

# МОЛОДЕЖЬ ЯПОНИИ: УСТРЕМЛЕНИЯ И ОРИЕНТИРЫ

**Л.В. ЖИЛИНА**

Кандидат исторических наук  
Омский государственный  
университет  
им. Ф.М. Достоевского

*Ключевые слова:* Япония, молодое поколение, перспективы, ценностные ориентиры

**Сегодня ожидания любого общества по отношению к молодежи и молодежи по отношению к обществу одинаково велики. У старших поколений во всем мире тревогу вызывает довольно низкий уровень политической социализации, гражданской культуры и патриотизма современной молодежи. Каковы же устремления и ценностные ориентации молодых людей, выросших в мирной и ныне процветающей Японии? Цель исследования - понять, как молодые японцы воспринимают свою страну.**

В 2010 г. американская консалтинговая компания *McKinsey & Company* провела исследование, в котором приняли участие 3000 человек со всей Японии - половина из них была в возрасте от 18 до 24 лет, а оставшиеся 50% - от 25 до 35 лет. Ответы, полученные в ходе этого опроса, вряд ли можно назвать вдохновляющими. Две трети молодых японцев сказали, что они не уверены в будущем своей страны, остальные ответили, что они весьма сомневаются, сможет ли Япония выдержать конкуренцию в глобальной экономике.

Пессимизм, который проглядывал в этих ответах, легко понять. Ведь уровень безработицы среди молодежи составляет в Японии около 10% - по сравнению с 1990 г. показатель более чем в два раза выше. Это чрезвычайно высокий уровень безработицы даже по историческим меркам!

Более того, все больше молодых людей работают в условиях временной или частичной занятости и беспокоятся о том, что они плохо подготовлены для будущего. Только 10% респондентов считают, что «готовы конкурировать на мировой арене». Однако они глубоко сомневаются, что сегодняшние политические ли-

деры помогут как-то исправить эту ситуацию - только 2% опрошенных выбрали политического лидера Японии в качестве личности, которой они действительно восхищаются<sup>1</sup>.

Проведенные исследования также показали, что молодежь довольно пессимистично настроена и относительно будущего самого общества, и своего потенциала в этом обществе. Легче всего списывать такие настроения на незрелость молодых людей или их личные

проблемы, но это не прольет свет на реальные причины этих проблем - их нужно рассматривать в более широком контексте.

## «ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС»

Можно утверждать, что на перспективы будущего японской молодежи повлияли резкий экономический взлет страны в конце 1980-х гг. и его последствия. В настоящее время во многих странах экономическое процветание - одна из наиболее важных национальных целей. Япония же достигла ее одной из первых в мире. Экономическая структура, которую построила Япония, может рассматриваться другими странами как идеальная модель. Но сегодня становится ясно, что она обладает рядом недостатков и ее перспективы весьма переоценены.

После Второй мировой войны единение Японии помогло ей стать богатой страной, а поиск путей - как в экономическом плане «догнать Запад» и в эпоху холодной войны<sup>2</sup> решить вопросы национальной безопасности (оборона и конституционный порядок) - стал важной национальной целью<sup>3</sup>. Но когда холодная война закончилась, и Япония стала богатой страной, а японцы - одним из самых богатых народов в мире, они почувствовали, что добились долгосрочной цели (догнать Запад), которую поставила их страна еще во времена Реставрации Мэйдзи 1868 г. Стремление к экономическому развитию больше не стало единственной целью и смыслом жизни для японцев (осо-

Молодые японки на прогулке по Киото.



бенно для молодого поколения). Это повлекло изменение ценностных ориентаций молодежи, которая начала искать новый смысл в постиндустриальном обществе<sup>4</sup>.

Конечно же, дефляция в японской экономике начала 1990-х гг., сопровождавшаяся рыночной конкуренцией цен и ростом качества продукции, создала благоприятные возможности для обеспечения высокого уровня жизни населения. Но меняющиеся социальные тенденции, экономический спад, бюрократическая коррупция, отчуждение молодежи и поиск нового смысла в жизни повлияли на отношение японцев и к государству, и к обществу: уверенность в государстве снизилась, в то время как *индивидуалистические* настроения оказались на подъеме.

Все эти дефекты вскрылись в полной мере, когда в 1991 г. в Японии взорвалась экономика «мыльного пузыря»<sup>5</sup>. Толчком для этого послужило объявление правительства о возможном повышении учетной ставки процента - почти моментально последовала реакция фондового и финансового рынков, цены на ценные бумаги и на будущие контракты резко упали. С тех пор негативные последствия, в т.ч. ограниченные перспективы трудоустройства молодежи, низкий уровень заработной платы и сокращение потребления продолжают отражаться на повседневной жизни японского общества.

