в Японии и их репрезентация в литературе**

Практика путешествий в японской культуре восходит к древним временам, уже тогда японцы в понятие «дорога» вкладывали очень глубокий смысл, зачастую негативный. Дорога относилась к сфере *сото* (яп. 外, «вне»), что считалось чем-то враждебным, небезопасным и чужим в представлении японцев. Они предпочитали оставаться в сфере *ути* (яп. 内, «внутри»), то есть дома, в родных землях. Именно поэтому поездки среди простолюдинов в период с начала эпохи Нара (710-794) примерно до начала эпохи Эдо (1603-1867) были достаточно редким явлением и даже порицались общиной.

Считалось также, что территория, находившаяся вне «дома», была населена злыми духами, которые вредили людям, по каким-то причинам все-таки покидавшим свои родные края. Находившихся под влиянием традиционных верований японцев впечатляли рассказы о злых духах и божествах, поэтому это также служило одной из причин, почему они достаточно редко покидали свои дома.

К числу тех, кто все-таки выезжал за пределы родных земель, относятся в основном государственные чиновники, налогосборщики и военные, чьи поездки носили официальный характер и были ничем иным, как командировками, которые, как правило, были практически всегда обязательны. В редких случаях кто-то желал быть отправленным в командировку, так как такое «путешествие» сопровождалось большими неудобствами и трудными, дикими условиями. При дорогах, соединявших города и провинции, вплоть до эпохи Эдо почти никогда не было постоялых дворов и других удобств. Это означало, что путешественникам приходилось самим искать себе место для сна, заранее запасаться продуктами и готовить еду в полевых условиях. Такие путешественники, странники, по своей или чужой воле оказывавшиеся вдали от дома, воспринимались местными жителями как маргиналы, отшельники, которым часто отказывали в помощи.

Проложенные еще в VIII в. семь «государственных дорог» соединяли тогдашнюю столицу Нара с основными регионами, а также служили в качестве их границ. Эти дороги со всеми их ответвлениями в итоге и стали основным маршрутом для путешествий и странствий в древней и средневековой Японии. Одной из крупнейших и самых популярных считался тракт Токайдо, который проходил вдоль Тихого океана от столицы до провинции Муцу и соединялся с дорогой Тосандо[[1]](#footnote-1). Самое большое количество путешествий, в которые отправлялись странники и чиновники, приходилось именно на тракт Токайдо.

Поскольку придорожные постоялые дворы массово стали появляться только в период Эдо, путешественники поначалу ночевали в гостиницах *хондзин* 本陣, которые располагались в населенных пунктах. Добраться до города до наступления темноты было в их интересах, так как ночевать в полевых условиях было как минимум неудобно, а иногда и опасно. При таких гостиницах, как правило, жили гейши и проститутки, предоставлявшие свои услуги путешествующим[[2]](#footnote-2). Такого рода «удобства» массово появляются ближе к началу эпохи Эдо.

Большие трудности у путешественников вызывали географические особенности местности. Над реками зачастую не было мостов, а крупные озера требовали очень долгих обходов. Странникам приходилось тратить на дорогу несколько дней, либо переправляться с помощью самодельных плотов, что было достаточно рискованно. Горные местности, что составляют большую часть японского архипелага, также вызывали трудности для передвижения. На преодоление этих препятствий уходило большое количество времени. Помимо того, что на дорогу путешественники тратили очень много ресурсов, это было также опасно, и далеко не все путешественники после этого возвращались домой[[3]](#footnote-3).

Путешествовать было нелегко еще и из-за того, что практически отсутствовали средства передвижения для длительных поездок. Только к эпохе Эдо японцы начали использовать лошадей и различные транспортные средства с колесами. Чаще всего это были повозки, которые нанимали богатые торговцы и высокопоставленные чиновники. Вместе с ними шли рикши, которые тянули на себе повозку с человеком. Более бедные странники путешествовали на ногах, без каких-либо транспортных средств, что с одной стороны было достаточно сложно, но, с другой стороны избавляло от ряда проблем, связанных с передвижением в труднодоступных местах[[4]](#footnote-4).

В разные эпохи японцы использовали разные слова, означающие «путешествие». Более того, со сменой исторического периода часто менялась и идея, которую японцы вкладывали в понятие «путешествие». В древние времена использовалось слово *таби* (яп. 旅, «путешествие»), имевшее дословное значение «покидать дом и уходить куда-то на какое-то время», согласно словарю «Нихонго Дайдзитэн»[[5]](#footnote-5). Это слово не всегда означало «уходить далеко из дома». Часто под этим словом понималось именно не путешествие за границу, а поездка в другой город или провинцию[[6]](#footnote-6). Слово впервые появляется в поэтической антологии Манъёсю (яп. 万葉集, «Собрание мириад листьев»), составленной в 759 г. Входившие в антологию стихи *таби-но ута* (яп. 旅の歌, песни о путешествиях), главной темой которых являлись путешествия, часто записывались для того, чтобы успокоить духов других земель[[7]](#footnote-7). Позднее, в периоды Нара и Хэйан (794 – 1185), слово «таби» обрело негативную коннотацию. Помимо того, что японец покидал свою общину, он также предавал своих местных духов. Это свидетельствует о том, что это слово имеет и религиозные корни. Оно могло произойти от слова *табэбито*食べ他人, что значит «буддийский святой, просящий милостыню»[[8]](#footnote-8). С наступлением периода Мэйдзи (1868 – 1912), слово *таби* становится менее распространенным, а в лексикон японцев входит слово *рёко* (яп. 旅行, «путешествие»), которое пришло в японский язык из китайского и было зафиксировано уже в 1601 г. в Ниппо дзисё (яп. 日葡辞書, «Японо-португальский словарь»), первом японском словаре, изданном на Западе.

Помимо обязательных командировок чиновников, существовали и другие причины, почему люди уезжали из родных краев и исследовали страну. Монахи, священнослужители синтоистских и буддистских храмов часто отправлялись в путешествия по паломническим местам. Женщинам же, в отличие от мужчин, запрещалось посещать некоторые храмы, так как они уступали мужчинам по статусу и считались нечистыми созданиями[[9]](#footnote-9). Конечно же, на дорогах, связывавших города и провинции, мужчин можно было встретить гораздо чаще, чем женщин. Позднее, в эпоху Эдо, паломнические поездки стали совмещать с путешествиями по достопримечательностям. Такие поездки принимали уже не столько религиозный, сколько развлекательный смысл[[10]](#footnote-10).

Со временем путешествия по *мэйсё* (яп. 名所, «известное место», «достопримечательность») становились все более популярны. Японцы посещали эти места не только из-за практических нужд (например, описание местности), но и стремились найти в этом эстетическое наслаждение, духовно обогатиться и сменить обстановку. В древней Японии только сам император и его приближенные имели привилегию путешествовать по знаменитым местам. И именно во время таких поездок стали слагаться первые стихи, восхвалявшие местность или конкретную достопримечательность. Как было упомянуто ранее, тематика путешествий уже присутствовала в древнейшем письменном поэтическом сборнике VIII в. «Манъёсю», составленном Отомо-но Якамоти 大伴家持 (716–785). В X в. была выпущена еще одна императорская поэтическая антология, Кокинвакасю (яп. 古今和歌集, «Собрание старых и новых песен Японии»), состоящая из двадцати свитков, и один из этих свитков был посвящен странствиям. В стихах, включенных в этот свиток, *мэйсё* играют уже большую роль не просто в описании местности, но и в передаче атмосферы, чувств, навеянных этими местами. Также известные места часто становятся нарицательными из-за климата, рельефа и других особенностей местности, из-за ассоциаций, которые рождаются у поэтов. Часто используемые названия и предметы начинают трансформироваться в изобразительные средства и приемы. Использование топонимов, ассоциированных с конкретными или абстрактными явлениями, родило изобразительный прием *ута-макур*а (яп. 歌枕, «подушка песни»), который становится неотъемлемой частью большого количества стихотворных произведений, написанных в древней и средневековой Японии[[11]](#footnote-11). Число изобразительных средств стремительно росло, и это послужило причиной создания целых словарей, в которых можно было уточнить и разъяснить значение того или иного средства. Особо популярны были словари именно с *ута-макура*. Молодые поэты могли обратиться к такому словарю, чтобы почерпнуть оттуда идею для своей песни.

В эпоху Хэйан и в ранний феодальный период в истории Японии появилась новая идея путешествий по *мэйсё*. Буддистские паломники покидали свои дома, монастыри и отправлялись в долгие скитания по Японии в поисках себя, смысла жизни[[12]](#footnote-12). Они стремились познать эстетический принцип *мудзё*無情, при котором остро понимается изменчивость каждого мига, бесконечная смена красок, звуков[[13]](#footnote-13). Их переживания и впечатления записывались в новой литературной форме, *кико* (яп. 紀行, «путевые заметки»), которая становилась все более популярной в те времена.

Примерно в эту же эпоху возрастает количество отшельников, изгоев, странников, отправлявшихся в путешествия и скитания не столько из религиозных побуждений, сколько из желания обрести новую жизнь и удалиться от того, что мешает существовать в согласии с самим собой. Многие из странников становились поэтами, которые описывали не только свои чувства, переживания и познанные истины, но и климат, рельеф, растительность, животный мир и обычаи других регионов. Японцев, никогда ранее не выезжавших за пределы своих родных земель, не могла не заинтересовать подобного рода литература, и хоть далеко не каждый японец того времени владел иероглифической письменностью, путевые заметки быстро обрели популярность среди широких кругов[[14]](#footnote-14).

