

УДК 316

С.В. Иванова

Конструирование имиджа Японии в контексте Пути Чая

Аннотация:

Япония, страна с богатой историей и уникальной культурой, всегда привлекала внимание и местного населения, и международного сообщества. Одним из наиболее ярких аспектов японской культуры выступает Чайная церемония, или «Тядо» – «Путь Чая». Эта практика не только акцентирует внимание на эстетике, но и служит важным инструментом в конструировании имиджа Японии. В работе рассматривается влияние чайной церемонии на восприятие Японии другими политическими игроками, а также каким образом эти ценности формируют общественное мнение о стране на внутреннем и на международном уровнях.

Ключевые слова: конструирование имиджа, японская культура, Путь Чая, Тядо, имидж Японии.

Об авторе: Иванова Светлана Владимировна, МГУ им. М.В. Ломоносова, магистрант факультета мировой политики; эл. почта: Sveta.Lana.2001@yandex.ru

Научный руководитель: Дубовская Ирина Николаевна, МГУ им. М.В. Ломоносова, кандидат культурологии, доцент факультета мировой политики; эл. почта: irina_dubovskaya@inbox.ru

Введение

В условиях стремительно меняющейся современности страны стараются занять в новой конфигурации свое место, которое позволило бы сохранить облик и одновременно воздействовать на другие страны.

Наиболее удачным инструментом решения такой задачи представляется обращение к культурному наследию. Одним из самых успешных примеров использования своего культурного влияния становится Япония, которая с каждым годом оказывается все более

популярной благодаря традициям. Определяющий фактор формирования имиджа этой страны за рубежом – чайная церемония.

Методология исследования

Конструирование имиджа Японии в контексте Пути Чая требует междисциплинарного подхода, включающего различные методологические основы, такие как социокультурный подход, медиакommunikации и концепции маркетинга. Изучение литературных источников и статей, касающихся Пути Чая и его влияния на имидж Японии помогает осмыслить изменения в восприятии японской культуры под влиянием глобализации и культурного обмена.

Осуществление наблюдений и непосредственное проведение мероприятий чайной культуры и контакт с ее носителями выступают в качестве эмпирического метода. Это дает возможность получить более полное представление об этапах, характерных особенностях и влиянии чайных церемоний на людей разных возрастов и культур. Социокультурный подход способствует рассмотрению чая как элемента культурной идентичности и его значения в восточных и западных обществах.

Имидж и процесс его конструирования стали объектом междисциплинарных исследований в конце XX – начале XXI вв. В частности, исследование Мойланена и Райнисто представляет собой дорожную карту для успешного продвижения имиджа страны, приводя сравнительный анализ «ключевых показателей эффективности» [17]. Такой интерес к проблеме имиджа связан с тем, что он становится важным инструментом управления общественным сознанием и воздействия на международных акторов.

Большинство зарубежных исследователей определяют концепции имиджа страны как ментальное восприятие людей или процесс формирования репутации государства, отмечая субъективную природу понятия и наличие эмоциональных и когнитивных аспектов, в совокупности влияющих на поведение при межкультурном взаимодействии. Связывают имидж и со стратегией национального брендинга, сужая его до привлечения инвестиций и туризма [16; 14]. Это говорит о недостаточности теоретических определений конструирования имиджа.

В отечественной литературе имидж выступает скорее как социально-психологическая категория. Предлагая свое определение имиджа, А. Панкрухин указывает на образ объекта в психике человека, который, в свою очередь, формулирует оценочное суждение, представленное в форме мнения [10]. Примечателен опыт отечественного

исследователя Т. Лебедевой, обращающейся к классификации существующих моделей имиджа государства [6].

Поскольку тема подразумевает рассмотрение имиджа как социально сконструированного феномена, методология конструктивизма А. Вендта предлагает ценный теоретический подход к пониманию формирования имиджа Японии через такой культурный феномен, как чайные церемонии. Вендт подчеркивает, что внутренние мотивы поведения международных игроков во многом определяются «интерактивными культурами» [18]. По его мнению, международные акторы конструируются интерсубъективно.