Пессимизм молодого поколения растет, несмотря на то, что уровень жизни населения стал значительно выше за время экономического бума 1980-х гг., когда в экономике Японии благодаря т.н. модели «самоподдерживающегося роста» наблюдался экономический подъем. Повышение жизненного уровня населения, стабильность политической системы и отсутствие социальных конфликтов обеспечивали позитивные ожида-



Район Харадзюку (Токио): и в обычный рабочий день молодежь гуляет...

ния в обществе; кроме того, немалую роль играли такие факторы, как возрастание роли Японии в мировой экономике и международной политике<sup>6</sup>. Даже после того, как «пузырь» лопнул, кризис менее всего отразился на населении<sup>7</sup>, потому что совокупные сбережения сохранились на довольно высоком уровне. Но все-таки ущерб для страны, в целом, был довольно ощутимым.

С тех пор Япония так и не смогла сформулировать для себя новую цель (идею), к которой нации надо было бы стремиться - такое положение дел, безусловно, не могло не повлиять на настроение молодежи. Молодые теперь предпочитают упорному изнуряющему труду легкое отношение к жизни и времяпрепровождению. Они выбирают девиз - «жить здесь и сейчас» вместо того, чтобы готовить себя к жизни в будущем.

Все больше японцев полагают, что в экономических делах они не могут рассчитывать на государственное руководство, а должны надеяться только на самих себя. Вместо того чтобы считать приорите-

том благосостояние государства в целом, они чувствуют, что на первый план нужно ставить собственное благополучие. Несмотря на то, что молодые люди по-прежнему хотят, чтобы страна продолжала процветать, многие из них отвергают образ жизни, сохранявшийся во времена, когда в стране во главу угла ставилась экономика (*economy-first policy*). Они больше не хотят приносить в жертву свои жизни, работая по 60-70 часов в неделю на благо своего народа и компаний<sup>8</sup>.

Еще одна причина для пессимизма: современные японские выпускники начинают работать в других условиях - в отличие от своих родителей, которые достигли совершеннолетия в горячие дни «Япан Инс.»<sup>9</sup>. Сегодняшняя молодежь знает лишь два десятилетия стагнации и пессимизма, возникших в результате краха японской «экономики мыльного пузыря».

Вот как комментирует эту ситуацию в Японии известный американский социолог Мануэль Кастельс<sup>10</sup>: «Возрастает путаница в обществе, в частности, в его молодых рядах, выросших в достатке и лишаящихся значимых ценностей, в то время как традиционные структуры семейной патриархальности и бюрократическое воспитание теряют свою «сцепку с культурой», которая заполнена информационными потоками из различных источников».

Смесь ритуальных японских традиций, американской символики и потребления высоких технологий (хай-тек-овский бум) заполняют вакуум и в социальной динамике, и в культурных проблемах, и в мечтах индивидуумов в обществе, которое ранее уже решило поставленную задачу: сделать Японию безопасной, процветающей и уважаемой за 50 лет.

На пороге двух тысячелетий (почти через 10 лет после краха «экономики мыльного

пузыря»), когда после напряженных усилий японцы смогли увидеть свет в конце туннеля, как некую абстракцию, новые, уже технологические, проблемы предлагаются им процветающим государством, которое пережило состояние чрезвычайной ситуации (вызванной взрывом «экономического пузыря»). По данным социологических исследований, большинство японцев хотят, наконец, насладиться спокойной хорошей жизнью, что для них означает: уменьшение случаев «кароси» («смерть из-за переутомления»), выделение большего времени отдыху, проживание в лучшем жилье, в лучших городах и жизнь без экзаменационного ада (для молодежи)<sup>11</sup>.

### СОСТАРИВШЕЕСЯ РАНЬШЕ ВРЕМЕНИ ПОКОЛЕНИЕ...

Как отмечено выше, спад японской экономики, начавшийся в 1990-е гг., был спровоцирован обрушением «мыльного пузыря»<sup>12</sup>, когда параметры хозяйства перестали соответствовать условиям открытой экономики. Однако структурно он в значительной мере обусловлен также старением общества и сокращением уровня рождаемости.