В период Эдо термином *мэйсё* обозначают уже не священные места паломничества или величественные достопримечательности, а развлекательные заведения и даже целые кварталы, хотя первоначальное значение за этим термином все также сохраняется. Путешественники, отправлявшиеся в другие города в поисках развлечений, подробно описывали места, которые они посещали, и продавали свои заметки[[15]](#footnote-15). Создаются и художественные произведения, основополагающим мотивом и двигателем сюжета в которых становится путешествие главных героев.

С наступлением эпохи Эдо отношение к путешествиям стало постепенно меняться. Прежде всего это было связано со стабилизацией политической обстановки в Японии, перенесением столицы из Киото в Эдо и развитием торговли и экономики. Начались масштабные работы по строительству и благоустройству дорог, соединявших города и префектуры. Крупных дорог *кайдо* (яп. 街道 , «большая дорога, тракт») в период Эдо насчитывалось пять: Токайдо 東海道, Накасэндо 中山道, Косюкайдо 甲州街道, Осюкайдо 奥州街道 и Никкокайдо 日光街道. Три из них вели из новой столицы Эдо в старую столицу Киото. Самой оживленной и известной дорогой стал тракт Токайдо, который пролегал вдоль океанского побережья и соединял Эдо и Киото. Дорога была достаточно широкой, чтобы на ней могли разъехаться несколько повозок, которых в период Эдо стало значительно больше, но пользовались ими все также в основном богатые торговцы и высокопоставленные чиновники. Такие повозки передвигались при помощи рикшей или лошадей. Бедные странники по-прежнему путешествовали пешком, но зачастую такой способ передвижения они выбирали сами. Они стремились сохранить традиционный способ путешествий, равняясь на своих предков-странников, живших в древние времена. Это было достаточно трудно, но в то же время передвижения пешком избавляли их от дополнительных затрат и проблем (например, с транспортом в труднопроходимых местах) и позволяли отрешиться от повседневных проблем, очистить свой разум и насладиться красотой природы, которую японцы ценили и воспевали в литературе и искусстве[[16]](#footnote-16).

Вдоль трактов стали появляться специальные гостиницы, постоялые дворы-*сюку* 宿, чайные домики, мастерские и даже публичные дома, где можно было отдохнуть и снять напряжение в компании местных обитательниц. В эпоху Эдо путешествия стали приобретать все более развлекательный характер. Кроме того, больше японцев стали путешествовать с целью паломничества в священные храмы Нара, Киото и Исэ.

Путешествия обходятся довольно дорого и сейчас, а в период Эдо расходы на поездки были несравнимо выше. Например, двенадцатидневная поездка из Эдо в Исэ (популярное направление в XIX в.) стоило бы порядка 240000 йен. В эту стоимость были включены расходы на проживание, передвижение и питание. Для того, чтобы оплатить такое путешествие, обычному японцу приходилось очень много работать, поэтому такие поездки были доступны далеко не каждому простому горожанину[[17]](#footnote-17).

С наступлением эпохи Эдо привычные постоянные перемещения чиновников и самураев между княжествами стали еще более частым явлением. Для того, чтобы система *санкин котай* (яп. 参勤交代, «сменная служба») – принудительные командировки, обязывавшие провинциальных правителей периодически пребывать на службу в ставку сёгунов Токугава в Эдо, –функционировала эффективнее, было принято решение улучшить качество дорог, соединявших большие города со столицей, увеличить число таких дорог и развить инфраструктуру вдоль них. Именно при правлении рода Токугава такая система получила законный статус, и переезды удельных князей стали нормой феодальной жизни. Регулярные перемещения воинской элиты вместе со всеми вассалами и домочадцами и заложили основу внутренней транспортной системы и системы постоялых дворов. Больше всего поездок удельные князья совершали из своих княжеств в столицу и обратно. Этого требовала система *санкин котай*[[18]](#footnote-18). Большинство князей прибывали в столицу в конце марта – начале апреля, а через год возвращались в свои уделы[[19]](#footnote-19).

Удельные князья, их приближенные и чиновники, путешествовавшие из своих княжеств в Эдо, желали произвести эффект на столицу и показать себя с лучшей стороны. Поэтому они останавливались в лучших гостевых домах по дороге и по прибытии в столицу. Князю выделялась отдельная усадьба *хондзин*, приближенные располагались в менее роскошных домах. Они снаряжали богато украшенные паланкины, которые несли шесть – восемь человек[[20]](#footnote-20).

В начале эпохи Эдо путешествия для простых японцев были практически полностью запрещены, если это не касалось паломнических поездок по священным землям и храмам. Однако длинные путешествия были все также под запретом. В случае, если простолюдины и получали разрешение выехать из родного города или поселка, государство и специальные службы постоянно следили за ними и проверяли на больших дорогах и трактах. Более того, японцы были обязаны иметь при себе документы, в которых содержалась информация об их имени, возрасте, адресе. Чаще всего таким документом являлся *ораитэгата* (яп. 往来手型 , «разрешение на путешествие»), который в каком-то смысле напоминал паспорт[[21]](#footnote-21).

Исследователи склонны считать эпоху Эдо в целом периодом расцвета путешествий[[22]](#footnote-22). По описаниям известного немецкого путешественника и натуралиста Энгельберта Кемпфера (1651–1716), тракт Токайдо был переполнен людьми не менее, чем густонаселенный европейский город. Однако существовал закон, который запрещал свободно передвигаться по стране не только простолюдинам, но и женщинам, кроме монахинь. Были случаи, когда женщин с бритыми головами задерживали и арестовывали во время их путешествий. Цели, почему женщины покидали свои дома и отправлялись в путешествия, отличались от целей мужчин. Скорее всего, зачастую они просто убегали от своих деспотичных мужей и пытались найти новую жизнь в другом городе или даже столице. Мужчины же часто путешествовали в развлекательных целях, совмещая в одной поездке и паломнические, и туристические цели[[23]](#footnote-23).

Похожие запреты на путешествия были введены и для земледельцев, которые торговали своим урожаем. Несмотря на подобные ограничения, количество земледельцев, ремесленников и торговцев, путешествовавших обычно в период межсезонья, стремительно росло. Причиной тому стали высокий рост урбанизации и повышение спроса на рынке труда. Ремесленники уезжали из родных земель в столицу, чтобы продемонстрировать свои навыки и умения и, по возможности, заработать денег[[24]](#footnote-24).

Отдельным видом путешествий являлось паломничество на гору Фудзи. В эпоху Эдо, когда путешествия стали становиться более доступными для обычных людей, посещение горы Фудзи вошло в список обязательных дел, которые должен был выполнить каждый японец. Паломники со всех концов страны съезжались в эту местность несмотря на то, что это было достаточно далеко и затратно[[25]](#footnote-25).

В этот период также расширяется разнообразие литературных жанров и тематики. В связи с началом коммерческого книгопечатания, литература становится более доступной разным слоям населения. Помимо увеличения аудитории читателей, увеличивается и количество авторов, принадлежащих разным социальным группам. Вместе с этим, тематика путешествий также обогащается, так как все больше людей начинают интересоваться далекими землями и незнакомыми традициями, и большее количество людей начинает путешествовать, создавая произведения разных жанров[[26]](#footnote-26). Такие произведения отлично продавались, ведь тематика была в каком-то смысле уникальной. Особое признание получил жанр *кана-дзоси*. Изначально этот термин употреблялся для отграничения произведений, написанных целиком на *кана* или китайскими иероглифами в сочетании с *кана* от произведений на китайском языке. Однако, позднее этим термином стали именовать огромное множество произведений эпохи Токугава.

Помимо беллетристики и многих других схожих произведений к *кана-дзоси* причисляются произведения практического характера, среди которых были популярны и путеводители. Авторы таких работ в первую очередь писали о том, где остановиться на ночлег, как сэкономить, что и по какой цене можно привести домой в качестве сувенира. Также они дополняли свои путеводители такой информацией, как интересные факты из истории или поэзии. Жанр путеводителей восходит к древнему жанру путевых дневников[[27]](#footnote-27), одним из самых известных является «Дневник путешествия из Тоса в столицу»[[28]](#footnote-28), датируемый X в., автора Ки-но Цураюки (紀貫之, ок. 866–945). Авторы путеводителей нередко оставались в тени, выдумывали персонажей главных героев, давали им особые имена, характерные черты и способности. Они сообщали сведения в виде связанного текста, нередко добавляя несложную сюжетную линию и выдуманные детали[[29]](#footnote-29).

В эпоху Эдо был популярен жанр *ракуго* (яп. 落語, «комичные рассказы»). Он включал в себя веселые, комичные рассказы, которые можно было рассказать за двадцать – тридцать минут. В основном такие истории передавались устно, рассказчик надевал кимоно, брал в руки веер и занимал на некоторое время свою публику. *Табибанаси* (яп. 旅話, «истории из путешествий») является вытекающим жанром из *ракуго,* и в основном, включает в себя комичные рассказы о путешествиях. Сюжеты в рамках этого жанра обычно повествуют о том, как простые японцы попадают в смешные ситуации, с чем они сталкиваются во время своих путешествий. Также авторы *табибанаси* включали в свои произведения описание местности, дороги, природы и всего, что их окружало во время путешествия. Такие рассказы позволяли читателям узнавать о разных диалектах японского языка, что иногда вызывало трудности при чтении. Благодаря *табибанаси*, японцы могли примерять на себя обычаи и традиции, особенности менталитета других регионов, сравнивать и черпать полезную и новую информацию, улучшать свой быт[[30]](#footnote-30).