Проведя анализ определений терминов «имидж» и «конструирование», можно сказать, что «конструирование имиджа» – это целенаправленное формирование представлений о стране через ее традиционные ценности и культурные нарративы. Ввиду недостаточного развития теоретической базы исследований в этой области существует необходимость дальнейшего изучения методологии, включая анализ потенциала Пути Чая в конструировании имиджа Японии.

Исторический контекст

Изучение основ чайного искусства имеет многовековую историю. В Японию чай попал в IX в. Использовался он в основном буддистскими монахами, помогая выдержать длительные медитации. Кроме того, ему приписывали лечебные свойства. Согласно легенде, чай прибыл в Японию из Китая в выемке дорожного посоха буддистского монаха Эйтю [2]. Вскоре чай распространился по всем буддистским монастырям страны. В XIV–XV вв. между гостями проходили состязания в поэзии, угадывании керамики, сорта чая и пр. Такое «состязание вещей» способствовало дальнейшей эстетизации чайного ритуала. Тогда же появились и многолюдные чайные собрания – *тякаи*.

Довершил форму классического чайного действия мастер Сэн-но Рикю. Идея «Чай – это не только напиток, но и средство общения» указывала на его стремление к созданию пространства, где стираются социальные различия между участниками церемонии, уступая место совместному наслаждению моментом. Искусство приготовления бодрящего напитка усовершенствовалось до известной *тя-но ю*, что обычно переводится как «культ чая» [11, с. 307].

Чайная церемония – это не только ритуал приготовления и употребления чая, но и способ передачи философии жизни [5]. Каждый элемент процесса – от выбора чая до его

приготовления и подачи – наполнен глубоким смыслом. Чтобы довести искусство до успешного завершения, необходимы четыре элемента или принципа Тядо. Это философские основы японской чайной церемонии, известные под аббревиатурой *Ва-кэй-сэй-дзяку*. Они формируют сам процесс церемонии, равно как и общее отношение к жизни.

1. «Ва» – «Гармония» – принцип, подчеркивающий важность душевного равновесия между участниками. Гармония позволяет создать спокойную атмосферу, способствующую взаимодействию и пониманию.

2. «Кэй» – «Почтительность». Принцип подразумевает уважение к окружающим, истории, культуре, а также к самим предметам и процессам, происходящим в чаепитии. Включает внимание к деталям и проявление заботы о каждом участнике церемонии.

3. «Сэй» – «Чистота». Принцип чистоты включает как физическую чистоту (чистота пространства, утвари и чая), так и внутреннюю чистоту ума и духа. Чистота помогает сосредоточиться на настоящем моменте и облегчает понимание происходящего.

4. «Дзяку» – «Спокойствие». Наиболее значимый принцип, регулирующий искусство Чаю, поскольку каждая конкретная процедура в рамках церемонии нацелена на то, чтобы создать вокруг атмосферу спокойствия. Это формирует пространство для медитации и внутреннего сосредоточения, позволяя участникам насладиться каждым моментом и ощутить гармонию с окружающей средой [3].

Обозначенные принципы отражают глубинные аспекты японской культуры и мировоззрения, пропагандируя уважение, простоту и гармонию во всех аспектах жизни.

Тядо тесно переплетается с *ваби-саби*. Эта «философия» учит находить удовлетворение в простоте, красоту в несовершенстве, естественности вещей и др. [9]. Например, во время демонстраций используют керамические чаши, выполненные вручную, и, возможно, проявляющие признаки старения, ведь именно в этом заключается истинная красота несовершенных предметов.

Сопровождение церемонии определенными визуальными и эстетическими элементами в значительной степени привлекает внимание и самого японского общества, и зарубежной аудитории. Уникальность керамических изделий, минималистичный дизайн и использование природных материалов создают ассоциации с японским эстетизмом [7]. Визуальный имидж Японии формируется через элементы чайной церемонии, которые отражают уникальное сочетание простоты и гармонии.