По прогнозам, в ближайшие 50 лет более 40% населения Японии будут составлять граждане старше 65 лет. Эта ситуация требует чрезвычайно большой доли работоспособного населения для того, чтобы покрыть из государственной казны последующие расходы на систему национального здравоохранения и пенсии<sup>13</sup>.

Снижение темпов рождаемости<sup>14</sup> (при уже существующем низком уровне рождаемости в стране) вкупе с увеличением продолжительности жизни (продлонгация срока выхода на пенсию для пожилых людей) окажут негативное влияние на экономичес-



На рождение ребенка могут решиться не все японские семьи.

кий рост Японии в будущем, скажутся на инфраструктуре социального обеспечения.

Сокращение численности населения означает сокращение рабочей силы, что влечет за собой и множество экономических проблем. Есть предположение, что на ситуацию в 87% регионов по всей Японии будут оказывать негативное влияние как старение населения, так и его миграция, которая, в свою очередь, приведет к тому, что за пределами крупных городов Японии будет наблюдаться снижение экономической и социальной жизнеспособности регионов<sup>15</sup>.

В идеале для обеспечения мягкого перехода к стареющему обществу с низким уровнем рождаемости Японии следовало бы приступить к реализации всеобъемлющих мер по увеличению рождаемости еще в 1990-е гг., создать государственную, а не корпоративную систему гарантий с учетом дифференцированных условий найма. Но...

Сегодня вряд ли можно утверждать, что Япония сумела надлежащим образом адаптироваться к произошедшим в 1990-е гг. изменениям. Важнейшие меры по борьбе с низкой рождаемостью так и не были приняты, запаздывает

подготовка социальных гарантий для работающего поколения. А на рождение ребенка могут решиться лишь представители слоев с определенным уровнем достатка<sup>16</sup>.

Такое положение вещей, увы, не удивляет. И вот почему.

Анализируя итоги опросов 1993-2008 гг. о «Ценностных ориентациях японцев: анализ основных трендов за прошедшие 35 лет», которые проводила NHK<sup>17</sup> (*The NHK Broadcasting Culture Research Institute*<sup>18</sup>), можно увидеть, что почти

во всех возрастных группах число и мужчин, и женщин, которые согласились с высказыванием, что «брак - это само собой разумеющееся», - уменьшается, а ответивших, что «в браке нет необходимости», - увеличивается. И среди последних больше женщин, чем мужчин, причем большинство из них - младшие возрастные группы, а не старшее поколение.

Так, в 2008 г. примерно 90% женщин в возрасте от 20 лет ответили именно подобным образом. 70% женщин в возрасте до 40 лет резюмировали, что и «в детях нет особой необходимости»<sup>19</sup>. Схожие ответы на этот вопрос дали многие пары, уже находящиеся в браке. И число *childfree*<sup>20</sup> серьезно выросло с 2003 г., превысив число тех, кто считает, что «дети, естественно, нужны».

После анализа результатов опроса становится очевидным: больше женщин, чем мужчин, и больше молодых японцев, чем респондентов в возрасте, считают, что в браке «совсем не обязательно иметь детей». Доля женщин, которые ответили, что «в детях нет особой необходимости», возросла почти во всех возрастных группах. И это в стране с серьезными традиционными устоями!

В такой ситуации не совсем понятно, как устойчивая система социального страхования Японии все еще может суще-

ствовать. Нынешняя система создана в послевоенный период и четко структурирована в расчете на то, чтобы полагаться на молодых людей в вопросе поддержания ее жизнеспособности.

Затрудняет решение всех этих проблем и то, что молодежь недостаточно представлена на должностях во власти. Лица, принимающие решения в Японии, - традиционно пожилые люди, да и явка избирателей в возрасте 65-69 лет практически вдвое больше, чем тех, кому «за двадцать»<sup>21</sup>.

Таким образом, ранее рекламированные приличные сбережения и профицит Японии - результат масштабного накопления богатства в течение предыдущих десятилетий - безусловно, будут сдерживаться, превращаясь в «кризис старения Японии»<sup>22</sup>. А происходит это из-за того, что старение населения в Японии идет гораздо быстрее, чем в других странах. Доля пожилых (60 лет и старше) в общей численности населения составила в 2000 г. 23,2%, а в 2012 г. - уже 32% (рост составил почти 138%), а с 2011 г. в Японии вообще наблюдается демографический кризис (-2‰, 2013 г.)<sup>23</sup>. Большое число пожилых иждивенцев (по последним оценкам, вплоть до 2020 г. на двух работающих будет приходиться один пенсионер) рано или поздно потребует резкого увеличения налогов (главным образом на потребление) и гораздо больших отчислений в три национальные программы социального страхования - общественную пенсию, медицинскую страховку и долгосрочное страхование. Это ляжет серьезным бременем на молодое поколение Японии<sup>24</sup>.