В этот период в Японии было создано огромное количество беллетристических произведений, для обозначения всего этого разнообразия литературной продукции было принято использовать термин – *гэсаку*. Одним из самых популярных жанров, выделявшихся в рамках литературы *гэсаку*, являлся *коккэйбон* (яп. 滑稽本, «забавная книга»). Произведением, впервые утвердившим *коккэйбон* как один из ведущих жанров в литературе начала XIX в., вне всякого сомнения, явилась книга Дзиппэнся Икку (1765-1831) «Токайдотю хидзакуригэ» (яп. 東海道中膝栗毛, «На своих двоих по тракту Токайдо»). Читатели той эпохи были в восторге от подобных произведений, их одновременно увлекала интересная сюжетная линия, изобилие юмора и описание географической местности, пейзажей и других людей, с которыми приходится сталкиваться персонажам[[31]](#footnote-31).

С наступлением эпохи Мэйдзи Япония перешла от изолированного феодального общества к новому индустриальному национальному государству. На Японию огромное влияние в сфере науки, технологий, политики и даже философских идей стали оказывать западные державы. Таким образом, японское общество кардинально изменилось, новые порядки затронули социальную, политическую, экономическую структуры, а само государство стало новым участником международных отношений. Поскольку политика *сакоку* (яп. 鎖国, «самоизоляция») потерпела крах, Япония больше не являлась отрезанной от всего остального мира, были налажены торговые и дипломатические отношения с Китаем, Европой и США, также японцы могли получить разрешение на выезд за границу.

Японцы также стали путешествовать по колонизированным территориям и историческим местам сражений для того, чтобы увидеть за что воевали их предки, такая идея была поддержана правительством с целью формирования патриотического духа у подданных Японской Империи. Такие ознакомительные поездки назывались *сисацудан* 視察団, и чаще всего в них вовлекались дети и подростки еще со школьных лет, взрослые японцы также совершали такие путешествия[[32]](#footnote-32). Воспитание духа патриотизма в японцах с самого детства, начиная еще с давних времен, оставило свой след на их мировосприятии, а вместе с этим и на концепции путешествий.

К началу XX столетия японцы начинают активно перемещаться по миру, чаще всего с целью обмена культурным опытом, установления дипломатических связей или передачи и заимствования знаний в научных областях. На первых порах такой привилегии удостаивались только мужчины, талантливые дипломаты, ученые и писатели, однако вскоре даже женщин стали отправлять в поездки. Так первой женщиной, которая получила деньги на поездку в Европу от японского правительства стала поэтесса Ёсано Акико 与謝野晶子 (1878–1942). Целью ее поездки был культурный обмен и сбор информации для своего литературного творчества, что свидетельствует о том, что Япония постепенно уходила от патриархальных устоев и была готова развиваться в ногу со временем. Японская империя была крайне заинтересована в формировании своего имиджа на международной арене. Более того, перенимание опыта от западных держав и поглощение новых для японцев сведений способствовало модернизации государства.

Так, Ёсано Акико продолжила многовековую традицию своих предшественников и в 1915 г издала сборник путевых заметок «Пари ёри» (яп. パリより, «Из Парижа»). Этот сборник стал итогом ее путешествия в Европу, где она познакомилась лично с многими деятелями литературы и политики, узнала много новых сведений о культуре и жизни европейцев. Центральной темой сборника являлась пейзажная лирика и описание ее передвижений. Поэтесса также рассказывает о том, как сложно путешествовать с мужем и детьми.

Японское правительство также стремилось развивать туризм внутри страны не только для японцев, но еще и для иностранцев, которые приезжали в Японию для более детального изучения недавно открывшейся страны. В интересах императора было впечатлить иностранцев и показать им военную мощь и силу Японской империи, поэтому Япония старалась усиленно привлекать туристов с Запада[[33]](#footnote-33).

Вторая Мировая война (1939–1945) замедлила многие процессы, однако послужила мощным толчком для развития всех сфер общества, а также для пересмотра ценностей и мировоззрения. В результате атомной бомбардировки в Хиросима и Нагасаки возникло новое направление в сфере японского туризма. Жители Японии со всех концов страны до сих пор съезжаются в Хиросима и Нагасаки для того, чтобы почтить память погибших. Паломничество по местам, связанным с национальной трагедией, стало неотъемлемой частью жизни каждого японца. Стоит отметить, что туризм в Хиросима не только помог восстановить постройки и заново заселить город, он также позволил японцам переосмыслить произошедшие события и создать новую концепцию города – «города мира», вместе с новыми достопримечательностями и памятниками, посвященными жертвам бомбардировки[[34]](#footnote-34).

В период оккупации Японии США заняли часть острова Окинава, оборудовав ее под нужды вооруженных войск. В результате оккупации была улучшена инфраструктура острова, и позднее Окинава открылась японцам как новое туристическое место, и благодаря своему субтропическим климату стала одним из самых посещаемых мест в Японии[[35]](#footnote-35).

Нередко писатели использовали путешествия в своих произведениях в качестве художественных приемов или создания определенной атмосферы, обстоятельств. Тема путешествий в таких произведениях, как правило вспомогательная, а центральной является любовь, война, дружба, что более характерно для литературы XX в. К таким произведениям можно отнести «Равнина Бансю»[[36]](#footnote-36) 1946 г. Миямото Юрико宮本百合子 (1899–1951）. Повесть рассказывает о путешествии героини в пригород Хиросима, где она ужасается чудовищными последствиями войны и атомной бомбардировки.

В послевоенный период, когда Японии постепенно открывается западный мир, люди с большим энтузиазмом устремляются к путешествиям и даже к переезду за границу. Не исключением стали и писатели, которые видели большой потенциал для творчества за границей. Так, семья знаменитой писательницы Оба Минако 尾羽美奈子 (1946–2007) в 1959 г. переезжает на Аляску. Смена среды проживания, окружения, менталитета очень повлияла на нее, как на личность, на ее взгляды и творчество. Действие ее произведений происходит в основном за границей, на Аляске, где она обосновалась и адаптировалась. Произведение «Три краба» (яп. 三匹の蟹 «Сан бики-но кани», 1967) описывает жизнь и уклад молодой японской семьи, проживающей за границей[[37]](#footnote-37). Рассказ представляет глубокое описание психологических портретов иностранцев, друзей главных героев, а также самих японцев. В произведении затронуты новаторские и ранее практически не обсуждаемые в японской литературе темы гомосексуальности и гендерных предрассудков. Появление и развитие такой тематики стало неким следствием длительного проживания за границей.

Помимо Европы и Америки, японцы также интересуются более экзотическими странами, например, культурой Африки, ее социальной и политической обстановкой. Писательница Соно Аяко 曽野綾子 (р. 1931) в 1997 г. отправляется в поездку по Руанде. Она интересовалась бедностью местного населения, историей геноцида против тутси. В своем романе «Плач» (2005) писательница рассказывает историю монахини, которая приехала в качестве волонтера в Африку. Динамичный сюжет наполнен жестокостью и насилием, однако именно так и представляется тяжелое время геноцида. Роман получил большую популярность в Японии и привлек интерес читателей неординарностью сюжетной линии, новизной тематики и, конечно же, интересными сведениями о культуре и жизни африканских народов.

Таким образом, современная практика путешествий среди японцев складывалась постепенно из многих факторов, включая традиционные устои и обычаи; предрассудки и стереотипы, живущие с древних времен в их менталитете; патриотизм и любовь к своей родине; а также тяга к самосовершенствованию и исследованию мира вокруг себя. С наступлением эпохи Мэйдзи, модернизацией общества и крахом политики *сакоку* японцы стали свободнее в своих передвижениях, сфера туризма вышла за рамки родины. Стремление к усовершенствованию всех сфер жизни общества и культурному обмену с соседями и западными державами способствовало развитию сферы туризма и деловых поездок. Период оккупации и послевоенный период в целом характеризуются не только восстановлением функционирования общества, но также усиленной работой над созданием новых важных туристических мест в Японии. Благодаря преодолению экономического кризиса после войны и реконструкции государства в целом, помимо исследования родных японских земель японцы начинают активнее путешествовать за рубеж, что уже более приближенно напоминает практику путешествий среди современных японцев.

# **Практика путешествий современных японцев**

В послевоенные годы Япония направила все силы на восстановление экономики, ее демилитаризацию и увеличение ВВП, и уже к 60-м гг. экономические показатели были чрезвычайно высоки. Экономический рост повлиял на все сферы жизни общества, включая социальную и культурную. Туризм явился одной из сфер, которая под влиянием экономического подъема в Японии стала активно процветать. Поскольку доходы населения выросли, соответственно, повысился уровень жизни, японцы увеличили свои расходы на саморазвитие, развлечения и предметы роскоши.

Потоки японцев, путешествовавших по своим родным землям, росли в геометрической прогрессии. Недостаток свободного времени, ежедневные переработки редкие выходные и отпуска не препятствовали процессу культурного просвещения и развития туризма. С целью сменить обстановку и снять эмоциональное напряжение японцы планировали свои выходные и отпуска заранее. Для многих семей выехать за пределы своего города или префектуры стало приятной традицией.