Зарубежное восприятие чайной церемонии

За счет популяризации чайного действа на международных выставках, культурных мероприятиях и в образовательных программах, Япония представляется как страна с глубокими духовными традициями и высоким уровнем культурного наследия [8].

Чайная церемония демонстрирует уникальность японской культуры. Участники таких мероприятий (и не обязательно носители японской культуры) описывают чувство умиротворения и гармонии, которое они испытывают во время демонстраций. Чайная церемония становится мостом между Японией и другими культурами, способствуя лучшему взаимопониманию и восприятию японской идентичности [1].

Под воздействием глобальных процессов обучение чайному мастерству адаптируется, сохраняя традиционные практики и одновременно приобретая новые формы. К ним относятся мастер-классы для иностранных гостей и молодежи, что позволяет расширить влияние чайной культуры за пределами Японии.

Так, *рюрэй* был разработан как попытка сделать чайные церемонии более доступными для широкой аудитории и освободить их от строгих правил. Такой способ приготовления чая, когда и мастер, и гости сидят на стульях и за столом, использовали для приема европейских гостей, непривыкших длительное время сидеть на татами. Искусство Пути Чая становится доступнее с развитием технологий и новых медиа благодаря видео- и онлайн-трансляциям. Это позволяет большему числу людей познакомиться с японскими традициями и формирует позитивный имидж Японии как страны, открытой для диалога и обмена.

Через движения рук и дыхание мастера передается инфернал для встречи, его настроение, возможно, переживания и даже скорбь. Поэтому, не зная языка, можно догадаться, что стремится донести хозяин комнаты.

В XXI в. Путь Чая продолжает играть значимую роль в дипломатической практике. Организация мероприятий с участием чая, как правило, гарантирует формирование более расслабленной обстановки, способствующей открытому обмену мнениями, успешному течению переговоров [12]. Например, в ходе встреч высокопоставленных чиновников и лидеров государств, включая председателя Совета Министров Японии и иностранных лидеров, чай становится не просто напитком, но и инструментом для смягчения напряженности, укрепления дружбы и закреплении положительного образа Японии на мировой арене.

Исследование медиа и художественных произведений, которые используют чай, как символ, раскрывает, как формируется имидж Японии через визуальные и текстовые коммуникации. Нередко чай фигурирует в кино, литературе и рекламе, что, в свою очередь, поддерживает романтический и экзотический образ страны. Кроме того, использование чая как элемента бренда успешно применяется в стратегиях маркетинга. Имидж Японии как страны с высококачественным и уникальным чаем (например, набирающая популярность матча) формирует спрос на японские товары и услуги, подчеркивая их экологическую чистоту и заботу о традициях.

14-й глава школы Урасэнкэ сказал: *«Итиван кара писуфурунэсу»* («От чаши к миру»), что подводит к еще одной мысли, связанной с построением имиджа страны: независимо от того, к какой нации, религии относит себя человек, какие бы прения между людьми не были, стоит просто сесть, «сложив оружие», оставив все мирское за пределами чайной комнаты и сконцентрироваться на внутренних ощущениях.

Заключение

Путь Чая занимает уникальную нишу в дипломатических отношениях Японии, представляя собой мощный инструмент, помогающий выстраивать и поддерживать связи на международной арене. Чайная церемония, пронизанная духом уважения и понимания, способствует формированию образа культурно богатой и открытой для диалога нации. Продвижение и рост популярности Пути Чая – один из способов конструирования японского имиджа.

Следовательно, в сохранении традиций и состоит одна из важных ролей чайных школ, выступающих носителями формальных знаний об этом искусстве. Сегодня в Японии насчитывается более ста школ. Благодаря усилиям 16-го главы школы Урасэнкэ чайная культура продолжает распространяться по всему миру, а его последователи не понаслышке знают такое дзэнское высказывание, как *«Кисса ко!»* («Выпьем чаю!»). Такой подход, основывающийся на глубоком символизме и культурной дипломатии, открывает перспективы для дальнейших изысканий в области культурологии, международных отношений и брендинга.