## ДОВОЛЬНЫ ВСЕ!

Как же отражаются растущие год от года экономические проблемы на степени удовлетворения своей жизнью молодого поколения Страны

восходящего солнца? И не все ли равно Японии, что ее молодежь пребывает в столь упадочнических настроениях?

Безусловно, не все равно, ведь сегодняшние молодые японцы - это завтрашние основные потребители в стране. Их привычки, навыки и жизненные ориентиры, обретенные сегодня, могут отразиться на их последующем поведении в обществе «всеобщего потребления».

Индекс потребительского доверия является ключевым показателем будущего потреб-



Радость покупки (в подземном торговом городе). Токио.

ления в стране; низкий уровень доверия приводит к низким показателям потребительской способности в будущем и к таким же низким дискреционным расходам. Исследования «Молодежь Японии: где наше будущее?»<sup>25</sup> показали, что молодые потребители - почти 30% потенциальных покупателей в возрасте до 30 лет - назвали именно цену основным аргументом при принятии ими решения о совершении той или иной покупки. Более юные потребители по-другому, нежели старшее поколение, отнеслись и к вопросу, что покупать: они меньше заостряли внимание на приобретении, например, автомоби-

лей и больше делали упор на т.п. технологичных вещах - гаджетах<sup>26</sup>.

Еще больше озадачили японское общество результаты опроса общественного мнения об «удовлетворенности своей жизнью населения Японии», проведенного в 2014 г. секретариатом Кабинета министров. Опрос показал, что 79,1% молодежи в возрасте 20-29 лет «довольны» своей жизнью. Это рекордно высокий показатель с 1967 г., когда в Японии начали проводить такие опросы, т.е. уровень удовлетворения жизнью современной молодёжи оказался значительно более высоким, чем ее сверстников в эпоху экономического роста. Среди подростков до 19 лет эта тенденция ещё более заметна.

Во время изучения общественного мнения молодежи, проведенного в 2012 г. Институтом исследований культуры вещания NHK, более 90% учащихся школы средней и старшей ступени положительно ответили на вопрос «Ощущаете ли вы себя счастливым?». Особенно высоким этот показатель был среди учащихся школы средней ступени: 94% ответили, что «счастливы», причем 55% выбрали - «очень счастлив». При пессимистичном подходе такой «высокий уровень счастья» можно рассматривать в качестве признака отсутствия надежд на лучшее будущее, вынуждающего молодежь удовлетворяться тем, что она уже имеет. Разумеется, эти показатели были бы невозможны без наличия прочного фундамента в виде высокого уровня жизни населения<sup>27</sup>.

Совсем недавно японская молодежь была охарактеризована как «учимуки» (*uchimuki*, «смотрящая вовнутрь» или «островная») <sup>28</sup>. Хотя восприятие Японии как «закрытого островного государства» (*shimaguni*) давно описано в трудах по Японии (*Nihon-jinron*) и долго обсуждалось зарубежными критиками, сам

термин *uchimuki* относительно «молодой». Центральным в этом определении является предположение, что молодые японцы больше не хотят работать/учиться за границей. Но не все аналитики согласны с тем, что явление *uchimuki* - негативное. Они считают вполне естественным, что многие молодые люди чувствуют меньшую потребность в поездках за границу (в отличие от соседей по АТР - китайцев)<sup>29</sup>. По мнению специалистов, молодые люди обеспокоены тем, что из-за серьезного спада в экономике страны, после возвращения из-за границы им будет очень трудно найти работу у себя дома<sup>30</sup>.

Было бы неправильно сказать, что молодые японцы совсем не ценят вещи вокруг себя и тех, кто рядом с ними, например, своих друзей. Скорее всего, при измерении степени удовлетворенности жизнью и счастья основой акцент сместился от «общества и политики», «общественных и более общих вещей», к «друзьям» и «к месту, где родился и вырос» - к тому, что непосредственно окружает молодых в их жизненной среде и в мире. Это явление может отражать высокий уровень удовлетворения - как следствие социально-экономической ситуации в состоятельной и даже зажиточной Японии<sup>31</sup>.