Внутренний туризм в Японии уже долгое время является одним из самых популярных видов досуга среди японцев. В начале 2000-х гг. в среднем на одного жителя Японии приходилось чуть больше одного путешествия внутри страны с остановкой в отеле, и более половины таких выездов совершались в туристических целях[[38]](#footnote-38).

Японское правительство поддерживало идею развития внутреннего туризма, так как это являлось дополнительным доходом на региональном и государственном уровне и способствовало культурному обогащению населения в целом. Выделялись большие деньги на развитие инфраструктуры исторических и культурных центров, транспортного сообщения между островами, префектурами и городами, рекламы не особо популярных, но имеющих свою уникальность туристических точек. Помимо самих японцев, привлекались и туристы из-за границы. За счет разнообразных программ культурного и образовательного обмена и привлечения иностранных специалистов велась активная реклама японской культуры за рубежом.

Темпы роста внутреннего туризма начали снижаться в 1990-х гг. вследствие рецессии. Большая часть японского населения предпочло отдых за границей, нежели в родной стране, так как это чаще всего было дешевле из-за высокого уровня внутренних цен, транспортных тарифов и стоимости гостиничных услуг[[39]](#footnote-39).

Основными центрами японского туризма всегда являлись места, с которыми связаны важнейшие для Японии исторические события, где издавна располагались религиозные храмы и центры паломничества. Не менее сакральной для японской культуры является природа, которая с древних времен воспевалась японцами в устном и литературном творчестве. Любовь к природе и всему живому заложена в менталитете японцев, поэтому посещение заповедников, восхождение на горы, любование живописными загородными пейзажами всегда являлись популярными видами туризма. Наиболее важным направлением стала гора Фудзи, которая является частью национального парка Фудзи Хаконэ Идзу (яп. 富士箱根伊豆国立公園, Фудзи Хаконэ Идзу кокурицу коэн). Считается, что каждый японец должен подняться на гору Фудзи хотя бы один раз в жизни. Сезон восхождения длится всего лишь два месяца – июль и август, в это время на вершине горы в ожидании восхода солнца собираются тысячи туристов[[40]](#footnote-40). С начала XX в. в Японии наблюдается расцвет активного туризма на природе. Помимо альпинизма, скалолазания и посещения заповедников, все более популярными становятся водные виды развлечений, включая парусный спорт, дайвинг, прогулки на катерах.

С середины XX в. отмечается интенсивный рост пляжного туризма среди других направлений досуга. Одним из самых популярных курортов Японии является префектура Окинава, находящаяся в составе Рюкюсского архипелага. Поскольку вооруженные силы США заняли достаточно большую часть острова в послевоенный период, инфраструктура и транспортное сообщение Окинава подлежало значительной реорганизации, что в дальнейшем сыграло важную роль в развитии сферы туризма в регионе. На островах Рюкюсского архипелага прежде всего туристов привлекает уникальный климат: Окинава – единственная префектура в Японии, которая находится в субтропическом климатическом поясе, что позволяет принимать туристов в течение круглого года. Дикие и облагороженные пляжи, лазурная вода, коралловые рифы, уникальная природа – все это привлекает огромное количество туристов каждый год. В последние годы большую популярность набирает *экологический туризм* (форма устойчивого туризма, сфокусированная на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных территорий). В силу своих природных особенностей, Окинава может предложить большое разнообразие направлений в экотуризме. Поскольку в японском менталитете заложена любовь к природе и созерцание прекрасного, идея сохранения первозданности пейзажей широко распространилась среди японцев[[41]](#footnote-41).

Внутренний туризм в Японии носит сезонный характер. Большая доля поездок приходится на август – конец лета, сезон летних отпусков, каникулы в школах и университетах. Традиционно путешествия в этот период связаны с японским праздником Обон(яп. お盆, Праздник поминовения усопших). Более того, так как конец лета и начало осени в Японии – самый жаркий сезон в году, горожане предпочитают проводить время на природе, вдали от больших скоплений людей и душных городов. Вторым по количеству туристов сезоном поездок является «Золотая неделя» (29 апреля – 5 мая), на которую выпадают праздники – День Сёва (день рождения императора Нарухито, 29 апреля), день Конституции (3 мая), День Зелени (день основания государства, 4 мая) и Праздник детей (5 мая). Как правило, работодатели в эти дни дают своим служащим дополнительные выходные, что позволяет японцам планировать на эти даты длительные поездки. Третьим пиком путешествий принято считать новогодние каникулы в январе – самое подходящее время для горнолыжного туризма, зимних видов спорта и любования снежными пейзажами в горячих источниках. Несмотря на то, что зима в Японии не отличается особой суровостью, японцы по-настоящему любят проводить зимние фестивали, на которые съезжаются не только местные жители, но и гости со всей страны. Самым ожидаемым зимним событием является снежный фестиваль в Саппоро, который проводится обычно в начале февраля. Ежегодно фестиваль, где возводятся сотни скульптур из снега и льда, посещают около двух миллионов человек. Реже всего японцы путешествуют в июне – в сезон дождей[[42]](#footnote-42).

Транспортная система в Японии является одной из самых развитых в мире наряду с другими государствами Тихоокеанского региона и такими европейскими странами, как Германия. Именно из Европы японцы заимствовали систему железных дорог, которая активно стала разрастаться по всему острову Хонсю уже со второй половины XIX в[[43]](#footnote-43). В послевоенный период появляются первые электропоезда, а в 1964 г. была открыта первая линия Синкансэн新幹線. Железнодорожная сеть разрасталась невероятно высокими темпами, что в итоге привело к незаменимости железнодорожного транспорта. До сих пор подавляющее большинство японцев использует поезда в качестве средства передвижения между городами, префектурами и даже островами.

Воздушный транспорт распространен в меньшей степени, однако на более дальние расстояния японцы предпочитают перемещаться с помощью самолетов. Главными центрами воздушного транспорта являются Токио, Кансай, Нагоя, Саппоро и Фукуока. Главным внутренним аэропортом принято считать Ханэда в префектуре Токио, а главным международным – Нарита, также в Токио[[44]](#footnote-44).

Одним из самых бюджетных способов перемещения по стране является дорожный транспорт. Путешествовать на региональных автобусах не так удобно, как на поездах и самолетах, к тому же еще и долго. Однако, путешествие по автодорогам имеет весомое преимущество: специальные остановки, где можно отдохнуть, отведать местной кухни и купить особые сувениры, ассортимент которых, как правило, отличается в зависимости от префектуры. На автобусах чаще всего путешествует молодежь или иностранные туристы. Более взрослые японцы со своими семьями нередко выбирают средством передвижения собственный автомобиль, особенно в случае, если поездка планируется не на далекое расстояние.

Поскольку Япония позже остальных держав вышла на международный рынок туризма, японские туристы в других частях света были большой редкостью. Однако ситуация резко начала меняться в послевоенный период, когда японцы активно принялись восстанавливать экономику. За 35 лет к 2000 г. число путешествующих за рубеж японцев увеличилось в 100 раз. Такие показатели роста в сфере туризма представляются невероятными, если сравнить их с другими государствами, где число туристов за тот же промежуток времени выросло всего в 5-6 раз. Несмотря на это, по данным на 2004 г. Япония не является абсолютным лидером по количеству туристов, путешествующих за рубеж. Доля таких туристов ниже, чем в других развитых станах, как США, Великобритания, Канада, Франция и Италия. Однако темпы роста выездного туризма среди японцев все еще активно растут. Так как большинство японцев относится к среднему классу, а для этой социальной прослойки путешествия занимают важное место, роль Японии в сфере международного туризма активно растет.

Первая волна выездного туризма пришлась на середину 1960-х гг., это было связано с отменой внутренних ограничений на путешествия за границу, а также с увеличением темпов экономического роста, что положительно сказалось на доходах населения и позитивно повлияло на сферу туризма в целом. Прорыв в авиасообщении в 1970-х гг. вызвал новую волну поездок за границу. Поскольку Япония достаточно сильно удалена от основных центров зарубежного туризма, возможность перелетов на более дальние расстояния облегчила процесс путешествий за границу. Однако к началу 1980-х гг. число туристов, путешествовавших за рубеж, сократилось ввиду структурной перестройки экономики страны и усугубившегося материального положения населения[[45]](#footnote-45). Со второй половины 1980-х гг. сфера выездного туризма испытывала настоящий расцвет, который продолжался вплоть до экономической депрессии в стране, которая началась в 1997 г.

В настоящее время сфера выездного туризма продолжает активно развиваться, несмотря на различные экономические трудности, время от времени возникающие как в Японии, так и во всем мире. Наибольшую туристическую активность демонстрируют жители таких регионов, как Канто и отдельно Токио, Кансай и Токай. Возрастной состав путешествующих за рубеж представляет примерно одинаковое соответствие групп молодежи, взрослых и лиц среднего возраста, пожилые жители Японии путешествуют в меньшей степени.

География зарубежного туризма достаточно разнообразна. Для японцев большой ценностью представляется путешествие по Тихоокеанскому региону – очень популярны такие направления, как Южная Корея, Китай, Тайвань, а также Гуам и Гавайи (США). Одним из самых приоритетных направлений, помимо тихоокеанского, является Юго-Восточная Азия, куда входят Таиланд, Индонезия, Филиппины и Вьетнам. Отдых в этом регионе жителям Японии обходится достаточно дешево, либеральные цены на продукты питания и развлечения, низкая стоимость гостиничных услуг и невысокие транспортные тарифы позволяют японцам обеспечить себе достаточно недорогое и качественное путешествие, по сравнению с поездками внутри страны. Среди европейских стран первенство держат Италия, Великобритания и Франция. Это обосновывается обширным культурным наследием и глубокой исторической ценностью этих государств. К тому же, эти регионы достаточно разрекламированы в популярной культуре и являются лидерами в мировой сфере туризма и среди других стран[[46]](#footnote-46).