Библиографический список:

1. Голубева В.В. Роль культурных особенностей Японии во внешней политике государства // Результаты современных научных исследований и разработок: Сборник статей XVI Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 30 января 2022 года. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. С. 212-215.
2. Дьяконова Е.М. Японское чайное действо: путь тишины / Е.М. Дьяконова, А.В. Кудряшова, Э. Кузьмина. М.: Арт-Волхонка, 2018. 128 с.
3. Игнатович А.Н. Чайное действо. М.: Стилсервис, 2011. 493 с.
4. Кудряшова А.В. Изучение традиции Пути Чая в России – 25 лет спустя // Российское японоведение сегодня: К 20-летию Ассоциации японоведов. М.: ИДВ РАН, 2015. С. 504-508.
5. Кудряшова А.В. Чай и Дзэн одинаковы... на вкус // Alquimia. 2007. № 1(6). С. 124-139.
6. Лебедева Т.П. Имидж государства в мировом политическом пространстве: структурные модели формирования / Т. П. Лебедева, Т. А. Михайленко // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2011. № 1. С. 13-28.
7. Мазурик В.П. Путь чая // Труды Объединенного научного центра проблем космического мышления. 2009. № 2. С. 375-392.
8. Назарова Л.Х. Образ японцев в имиджеологии. От мифов до современности / Л.Х. Назарова, Д.Н. Канаев // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 4. С. 22-27.
9. Оакура К. Чайная церемония в Японии / Пер. с англ. С.А. Белоусова. М.: Издательство Центрполиграф, 2014. 191 с.
10. Панкрухин А.П. Имидж страны: смена парадигмы / А.П. Панкрухин, С.Ю. Игнатьев // Корпоративная имиджелогия. 2014. № 02(03). С. 8-14.
11. Судзуки Д. Дзэн и японская культура. СПб.: Наука, 2003. 522 с.
12. Чугров С.В. Имидж Японии в России как важнейший фактор двусторонних отношений // 25 лет внешней политике России: Сборник материалов X Конвента РАМИ: В 5 томах, Москва, 08–09 декабря 2016 года. Том 2, Часть 1. М.: Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2017. С. 424-435.

13. Японский язык в вузе: актуальные проблемы преподавания: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 21–22 марта 2019 года / Ответственный редактор Л.Т. Нечаева. Том Выпуск 19. Москва: Общество с ограниченной ответственностью Издательство «Ключ-С», 2019. 246 с.
14. Hakala U. Country image as a nation-branding tool / U. Hakala, A. Lemmetyinen, S. Kantola // *Marketing Intelligence & Planning*. 2013. Vol. 31, No. 5. Pp. 538-556.
15. Ishpekova-Bratanova K. Nation Branding: Research Approaches and Models // *Godishnik na UNSS*. 2020. Vol. 1, No. 1. Pp. 21-38.
16. Kleppe I. Country Image: a Reflection of the Significance of the Other / I. Kleppe, L. Mossberg // *Advances in Consumer Research*. 2005. Vol. 32. Pp. 295-301.
17. Moilanen T. How to brand nations, cities and destinations / T. Moilanen, S. Rainisto. London: Palgrave Macmillan UK, 2009. 202 p.
18. Wendt A. *Social Theory of International Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 429 p.
19. Wendt A. The Agent-Structure Problem in International Relations Theory // *International Organization*. 1987. No. 41/3. Pp. 335-370.

Ivanova S.V. The construction of Japan's image in the context of Chado

Japan being a country with a rich history and unique culture has always attracted the attention of both the local population and the international community. One of the most striking aspects of Japanese culture is the Tea Ceremony, or "Chado" – "The Way of Tea". This practice not only focuses on aesthetics, but also serves as an important tool in designing Japan's image. The paper examines how the Tea Ceremony affects the perception of Japan, emphasizing values such as harmony, respect, cleanliness and tranquility, and also surveys how these values shape public opinion about the country both domestically and internationally.

Keywords: image construction, Japanese culture, The Way of Tea, Chado, the image of Japan.