Есть ли в сложившейся ситуации выгода для предприятий розничной торговли и различных компаний, производящих товары массового потребления? Скорее да, чем нет. По результатам опроса 2010 г., проведенного американской компанией *McKinsey & Company*, представители молодого поколения Японии, в отличие от своих старших соотечественников, гораздо охотнее ходят по магазинам и совершают покупки, не обращая особого внимания на страны происхождения этих товаров<sup>32</sup>. Это утверждение справедливо по отношению и

к автомобилям, и к моде, и к всевозможной бытовой электронике, и даже к приобретаемым продуктам питания.

### ИЗ КОКОНА В БОЛЬШОЙ МИР

Основываясь на анализе проведенных в Японии в начале 2000-х гг. опросов молодежи, проф. Оно<sup>33</sup> из японского университета Аичи пришел к выводу, что «старшее поколение слишком занято своими проблемами, чтобы ко всему еще и заботиться о месте и роли в обществе молодежи, которую оно стремится использовать, прежде всего, для своих выгод»<sup>34</sup>. Такое отношение, которое называют «взрослый Я-изм», получило широкое распространение в Японии. Столкнувшись с подобным отношением к себе, молодые люди стали подозрительными по отношению и к старшему поколению, и к обществу, созданному этим поколением. Так, например, 17 июня 2015 г. японский парламент принял законопроект о снижении возрастного ценза с 20 до 18 лет, что увеличило число потенциальных избирателей на 2,4 млн (к 104 млн неуклонно стареющего электората страны). И хотя такое расширение избирательного права «следует рассматривать как возможность для повышения интереса молодежи к политике, молодежь пока остается индифферентной к тому, что происходит на политической арене в стране<sup>35</sup>, а значит и к своему будущему, в целом. Все это, в свою очередь, приводит молодое поколение к безразличию к своему обществу, заставляя жить по принципу - «меньше знаешь - лучше спишь»<sup>36</sup>.

Существует и еще одна



Что покупать? Конечно же, гаджеты!  
(в токийском метро).

противоречивая тенденция, которая четко прослеживается в среде японской молодежи. Это тенденция *Cocooning* (англ.) - пребывание в своеобразном «коконе», которую можно определить как стремление притаиться, спрятаться от мира (пусть даже ценой занятия более низкой ступени в обществе), выбирая для себя, в первую очередь, удобство. И при этом абсолютно не желая чем-либо рисковать или интересоваться мировыми проблемами, да и самим миром, кроме как «сидеть онлайн» и «выходить в свет» только через социальные сети.

Так, из проведенного исследования «Молодежь Японии: где наше будущее?»<sup>37</sup> напрашивается интересный вывод: большинство респондентов тратят менее 30 мин. в неделю (!) на чтение, прослушивание или просмотр новостей о событиях за пределами Японии. Один из каждых пяти представителей молодого поколения японцев признает, что у него совершенно нет на все это времени<sup>38</sup>.

Отсутствие других видов вовлеченности в общественную жизнь, кроме экономиче-

ской деятельности, постепенно все более и более ослабляет интерес молодежи к миру. В то же время многие молодые люди стали предпринимать новые попытки поиска смысла в жизни через принятие глобальных социальных ценностей. Растет число японцев, которые благодаря воздействию средств массовой информации, зарубежных поездок или учебы за рубежом становятся более открытыми<sup>39</sup>. В последние годы туризм стал существенной потребностью японцев. Однако, для сравнения, в 2014 г. рост расходов населения Японии на туристические поездки составил всего 2% (тогда как в США - 7%, в Германии и Канаде - 6%, в Великобритании - 4%, в Австралии - 3%)<sup>40</sup>.

## ВМЕСТО ЭПИЛОГА

В Японии существует четыре группы факторов, которые влияют на ценностный образ будущего у молодежи и ее отношение к этому будущему.

Первый, названный как «отсутствие усилий формировать свое будущее», озвучен одному из мировоззрений взрослого поколения японцев: «Молодежь - второстепенна (на периферии общественной жизни)»: старшее поколение принимает как должное отстранение молодежи от процессов принятия решений и/или обсуждения важных вопросов в семье, школе и прочих сообществах. Оказавшись в стороне от тех вопросов, которые, по своей сути, требуют долгосрочного осмысления, молодежь упускает шанс расширить рамки своего мышления. Эта перспектива для всего японского общества весьма

неблагоприятна - в том смысле, что не исключается вероятность зажатия подрастающего поколения в его маленьком, ограниченном мире, когда основные интересы молодежи очерчиваются кругом их сиюминутных потребностей. Когда идея «светлого будущего» становится заоблачной и далекой от повседневной жизни, у молодых японцев возникает мировоззрение: «Я хотел бы извлекать выгоду из благосостояния общества настолько, насколько я могу!»