Мотивации туризма японцев в большей степени носят развлекательно-познавательный характер. Достаточно весомый процент японцев путешествует за рубеж с целью отдыха во время отпуска. Чаще всего японцы предпочитают посещать культурно-исторические достопримечательности, их внимание также притягивает и природное наследие. Шоппинг и национальная кухня также являются неотъемлемой частью любого путешествия за границу. В меньшей степени японцы выезжают за границу по иным причинам – встречи с друзьями и родственниками, командировки и обучение, спортивные и культурные мероприятия.

Японский менталитет кардинально отличается от западного. Японцы не склонны к спонтанным решениям, поэтому все свои путешествия, как правило, детально планируют заранее. Большую роль в организации отдыха в Японии играют туристические агентства, которые предлагают японцам туры, в стоимость которых включено проживание в отеле, транспортные расходы, услуги экскурсовода или переводчика, а иногда даже и питание. Поскольку японцы являются нацией с развитым чувством коллективизма, они привыкли путешествовать небольшими группами во главе с гидом. Так как японцы слабо владеют английским языком, это также обеспечивает им комфортные условия во время поездок за границу[[47]](#footnote-47). В меньшей степени японцы путешествуют в одиночку, чаще всего такие туристы входят в возрастную группу лиц от 21 до 29 лет.

Таким образом, современных японцев можно охарактеризовать, как активных туристов, стремящихся к исследованию как своих национальных культурно-исторических объектов, так и зарубежных. Прежде всего японцы сосредоточены на путешествиях в рамках своей страны, после чего в приоритете стоят уже поездки за границу. Именно поэтому в Японии внутренний и въездной туризм развит на достаточно высоком уровне, что обеспечивает японцам качественный, но недешевый отдых. Так как японскому менталитету присущи такие качества, как собранность и организованность, путешествия планируются всегда заблаговременно и чаще всего проходят без происшествий. Японские туристы ценятся во всем мире, помимо того, что они щедры и честны, они уважают культуру и историю государства, куда приезжают на отдых. Так как японцы тратят большие суммы в своих зарубежных поездка, между принимающими гостей странами идет «борьба» за привлечение именно японских туристов.

# **ГЛАВА II.**

# **2.1. Путешествия и популярная культура**

К концу XX в. Япония стала играть важную роль в рамках популярной культуры в самых разных сферах. Интерес к культуре Японии стал активно расти благодаря японской мультипликации (яп.アニメ, *аниме*) и комиксам (яп.漫画, *манга*) как среди иностранцев, так и среди самих японцев.

Популярная культура – это область культуры, доступная для представителей всех социальных слоев и групп. Она получила широкое распространение в обществе, в том числе в молодёжной среде. Для популярной культуры характерны общепринятые нормы и традиции, чаще всего она апеллирует к обыденному сознанию и не требует специальных навыков и знаний для понимания. Основная функция популярной культуры – развлечение, досуг, в отличие от элитарной, которая нацелена на духовное обогащение и образование[[48]](#footnote-48).

Популярную культуру Японии прежде всего связывают с *аниме* и *манга*. В настоящее время такую ассоциацию проводит подавляющее большинство молодежи. *Аниме* стало популярным за счет своего нетрадиционного характера, способность расти и развиваться вместе со зрителями, интенсивность сюжетов и непредсказуемые концовки. *Аниме* – один из немногих жанров, который включает в себя огромное количество поджанров, нацеленных на аудиторию разных возрастов. Большую популярность *аниме* обрело не только в Японии и других азиатских странах, но и на Западе. В настоящее время дети, молодежь и даже взрослые люди по всему миру увлекаются не только просмотром *аниме*, но и различными хобби, связанными с коллекционированием героев, комиксов по *аниме*, а также посещением музеев и других тематических достопримечательностей. По данным Ассоциации японской анимации, в 2019 г. доход японской *аниме*-индустрии приблизительно составил 19 млрд долларов, причем он ежегодно непрерывно растет[[49]](#footnote-49).

В связи с этим, одним из наиболее востребованных туристических направлений как среди иностранцев, так и среди японцев является *аниме туризм*, причем этот вид досуга привлекает не только поклонников *аниме*, но также и обычных туристов, которые хотят проникнуться не только традиционной японской культурой, но и современной популярной. *Аниме*-индустрия в Японии развита на таком же уровне, как и другие сферы развлечений. Наряду с *аниме* популярна и *манга* – японские комиксы, на основании которых чаще всего и создаются анимационные фильмы. Фанатов *аниме* принято называть *отаку* (яп. オタク). Помимо просмотра *аниме*, они занимаются коллекционированием продукции, связанной с их любимыми мультфильмами[[50]](#footnote-50).

В Японии находится более 200 *аниме*-студий и более 20 музеев, посвященных *аниме* и *манга*, их героям и их создателям. *Аниме* – один из факторов привлечения туристов со всей Японии и даже всего мира. Основными центрами *аниме*-индустрии бесспорно являются мегаполисы – Токио, Осака, Нагоя. Самым главным *аниме*-кварталом в Токио считается *Акихабара* (яп. 秋葉原), где расположилась огромная сеть развлечений, преимущественно для молодежи, туристов и фанатов *аниме* и *манга*. Одной из аутентичных особенностей района Акихабара является так называемые мэйд-кафе (англ. Maid cafe, «кафе служанок»), где официантки, одетые в стиле французских служанок (популярный мотив *аниме*), развлекают посетителей песнями, интересными историями и неординарным поведением. Интерьер таких заведений словно переносит клиентов в другую реальность, где они могут почувствовать себя героями своих любимых *аниме*. В мэйд-кафе существуют свои строгие правила, например, ни при каких обстоятельствах нельзя фотографировать других посетителей и самих официанток, только блюда из меню, которые тоже отличаются от блюд в обычных кафе. Официантка может сама предложить посетителям сфотографироваться вместе с ней на их личную камеру, потом посетитель может оставить снимок себе. Коллекционирование таких фотографий – отдельная традиция фанатов *аниме* и подобных хобби, это вынуждает туристов постоянно возвращаться в эти заведения ради новых снимков или других сувениров, которые можно купить в мэйд-кафе[[51]](#footnote-51).

Помимо мэйд-кафе, большой популярностью пользуются музеи и студии, которые проводят экскурсии на своей территории. Например, международный музей *манга* в Киото – первый и единственный музей в мире, посвященный *манга*. В его коллекции находится тысячи экземпляров *манга*, среди которых можно найти редкие или раритетные выпуски, на которые мечтает взглянуть каждый фанат популярной культуры Японии.

В Токио не менее популярным туристическим местом является музей анимационной студии *Гибли*, которую основал известный японский художник Хаяо Миядзаки (р. 1941). В музее можно увидеть героев самых известных мультфильмов таких, как «Ходячий замок» или «Унесенные призраками». Одной из важных составляющих любого туристического места – это приобретение сувенирной продукции, среди фанатов *аниме* и японцев в целом, — это очень распространенная традиция[[52]](#footnote-52).

Сформировавшаяся к концу XX в. популярная японская культура стала одной из серьезных мотиваций для посещения мегаполисов, что, в свою очередь, дало большой толчок развитию туризма в целом, как внутреннего, так и въездного. Сегодня внушительное число японцев готово потратить свои финансы на поездку в крупные города с целью найти себе развлечение по душе в сфере *аниме*-индустрии. На фоне остальных целей, которые преследуют туристы в своих путешествиях, из года в год *аниме*-индустрия занимает лидирующие позиции, что дает право сказать, что японская популярная культура внесла огромный вклад в развитие внутреннего и въездного туризма и досуга в Японии.

# **2.2. Путешествия и современная японская проза. Сборник рассказов Хаяси Марико «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои»**

Хаяси Марико (林真理子, р.1954) – известная японская писательница, сценаристка и автор множества эссе. Она родилась в Японии, в префектуре Яманаси, закончила Японский колледж искусств, направление литературы. После выпуска проработав несколько лет копирайтером, она берется за написание эссе, которые в дальнейшем приносят ей славу и признание. Сборник рассказов «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои» появляется уже в 1992 г., когда писательница уже набрала широкую аудиторию, и ее произведения читала вся Япония[[53]](#footnote-53).

Книга «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои» описывает путешествие молодых японских стюардесс по разным странам мира. Произведение представляет собой сборник рассказов, которые повествуют о разных историях путешествий в разных странах. Выбираясь из родной Японии, девушки ищут приключения, любовные романы, новые впечатления и эмоции, жизнь, которую так трудно, на их взгляд, обрести на родине. Однако, за границей, где они стремятся найти свое место, они все равно чувствуют себя лишними, чужими. Каждый раз терпя неудачу, девушки вынуждены возвращаться на родину, испытывая чувства позора, горечи и стыда.