Негативные образы будущего общества и своего места в нем в сознании японской молодежи, вероятнее всего, - рефлексия страха по отношению к самому возраставшему их обществу. Так, например, молодые избиратели критически настроены против большинства стареющих политиков, но сами пока не готовы взять на себя ответственность за развитие страны. И это в настоящий момент основная проблема японского общества.

От принятия серьезных решений молодежь изолировал слишком жесткий материализм и, с точки зрения жизненной перспективы, лейтмотив - не выходить за рамки личных удобств. Это и объясняет слабый интерес молодежи к национальным делам - серьезный вызов, с которым сталкивается постепенно стареющее японское общество. В то время как многие говорят, что в нем не так много политиков-стратегов, кто заслуживает того, чтобы быть избранным, молодое поколение не готово предложить какие-либо альтернативные решения. Многим его представителям не хватает знаний для вовлечения в государственные дела.

А ведь вопрос культивирования их политического сознания должен решаться в то время, когда они находятся еще в учебных заведениях - в старших классах средних школ или в университете<sup>41</sup>.

В Японии было много дискуссий на предмет того, как же исправить свою столь «проблемную» молодежь. Участники подобных дебатов, однако, так и не смогли признать тот факт, что их молодежь растет под сильным влиянием не только того, что сознательно делают сами взрослые, но и того, что они делают бессознательно (например, отстраняют молодых от управления государственными структурами). Когда человек ищет причины определенных обстоятельств не в других, а в самом себе, в это время и происходит дальнейшее взросление личности, а сама ситуация (отношения молодежи к общественной жизни в стране) может легко измениться<sup>42</sup>. Очень важно при этом, чтобы старшее поколение обратило взор на самих себя и признало, что сейчас оно сталкивается с негативными последствиями своего эгоцентричного мировоззрения, которое оно ранее спроецировало на молодежь. И когда это, наконец, произойдет, характер образов будущего для молодежи, так же как и направление, по которому Япония пойдет в будущем, начнет меняться<sup>43</sup>.

И, конечно же, стоит всегда помнить, что молодость - это недостаток, который очень быстро проходит...

<sup>1</sup> Salsberg B., Kosugi Y. Youth to Japan: Where is our future? - [http://www.mckinseyonmarketingandsales.com/sites/default/files/pdf/Youth\\_to\\_Japan.pdf](http://www.mckinseyonmarketingandsales.com/sites/default/files/pdf/Youth_to_Japan.pdf)

<sup>2</sup> Считается, что Япония во многом обязана холодной войне своим развитием в качестве страны-производителя. Находящийся в восточном лагере, Китай не имел возможностей для полномасштабного выхода на мировые рынки. В Корее и странах ЮВА правили проамериканские диктатуры, эти страны отличались не-

стабильной политикой и невысоким уровнем образования. Таким образом, в то время у Японии отсутствовали конкуренты на роль «глобального завода-производителя».

<sup>3</sup> Curtis G.L. The logic of Japanese politics: Leaders, institutions, and the limits of change. New York: Columbia University Press, 1999.

<sup>4</sup> Curtis G.L. Japan at the crossroads, Asia Pacific issues analysis from the East-West Center, 41 (September), 1999.

<sup>5</sup> Японский финансовый пузырь (*baburu keiki* - экономика пу-

зыря) в Японии с 1986 по 1991 гг. характеризовался многократным ростом цен на рынке недвижимости и фондовом рынке. «Сдувание» пузыря продолжалось более 10 лет. Фондовый рынок достиг дна в 2003 г., но впоследствии опустился до нового минимума в 2009 г. в результате мирового финансового кризиса. Следствием «сдувания» пузыря стал продолжительный период экономической стагнации, называемый потерянными десятилетиями. См.: Japan's Bubble Economy - [www.sjsu.edu](http://www.sjsu.edu).