Первая часть рассказывает историю двух подруг – Кёко и Мива, которые трепетно ждут поездки в сердце Европы – Париж. Прежде не имея возможности покинуть Японию из-за неодобрения родителей, малолетнего возраста и учебы, они решают путешествовать после выпуска, объясняя это тем, что потом их ждут долгий карьерный путь и постоянная работа. Девушки, чтобы удержаться на своем рабочем месте, должны трудиться не покладая рук из-за особенностей гендерной сегрегации в японском обществе. Действительно, японцы чаще всего предпочитают путешествовать либо в студенческие годы во время каникул, либо после выпуска, до того, как устроятся на работу. Японцы очень трепетно относятся к карьере, поэтому почти все свое время посвящают работе, соответственно, на развлечения и досуг остается совсем мало времени, в том числе и на путешествия.

Более того, по мнению японок, заграничные страны воспринимаются в молодости иначе, нежели в более взрослом возрасте. Именно с такой мотивацией девушки оставляют своих возлюбленных, у которых из-за ряда обстоятельств не получается составить им компанию, и отправляются в долгожданное путешествие.

Япония расположена достаточно удаленно от Европы и от всего западного мира в целом, поэтому японцы встречают большое количество препятствий при планировании своих путешествий: финансы, обстоятельства, время. Девушкам приходится долгое время подрабатывать, чтобы оплатить хотя бы часть своих расходов, занимать деньги у родителей и родственников. Молодой человек главной героини, как принято в Японии, преподносит ей *прощальный подарок*, конверт с суммой денег[[54]](#footnote-54). Он просит ее купить какой-нибудь сувенир и не флиртовать с французами, но, как выясняется позже, это и является одной из целей поездки.

Однако главной мотивацией для близких подруг отправиться в путешествие в Париж является шоппинг, о котором они так страстно и неутомимо мечтают. Они составляют целый список того, что им необходимо приобрести в Париже. Конечно же, речь идет не о сувенирах и памятных вещах, а, прежде всего, о красивой, дорогостоящей одежде, косметике и аксессуарах. Девушки убеждены, что в Париже цены на предметы роскоши в несколько раз ниже, чем в Японии, поэтому не отправиться за покупками там было бы глупо. Кёко даже произносит такие слова: «Покупки куда важнее осмотра достопримечательностей». Это свидетельствует об их поверхностности и инфантильности, которая вполне объяснима влиянием западной популярной культуры и новыми потребительскими тенденциями. Именно под их влияние и попали девушки, мечтавшие о поездке в Париж с раннего возраста. Таким образом, путешествие двух подруг превращается в двухнедельный поход по парижским бутикам.

Девушки впервые за долгое время оказываются вдали от своих семей и возлюбленных, такая свобода опьяняет их, и они проводят много времени в компании японских студентов в Париже, изредка вспоминая о том, что дома их ждут молодые люди. Кёко чувствует, как начинает влюбляться в высокого, статного Канамори, у них схожи вкусы и интересы, ее удивляет, как он разбирается в моде и может переодеться несколько раз за день.

Девушки, находясь в взволнованном предвкушении, наконец-то, добираются до бутиков, которые не раз видели в модных журналах. Их сопровождают парни, которых они встретили еще в аэропорту Нарита, когда только улетали в путешествие. Подруги практически сразу же лицом к лицу встречаются с проблемами коммуникации: сложности во взаимодействии на английском языке, совсем другие стандарты и нормы поведения. В первое время они теряются, но вскоре привыкают к другому, ранее незнакомому укладу. Они неожиданно сталкиваются с толпой японских туристов, которые так же, как и они, путешествуют по Европе весной. Для девушек эта встреча выглядит крайне неприятно, по всей видимости, это отсылка к тому, что они не готовы во время своего долгожданного, желаемого путешествия в Париж напоминать себе о родном доме, где их ждут.

Девушки в компании парней пробуют блюда французской кухни, гуляют по Парижу и отдыхают душой и телом. Однако эйфория от поездки подталкивает их на измену возлюбленным, своим принципам и морали. Чувствуя, что путешествие как будто продлится вечно, они практически не задумываются об ответственности, которую несут перед своими молодыми людьми. Несмотря на то, что они слышали сотни историй об изменах в поездках, курортных романах и всегда осуждали это, оказавшись в такой ситуации, девушки не смогли устоять перед таким соблазном.

С такой точки зрения, путешествия всегда имеют как позитивную, так и негативную стороны. Открывать для себя что-то новое, расширять кругозор и самосовершенствоваться в путешествиях – это всегда положительная практика. Однако, в эйфории от новых впечатлений несложно забыть про моральные нормы и нравственные ценности. Насколько мы можем судить, именно такой смысл вкладывает Хаяси Марико в рассказ про путешествие в Париж.

Вторая глава повествует о событиях, происходящих с молодой японкой Минако, которая встречает в Нью-Йорке парня Юкио. Они быстро находят общий язык и даже вступают в интимную связь, но, похоже, Минако совсем не счастлива рядом с этим парнем, хотя настоятельно пытается убедить себя в обратном. События развиваются чересчур быстро, Юкио делает ей предложение, и Минако никак не может отказаться. Казалось бы, счастливая жизнь в Нью-Йорке замужем за состоятельным японцем – это именно то, за чем родители отправляли ее в Америку.

Минако, погруженная в свои мысли и озадаченная происходящем, встречает в Нью-Йорке сорокалетнюю японку, которая уже около двадцати лет живет за границей. Она делится с Минако большим количеством важных сведений касательно американского менталитета, национальной кухни, шоппинга и жизни за границей в целом, но самое интересное оставляет напоследок. Кэйко обмолвилась, что у нее есть бывший муж и ребенок. Это не интригует Минако, а, даже наоборот, все проясняет, картина становится полной. Кажется, главная героиня ждала подвоха, но не знала, где именно он всплывет.

Все последующие рассуждения Минако крутятся вокруг одного и того же – счастья. Главная героиня пытается разобраться, что для нее будет более правильным решением – выйти замуж за Юкио или отказаться. Очевидно, ответ она может найти только в себе, но, как принято в обществе, эффект большинства, к сожалению, зачастую играет важную роль в принятии различных жизненных решений. В конце главы Минако слушает рассказ Кэйко о том, как китайский квартал стремительно разрастался и, в конце концов, поглотил итальянский. Увидев этот квартал своими глазами, Минако незамедлительно для себя решила, что китайский квартал ей нравится больше. Позже она приняла схожее решение – выйти замуж за Юкио несмотря на то, что до конца она не была в этом уверена. Она сказала: «Я всегда знала, что выйти замуж за кого-то другого – это одновременно счастье и несчастье, но что поделать, такова жизнь»[[55]](#footnote-55). Кажется, не самая счастливая история Кэйко нисколько не напугала Минако, это, наоборот, помогло принять ей решение.

Так, на основании этого рассказа можно сделать вывод, что смена обстановки, места жительства, привычного окружения всегда волнительна. Японская община за рубежом достаточно многочисленна, но, если посмотреть на каждого человека индивидуально, то откроется масса трудностей и препятствий, которые ежедневно приходится преодолевать каждому. На примере Минако мы видим, как молодая девушка ведет внутреннюю борьбу, пытается влиться в общество и полюбить Нью-Йорк, узнать менталитет и адаптироваться. Однако труднее всего сделать нравственный выбор, принять решение, от которого зависит будущее счастье.

Третий рассказ повествует о девушке Канаэ, которая приехала навестить подругу в Ванкувер. Наоми не так давно вышла замуж, и сразу после этого ее мужа перевели по работе, и, разумеется, она поехала с ним. После долгой разлуки подруги очень много общаются, Наоми показывает Канаэ свой дом, куда она пригласила подругу пожить, рассказывает о местных жителях, о их хобби и развлечениях. С тех пор, как Наоми переехала в Канаду, она часто играет в гольф, ведь это одно из самых популярных занятий среди канадцев. Канаэ безумно рада видеть подругу, но ее очень настораживает то, как сильно она изменилась, стала более активной и менее сдержанной, что совсем не свойственно замужним женщинам в Японии. Канаэ даже пожалела, что не решила остановиться в отеле, ведь так было бы удобнее для всех. Действительно, в японском обществе принято не беспокоить, не навязываться и быть скромным, а в молодой семье Канаэ чувствует себя не просто лишней, но и обузой.

Позднее Канаэ вместе с молодоженами едет играть в гольф, там ее очень удивляет и игровое поле, и природа вокруг. Однако больше всего она сосредоточена на Наоми и Сюнити, на их отношениях и общении. В конце концов, Наоми не выдерживает и рассказывает подруге о, на самом-то деле, нелегкой жизни за границей, о трудностях, которые ей приходится преодолевать каждый день, о тяжелых взаимоотношениях с местными жителями. Она любит своего мужа, и, возможно, это единственное, что держит ее в Канаде. Поскольку только с ним она чувствует себя счастливой, ей приходится проводить с ним много времени, в остальное же время ей грустно. Наоми думает, что, если она вернется в Японию или родит ребенка, ситуация должна непременно измениться.

Канаэ прониклась проблемами подруги и пыталась ее поддержать. Она также жалела ее мужа Сюнити, который тоже нашел в Канаэ понимающего собеседника. Однако, оказавшись между двумя супругами, стараясь выслушать, поддержать и утешить обоих, она сама не заметила, как привязалась к Сюнити. Опьяненная алкоголем и свободой, она почувствовала искру между ними, а дальше все происходило, как в тумане: объятия, поцелуи, ласки. Единственное, чем она могла оправдать это – ее собственное бессилие.