<sup>6</sup> Саакян А. «Мыльный пузырь», «потерянные десятилетия» и новый период экономического роста - <http://info-japan.ru/articles/mylnyy-puzyr-poteryannoe-desyatiletie-i-novyy-period-ekonomicheskogo-rosta> (Saakyan A. «Milnii puzir», «poteryannoe desyatiletie» i novii period ekonomicheskogo rosta - <http://info-japan.ru/articles/mylnyy-puzyr-poteryannoe-desyatiletie-i-novyy-period-ekonomicheskogo-rosta>) (in Russian)

<sup>7</sup> Наивысший ИРЧП (Индекс развития человеческого потенциала) с 1996 по 2006 гг., на основе которого и производился анализ, наблюдался у Японии - 0,936. Это довольно высокий показатель, поэтому Японию также можно по праву назвать страной с высоким уровнем человеческого развития. За последние 11 лет в Японии наблюдался рост Индекса РЧП, за исключением незначительных колебаний в 1998, 2001 и 2006 гг. (вызванных снижением уровня ВВП на душу населения), что непременно свидетельствует о прогрессивном улучшении уровня жизни населения. См.: Кузнецова Н.В. Сравнительный анализ уровня жизни населения России и Японии // Известия Восточного Института, 2007 (14). С. 48. (Kuznetsova N.V. Sravnitelnyi analiz urovnya zhizni naseleniya Rossii i Yaponii // Izvestiya Vostochnogo Instituta, 2007(14)) (in Russian)

<sup>8</sup> Ono Y. Japan's decline makes one thing rise: Individualism // The Asian Wall Street Journal, 2001, January 3, p. 1.

<sup>9</sup> «Japan Inc.» - это понятие использовалось в 1980-е гг. во время японского экономического бума для обозначения корпоративного мира Японии, когда западные бизнесмены увидели, насколько японское правительство тесно сотрудничает с национальным сектором бизнеса в стране. В это время в мире Япония ассоциировалась с такими понятиями, как экономическое чудо, *кайдзен* и т.д. На этот период приходится расцвет экономики Японии, выход ее на 2-е место в мире, что способствовало популяризации деловой литературы на темы «бизнес по-японски», «менеджмент по-японски». Высокая степень сговора между корпоративными и политическими кругами Японии привела к коррупции во всей системе и способствовала обвалу завышенного индекса Nikkei.

<sup>10</sup> Castells M. End of millennium. Oxford, UK: Blackwell Publishers, 1998, p. 235.

<sup>11</sup> Castells M. Op. cit.

<sup>12</sup> См., например: Ohno K. Nihon Keizai, Micro karano Saisei o (Renewal of Japan's Economy Begins from Microeconomic Cleanup), Nihon Keizai Shinbun, December 31, 2002.

<sup>13</sup> Kawase A., Ogura S. Macroeconomic Impact and Public Finance Perspectives on the Ageing Society. In: Coulmas F., Conrad H., Schad-Seifert A., and Vogt G., Eds. The Demographic Challenge A Handbook about Japan, eds. Leiden: Brill, 2008, p. 841.

<sup>14</sup> Суммарный коэффициент рождаемости (среднее число рождений у одной женщины за всю её жизнь) балансирует возле отметки 1,4, и его падения вряд ли удастся избежать - поколение детей тех, кто родился на послевоенном пике рождаемости, уже выходит из репродуктивного возраста.

<sup>15</sup> Elis V. The Impact of the Ageing Society on Regional Economies. In: Coulmas F., Conrad H., Schad-Seifert A., and Vogt G., Eds. The Demographic Challenge A Handbook about Japan, eds. Leiden: Brill, 2008, p. 865.

<sup>16</sup> Furuichi N. When Will the «Postwar» End? Japanese Youth in Search of a Future - <http://www.nippon.com/en/in-depth/a04002/>

<sup>17</sup> The NHK Broadcasting Culture Research Institute - Институт исследований культуры вещания NHK был основан в 1946 г. как первый институт для комплексного исследования на базе радиовещательной станции. См. официальный сайт NHK - <http://www.nhk.or.jp/bunken/english/>

<sup>18</sup> Там же.

<sup>19</sup> Kono K., Takashi K., Hara M. The Survey of Japanese Value

Orientations: Analysis of Trends over Thirty-Five Years - [nhk.or.jp>bunken/English/reports/pdf/10-no8-04.pdf](http://nhk.or.jp>bunken/English/reports/pdf/10-no8-04.pdf)

<sup>20</sup> Childfree - бездетный (англ.). Эта комбинация слов child (ребенок) и free (свободный) появилась примерно в 1979 г., чтобы описать бездетность без оттенка сожаления, который присутствует в слове *childless*. Этот термин был изобретен в США.

<sup>21</sup> Furuichi N. The fragile happiness of Japan's 'insular' youth. 17th September, 2014 - <http://www.eastasiaforum.org/2014/09/17/the-fragile-happiness-of-japans-insular-youth/>

<sup>22</sup> Ezrati M. Japan's Ageing Economics // Foreign Affairs. 76 (3), 1997, p. 97-98.