На примере очередной главы мы можем сделать вывод, что пребывание в другой стране, среди совершенно отличающихся людей нередко приводит к безумным и спонтанным решениям и поступкам. Находясь в Японии, Канаэ с высокой вероятностью никогда бы так не поступила ни с подругой, ни со своими собственными принципами. Оказавшись в такой нелегкой ситуации, выслушав жалобы Наоми о непростой жизни в Канаде, Канаэ сама чувствует невыносимую грусть и, чтобы заглушить эту боль, она неосознанно ведется на поводу у своих инстинктов.

Еще один рассказ повествует о небольшой истории молодой японки Юми, которая по контракту уехала в Бангкок. У нее выстроились романтические отношения со своим начальником – редактором средних лет Сайто, но о правильности отношений, даже по мнению самой Юми, речи не идет. Нет ничего необычного в служебном романе между подчиненной и начальником, но, как водится, ничем хорошим такие отношения не заканчиваются.

Юми получает задание от Сайто встретиться с некой госпожой Асанума. Не имея никаких сведений о ней, о том, кем она является, Юми понимает, что она – очень важная фигура, но по какой-то причине для нее это секрет. Она пытается влиться в коллектив, но все ее коллеги старше, интересы их расходятся, это, конечно же, доставляет ей некий дискомфорт.

Юми, наконец-то решается позвонить госпоже Асанума и договориться о встрече. Она одновременно чувствует и предвкушение, и волнение перед разговором, которые усиливаются с приближением звонка. Юми все чаще задается вопросом: «Кто же она такая? Путешественница?» и «Почему это так волнительно – звонить незнакомой женщине?». Договорившись о встрече, Юми направляется к госпоже Асанума, приведя себя и свои чувства в порядок. Но первое впечатление от встречи немного разочаровывает молодую японку – таинственной незнакомке на вид около сорока лет, а лицо как будто отличается от типичного японского, но говорит по-японски она, как носитель. Знакомство с этой женщиной стало для Юми удивительным опытом. Женщина приглашает Юми в ресторан – «ничего необычного, простая деловая встреча» – думает Юми. Госпожа Асанума рассказывает девушке о том, как правильно есть тайскую кухню: что положено и что не положено смешивать, чем запивать острое. Юми получает новые яркие впечатления от тайской кухни, этот поход в ресторан стал для нее лучшим в Бангкоке

Более того, достаточно сдержанная в силу своего японского менталитета Юми не привыкла к тайскому разнообразию специфических развлечений. Ее пугают девушки с табличками с номерами, гомосексуалы и туристы, которые съезжаются в Таиланд со всего мира ради сексуальных развлечений. Женщина приглашает ее в некое заведение, где они могут отдохнуть и повеселиться, она знакомит девушку со своими друзьями и предлагает получить новый опыт в сексуальной сфере. Однако, Юми сразу же говорит, что ей это не нравится, но госпожа Асанума продолжает знакомить ее с темной стороной тайской культуры. Теперь главная героиня понимает, почему ее любовник Сайто не стал рассказывать о госпоже заранее, это бы, как минимум, отпугнуло Юми. Все вокруг пытаются убедить маленькую, хрупкую японку в том, что ни гендер, ни секс, ни ориентация не имеют большого значения. Возможно, в этом есть свой смысл, однако принуждение – это способ открыть человеку новые горизонты.

Так, для молодой, в какой-то степени наивной японки Таиланд стал большим открытием для ее мировосприятия. Читать в газете, слышать от других людей – это не то же самое, что прочувствовать это на себе лично. Именно с этим и сталкивается неготовая к новому опыту Юми. Поскольку японцы, сами по себе, достаточно сильно отличаются от иностранцев, любая другая культура удивляет их и даже шокирует. Так произошло и с Бангкоком, Юми отправилась туда по контракту, но по ее собственным ощущениям оказалась в сексуальном рабстве, лозунгом которого является «свобода». Однако, свобода – понятие широкое, и для каждого человека она своя.

В еще одном рассказе Хаяси Марико отправляет японскую стюардессу Миса в Москву. Для молодой японки после Канады, Франции и других стран все в Советском Союзе кажется таким недружелюбным и враждебным, ее это очень расстраивает. Ей не нравится балет в Большом театре, музеи и концерты, хотя сначала это могло показаться безумно интересным, она от этого совсем быстро устает, как и от самой Москвы.

Находясь в Москве всего лишь три месяца, Миса начинает ассоциировать Россию с холодом, угрюмостью и серостью. Ей становится понятно, почему люди здесь такие хмурые и серьезные, однако чрезвычайно сильные. Ее единственный друг Отани и его беременная жена Юмико в каком-то смысле спасают ее от «русского холода». Она очень скучает по японской речи, а английский язык не так хорошо знают в Москве, однако именно на нем она и вынуждена общаться.

Миса неожиданно для себя меняет свое отношение к Москве, когда встречает приятного русского мужчину. Это очень галантный человек, немного старомодный, как и все в Москве, но это ему даже идет, как говорит Миса. Они много беседуют, гуляют по улицам и посещают достопримечательности, пьют чай. Он приглашает ее к себе домой, что ее совсем не пугает, хотя еще некоторое время назад Миса неистово сторонилась холодных русских людей, но с ним ей становилось только веселее. У Миса было много ухажеров, как японцев, так и иностранцев. Она достаточно либеральная, свободных взглядов, поэтому могла позволить себе случайные романы, хотя в японском обществе это порицается.

Главная героиня остается в слабом недоумении от того, что всего лишь один человек смог изменить впечатление о целой культуре, народе и государстве. Так часто бывает, то, что, на первый взгляд, кажется строгим, враждебным и сердитым открывается совсем с другой стороны, если докопаться до самой сути. Так произошло и с Москвой. Русский мужчина поразил Миса своей простотой и одновременной интеллигентностью. Однако героиня совершенно случайно узнает, что он гей. Эта история не могла быть такой идеальной, обязательно должен был появиться какой-то подвох. Девушка, огорченная и разочарованная, надеется справиться с этой травмой.

На основании анализа данного произведения можно сделать вывод, что японцы – достаточно обособленное общество, и их географическая удаленность от остального мира повлияла на особенности их менталитета и мировосприятия, что делает их абсолютно непохожими на народы других культур. Японцы, порой сами того не зная, комфортнее всего чувствуют себя на родине, в обществе, в котором родились, воспитывались и социализировались. Хоть процесс глобализации также повлиял и на японское общество, практически каждая попытка героинь ассимилироваться в незнакомой культуре заканчивалась неудачей.

# **Заключение**

В ходе работы была подробно рассмотрена история путешествий среди японцев с древних времен до современного периода. Более того, были выявлены особенности практики путешествий японцев и определены общие тенденции путешествий японцев как внутри страны, так и за рубежом. На примере *аниме*-туризма была рассмотрена связь популярной культуры современной Японии и путешествий. Это помогло лучше рассмотреть влияние популярной культуры на японское общество, а также на остальной мир в целом. Был проведен анализ художественного произведения Хаяси Марико «Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои», на основании которого были выявлены особенности японского менталитета, модели поведения за границей и межкультурных коммуникаций.

Более того, по итогу анализа привычек, мотивации и поведения в контексте путешествий, был сделан вывод касательно высокой степени обособленности японского общества, что напрямую влияет на отношение к путешествиям и проживанию за границей.

Исследование путешествий в контексте литературы, истории и повседневной жизни представляет собой большую ценность, так как в отечественной науке данная тема остается практически не изученной. На основании собранных сведений, их анализа и сделанных вывод можно определить не только предпочтения японцев в области туризма, но и проследить общие тенденции развития этой сферы.

Однако стоит помнить, что исследование зиждется отчасти на художественной литературе, поэтому собранные сведения нельзя считать всецело объективными. Присущие художественным произведениям такие черты, как авторский вымысел или интригующие сюжетные повороты, которые зачастую применяются с целью дополнить, украсить или гиперболизировать историю, могут искажать реальность.

Тем не менее, данный материал в дальнейшем можно использовать в качестве базы для ряда исследований в области литературы, истории и даже экономики, например, туристического рынка Японии.

# **Список использованных источников и литературы**

На русском языке:

1. Богданова Л.П., Дьяконов С.С. Туризм в Японии: ресурсы и возможности. // Вестник ТвГУ. Серия «география и геоэкология», 2015. С. 113 – 124.

Борькина А.Ю. Произведения коккэйбон в японской литературной традиции XVIII – XIX веков. 2016. 156 с.

1. География искусства. Сборник статей. Вып. II. М., 1998. С. 9-25.
2. Ки-но Цураюки // Горегляд В.Н. Избранные стихотворения из «Кокинсю»; «Дневник путешествия из Тоса». М.: Наука, 1983. 143 с.
3. Кин Д. Японская литература XVII – XIX столетий. Наука, 1978. 441 с.
4. Костина А.В. Популярная культура. // Энциклопедия гуманитарных наук. Журнал «Знание, понимание, умение», 2005. С. 213 – 215.
5. Котлярова Е. Анализ туристического рынка зарубежных стран (на примере Японии). Н. Новгород, 2008. 34 с.
6. Миямото Юрико. Повести: Равнина Бансю. /сост. В.В. Логунова// Москва, 1958. 432 с.
7. Оськина А.С. Путешествие по восточным землям. // Культура и история традиционной Японии. Под научной редакцией А. Н. Мещерякова. М.: Гиперион, 2012. С. 90 – 107.
8. Прасол А. Ф. От Эдо до Токио и обратно: культура, быт и нравы Японии эпохи Токугава. Астрель: Corpus, 2012. 528 с.

На английском языке:

1. Elliott A., Milne D. Introduction: War, Tourism, and Modern Japan. Japan review 33 special issue, 2019 P. 3-28.
2. Hall R. B. Tokaido: road and region // The Geographical Rewiew, Vol. XXVII, No.3. University of Michigan, 1937. P. 353 – 377.
3. Shores M.W. Travel and Tabibanashi in the Early Modern Period: Forming Japanese Geographic Identity. P. 101 – 121.
4. Rei K., Sarra E. Various Aspects of Diary and Travel Literature, University of Hawaii, 2007. P. 30 – 56.
5. Shirane Haruo, ed. Early Modern Japanese Literature: an Anthology, 1600 – 1900. New York: Columbia University Press, 2002. 1027 p.
6. Traganou J. The Tokaido Road: Traveling and representation in Edo and Meiji Japan. – Routledge Curzon, 2004. 267 p.

На японском языке:

1. Нихонго Дайдзитэн 日本語大辞典 (Большой словарь японского языка). Т. 1. Токио, Коданся, 1993. 2302 c.
2. Хаяси Марико 林真理子. Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои 次に行く国、次にする恋 [Снова за границу – снова влюбиться]. Токио, Кадокава Бунко, 1992. С. 178

Интернет-источники:

1. Великая сила коллектива // Японцы предпочитают путешествовать в составе тур-группы URL: https://rg.ru/2014/09/29/yaponiya.html (дата обращения: 19.04.2021).
2. Внутренний туризм // Анализ Туристического рынка зарубежных стран на примере Японии URL: https://ronl.org/dissertatsii/sport/364177/ (дата обращения: 16.04.2021).
3. Гармония Мудзё – признак густого хайку. URL: www.medium.com (дата обращения: 25.02.2021).
4. Ки-но Цураюки. Дневник путешествия из Тоса (Тоса никки) URL: https ://lib/ru/JAPAN/tosa (дата обращения: 09.03.2021).
5. Почему и как аниме обрело свою популярность URL: https://tjournal.ru/anime/128089-pochemu-i-kak-anime-obrelo-svoyu-populyarnost (дата обращения: 04.30.2021).
6. Ута-макура – Haikupedia. URL: https://haikupedia.ru/ута-макура (дата обращения: 22.02.2021).
1. Оськина А.С. Путешествие по восточным землям // Культура и история традиционной Японии. Под научной редакцией А. Н. Мещерякова. М.: Гиперион, 2012. С. 92. [↑](#footnote-ref-1)
2. Robert B. Hall Tokaido: Road and Region. American Geographical Society, 1937. P. 336. [↑](#footnote-ref-2)
3. Robert B. Hall. Op. cit. P. 365. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ibid. P. 363. [↑](#footnote-ref-4)
5. Нихонго Дайдзитэн 日本語大辞典 (Большой словарь японского языка). Т. 1. Токио, Коданся, 1993. С. 1495. [↑](#footnote-ref-5)
6. Traganou J. Op.cit. P.66. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ibid. P. 65. [↑](#footnote-ref-7)
8. Traganou J. Op. cit. P. 65. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ibid. P. 65. P. 65. [↑](#footnote-ref-9)
10. Plutschow H.E. Japanese Travel Diaries of the Middle Age. Los Angeles, 1982. P. 45. [↑](#footnote-ref-10)
11. Ута-макура – Haikupedia. URL: htttps://.haikupedia.ru/ута-макура (дата обращения: 22.02.2021). [↑](#footnote-ref-11)
12. Traganou J. Op.cit. P. 68. [↑](#footnote-ref-12)
13. Гармония Мудзё – признак густого хайку. Доступно: www.medium.com (дата обращения: 25.02.2019). [↑](#footnote-ref-13)
14. Plutschow H.E. Op.cit. P. 47. [↑](#footnote-ref-14)
15. Traganou J. Op.cit. P. 68. [↑](#footnote-ref-15)
16. География искусства. Сборник статей. Вып. II. М., 1998. С. 9-25. [↑](#footnote-ref-16)
17. Shores M. W. Travel and Tabibanashi in the Early Modern Period: Forming Japanese Geographic Identity p. 104. [↑](#footnote-ref-17)
18. Прасол А. Ф. От Эдо до Токио и обратно: культура, быт и нравы Японии эпохи Токугава. Астрель: Corpus, 2012. C. 14. [↑](#footnote-ref-18)
19. Прасол А. Ф. Указ. соч. С. 14. [↑](#footnote-ref-19)
20. Shirane Haruo, ed. Early Modern Japanese Literature: an Anthology, 1600 – 1900. New York: Columbia University Press, 2002. P. 103. [↑](#footnote-ref-20)
21. Прасол А.Ф. Указ. соч. С. 14. [↑](#footnote-ref-21)
22. Traganou J. Op. cit. P.66. [↑](#footnote-ref-22)
23. Traganou J. Op. cit. P. 66. [↑](#footnote-ref-23)
24. Ibid. [↑](#footnote-ref-24)
25. Прасол А. Ф. Указ. соч. C. 14. [↑](#footnote-ref-25)
26. Кин Д. Японская литература XVII – XIX столетий. Наука, 1978. С. 101. [↑](#footnote-ref-26)
27. Ки-но Цураюки // Горегляд В.Н. Избранные стихотворения из «Кокинсю»; «Дневник путешествия из Тоса». М.: Наука, 1983. 143 с. [↑](#footnote-ref-27)
28. Ки-но Цураюки. Дневник путешествия из Тоса (Тоса никки) URL: https ://lib/ru/JAPAN/tosa (дата обращения: 09.03.2021). [↑](#footnote-ref-28)
29. Rei K., Sarra E. Various Aspects of Diary and Travel Literature, University of Hawaii, 2007. P. 32. [↑](#footnote-ref-29)
30. Shores M. W. Op. cit. p. 107. [↑](#footnote-ref-30)
31. Борькина А.Ю. Произведения коккэйбон в японской литературной традиции XVIII – XIX веков. 2016. 156 с. [↑](#footnote-ref-31)
32. Elliott A., Milne D. Introduction: War, Tourism, and Modern Japan. Japan review 33 special issue, 2019, p. 10 [↑](#footnote-ref-32)
33. Elliott A., Milne D. Op. cit. p. 11 [↑](#footnote-ref-33)
34. Elliott A., Milne D. Op. cit. p. 12-13 [↑](#footnote-ref-34)
35. Ibid. p. 12 [↑](#footnote-ref-35)
36. Миямото Юрико. Повести: Равнина Бансю. /сост. В.В. Логунова// Москва, 1958. 432 с. [↑](#footnote-ref-36)
37. Оба Минако. Три краба / Пер. с яп. З. Рахима // Японская новелла 1960-1970. — М.: Прогресс, 1972. С. 206—237. [↑](#footnote-ref-37)
38. Внутренний туризм // Анализ Туристического рынка зарубежных стран на примере Японии URL: https://ronl.org/dissertatsii/sport/364177/ (дата обращения: 16.04.2021). [↑](#footnote-ref-38)
39. Богданова Л.П., Дьяконов С.С. Туризм в Японии: ресурсы и возможности. // Вестник ТвГУ. Серия «география и геоэкология», 2015. C. 113. [↑](#footnote-ref-39)
40. Там же, С. 114. [↑](#footnote-ref-40)
41. Богданова Л.П., Дьяконов С.С. Указ. соч. С. 118. [↑](#footnote-ref-41)
42. Богданова Л.П., Дьяконов С.С. Указ. соч. С. 114. [↑](#footnote-ref-42)
43. Traganou J. Op. cit. P.66. [↑](#footnote-ref-43)
44. Котлярова Е. Анализ туристического рынка зарубежных стран (на примере Японии). Н. Новгород, 2008. С. 22. [↑](#footnote-ref-44)
45. Котлярова Е. Указ. соч. С. 20. [↑](#footnote-ref-45)
46. Богданова Л.П., Дьяконов С.С. Указ. соч. С. 120. [↑](#footnote-ref-46)
47. Великая сила коллектива // Японцы предпочитают путешествовать в составе тур-группы URL: https://rg.ru/2014/09/29/yaponiya.html (дата обращения: 19.04.2021). [↑](#footnote-ref-47)
48. Костина А.В. Популярная культура. // Энциклопедия гуманитарных наук. Журнал «Знание, понимание, умение», 2005. С. 213. [↑](#footnote-ref-48)
49. Почему и как аниме обрело свою популярность URL: https://tjournal.ru/anime/128089-pochemu-i-kak-anime-obrelo-svoyu-populyarnost (дата обращения: 04.30.2021). [↑](#footnote-ref-49)
50. Там же. [↑](#footnote-ref-50)
51. Почему и как аниме обрело свою популярность URL: https://tjournal.ru/anime/128089-pochemu-i-kak-anime-obrelo-svoyu-populyarnost (дата обращения: 04.30.2021). [↑](#footnote-ref-51)
52. Там же. [↑](#footnote-ref-52)
53. Хаяси Марико 林真理子. Цуги-ни ику куни, цуги-ни суру кои 次に行く国、次にする恋 [Снова за границу – снова влюбиться]. Токио, Кадокава Бунко, 1992. С. 3. [↑](#footnote-ref-53)
54. Хаяси Марико. Указ. соч. С. 13. [↑](#footnote-ref-54)
55. Хаяси Марико. Указ. соч. С. 35. [↑](#footnote-ref-55)