<sup>23</sup> См. например: Пономарева Н.Н. Процесс демографического старения: сущность, особенности и последствия в странах мира // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2013, № 6 (16) (Ponomaryova N.N. 2013. Protsess demograficheskogo stareniya: sushchnost, osobennosti i posledstviya v stranah mira // Vestnik NPGU, № 6 (16)) (in Russian); World Economic Outlook, April 2015: Uneven Growth: Short- and Long-Term Factors. International Monetary Fund. Research Department - <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/01/pdf/c2.pdf>

<sup>24</sup> Kawase A., Ogura S. Op. cit., p. 841-860.

<sup>25</sup> Salsberg B., Kosugi Y. Youth to Japan: Where is our future? - [www.mckinseyonmarketingandsales.com/sites/default/.../Youth\\_to\\_Japan.pdf](http://www.mckinseyonmarketingandsales.com/sites/default/.../Youth_to_Japan.pdf)

<sup>26</sup> Ibidem.

<sup>27</sup> Furuichi N. When Will the «Postwar» End? Japanese Youth in Search of a Future - <http://www.nippon.com/en/in-depth/a04002/>

<sup>28</sup> Burgess C. Ambivalent Japan turns on its 'insular' youth - [http://www.japantimes.co.jp/community/2013/05/21/issues/ambivalent-japan-turns-on-its-insular-youth/#.U8XX4\\_mSxpk](http://www.japantimes.co.jp/community/2013/05/21/issues/ambivalent-japan-turns-on-its-insular-youth/#.U8XX4_mSxpk)

<sup>29</sup> Burgess C. Foreigners Reluctant to Come, Japanese Reluctant to Leave: The Uchimuki Discourse as a Cover for Japan's Failure to Secure and Cultivate «Global Human Resources» - <https://tsuda.repo.nii.ac.jp/index.php?..>

<sup>30</sup> Kobe Shimbun 2011. 'Seinen Kaigai Kyoŕyokutai, O Ő boshasui gai Dai haba Gen Shinsai nado no Eikyoŕka (Japan Overseas Cooperation Volunteers, Big Fall in Number of Applicants, Impact of Triple Disasters?)'. (Oct. 29) - <http://www.kobe-np.co.jp/news/shakai/0004581310.shtml>

<sup>31</sup> Furuichi N. The fragile happiness of Japan's 'insular' youth. 17th September, 2014 - <http://www.eastasiaforum.org/2014/09/17/the-fragile-happiness-of-japans-insular-youth/>

<sup>32</sup> Salsberg B., Kosugi Y. Youth to Japan: Where is our future? ...

<sup>33</sup> Prof. Ono Ryota - Department of Business Administration Aichi University, Japan.

<sup>34</sup> Ono R. Societal Factors Impacting on Images of the Future of Youth in Japan. Journal of Futures Studies, May 2005, 9 (4), p. 70.

<sup>35</sup> Panda R. Japan: Empowering The Youth - Analysis, July 7, 2015 - <http://www.eurasiareview.com/07072015-japan-empowering-the-youth-analysis/>

<sup>36</sup> Mau James A. Social Change and Images of the Future. Cambridge: Schenkman, 1967, p. 115.

<sup>37</sup> Salsberg B., Kosugi Y. Op. cit.

<sup>38</sup> См. например: Rosenau J.N. Turbulence in world politics: A theory of change and continuity. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1990; Rosenau J.N., Fagen W.M. A new dynamism in world politics: Increasing skillful individuals? International Studies Quarterly, 41(4), 1997, p. 655-686; Rosenau N.J. Along the domestic-foreign frontier: Exploring governance in a turbulent world. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

<sup>39</sup> Жукина Л.В. Японские университеты: лицом к глобализации // Азия и Африка сегодня. 2015. № 3. С. 19-24. (Zhilina L.V. 2015. Yaponskiye universitety: litsom k globalizatsii // Aziya i Afrika segodnya. № 3) (in Russian)

<sup>40</sup> См.: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31.05.2014 N 941-р г. Москвы «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» - <http://www.rg.ru/2014/06/09/turizm-site-dok.html>

<sup>41</sup> Panda R. Op. cit.

<sup>42</sup> Yamaguchi Y., Hirao S. Kizukasete Ugokasu (Making People Know to Move). Tokyo: PHP, 2003.

<sup>43</sup> Ono R. Op. cit., p. 71.