

¹Нурсейтова Л.Д., ²Ниномия Такаши

¹ст. преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: nurseitova.laila3@gmail.com

²PhD, Университет Цукуба, Япония, г. Цукуба, e-mail: s0430062.ninomiya@gmail.com

**ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
НА ГЕНДЕРНЫЕ РОЛИ В ЯПОНСКОМ СОЦИУМЕ**

Данная статья посвящена такому феномену последних десятилетий, как влияние средств массовой информации на гендерные роли в японском социуме. СМИ являются неотъемлемой частью социума, в том числе площадкой для дискуссий и определения новых «норм» в XXI веке, – в веке информационной эры. И нередко в масс-медиа, в связи с происходящими изменениями в мире, поднимаются вопросы, касающиеся гендера, которые, как правило, и определяют стереотипы, формируя общие представления о репрезентации женщин, мужчин и гендерных отношений в обществе. Японские СМИ не являются исключением. Они так же представляют собой призму, через которую нам видны гендерные роли и положение женщин в политике, экономике и других сферах деятельности в обществе.

Ключевые слова: японские женщины, Вторая мировая война, современный период, общество, равноправие, независимость, мужчина, дискриминация, демократия.

¹Nurseitova L.D., ²Ninomiya Takashi

¹Senior teacher, Al-Farabi Kazakh National University, e-mail: nurseitova.laila3@gmail.com

²PhD, Tsukuba University, Japan, Tsukuba, e-mail: s0430062.ninomiya@gmail.com

Influence Of Mass Information On Gender Role In Japan's Society

This article is devoted to the phenomenon of recent decades as the influence of the media on gender roles in Japanese society. The media is an integral part of society, and a platform for discussion and the definition of new «norms» in the 21st century – the century of the information age. And often in the mass media, in connection with the changes taking place in the world, issues related to gender are raised, which, as a rule, determine stereotypes, forming general ideas about the representation of women, men and gender relations in society. Japanese media are no exception. They also represent a prism through which we see gender roles and the position of women in politics, economics and other areas of activity in society.

Key words: japanese women, World War II, modern period, society, equality, independence, man, discrimination, democracy.

¹Нурсейтова Л.Д., ²Ниномия Такаши

¹аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: nurseitova.laila3@gmail.com

²PhD, Цукуба Университеті, Жапония, Цукуба қ., e-mail: s0430062.ninomiya@gmail.com

Жапон қоғамындағы гендерлік рөлге бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалы

Бұл мақалада соңғы он жылдықтағы жапон қоғамындағы бұқаралық ақпарат құралдарының гендерлік рөлге ықпалы қарастырылған. 21 ғасырда – ақпараттық дәуір ғасырында жаңа нормаларды анықтаушы және пікірсайыс алаңы болып табылатын бұқаралық ақпарат құралдары қоғамның ажырамас бөлігі болып саналады. Бұқаралық ақпарат құралдарында әлемде туындап жатқан өзгерістермен бірге қоғамдағы ерлер мен әйелдердің және гендерлік қарым-қатынастардың репрезентациялары туралы жалпы түсінікті қалыптастыратын стереотиптер де анықталады. Жапон БАҚ-ы да ерекше болып табылмайды. Олар да қоғамның әртүрлі салаларындағы, соның ішінде саясат пен экономикадағы әйелдердің ахуалы мен гендерлік рөлін көрсетеді.

Түйін сөздер: жапон әйелдері, екінші дүниежүзілік соғыс, қазіргі кезең, қоғам, теңдік, тәуелсіз, білім, ер адам, дискриминация, демократия.

Введение

СМИ являются неотъемлемой частью социума, в том числе площадкой для дискуссий и определения новых «норм» в информационную эру, XXI век. И нередко в масс-медиа в связи с происходящими изменениями в мире поднимаются вопросы, касающиеся гендера, которые, как правило, и определяют стереотипы, формируя общие представления о репрезентации женщин, мужчин и гендерных отношений в обществе. Японские СМИ не являются исключением. Они так же представляют собой призму, через которую нам видны гендерные роли и положение женщин в политике, экономике и других сферах деятельности в социуме.

Японская культура предоставляет особый интерес для исследования в силу уникальности этнонациональной и религиозной культурной идентичности. Япония являет собой образец восточной страны, подвергнувшейся усиленному идеологическому и культурному воздействию западных стран и сохранившей традиционную культуру и ценности, творчески преобразовав культурные институты, образцы и традиции, заимствованные в процессе аккультурации и селективного отбора.

Основная часть

Положение женщин в японском обществе, его соотношение с положением мужчин претерпели значительные изменения за последние несколько десятков лет. Такие профессии в сфере бизнеса, медицины, политики и судебной власти сейчас присущи и женскому полу. Однако, несмотря на влияние таких исторических событий как Конституция 1946 года, женское движение, Закон о Равных Возможностях Труда 1985-1986 г., запрещающий дискриминацию при приеме на работу в частном секторе, готовность принять позиции мирового сообщества, а также развитие общества через путешествия и интернет, японскому правительству не удается реализовать все аспекты своей гендерной политики по мировому стандарту (Япония занимает только 101 место среди 147 стран в индексе гендерного равенства Всемирного экономического форума (Roger J., Osami I., 2007: - 270p)).

Должно приниматься во внимание, что Япония, будучи в первую очередь азиатской страной, имеет свою специфику и проблематику в комбинировании традиционных концептов культуры. Эта проблема обостряется в условиях динами-

ки политического и социально-экономического развития японского общества в XXI веке. Традиционализм в культуре и патриархальные тенденции формирования ассиметричной гендерной системы в Японии сочетаются с пересмотром иерархии ценностей, этическим и эстетическим релятивизмом. Такая бинарность социальной культуры особенно ярко выражена в интерпретации женских ролей и образов в средствах массовой информации.

Роль СМИ для политических и социальных аспектов жизни, их функции как развитие и продвижение меркантильности, их важность в передачи информации и способности развлекать людей, а также специфика языка, используемого в медиа, до сих пор активно дискутируются в кругах интеллигенции. Исследования СМИ являются большой и постоянно растущей междисциплинарной областью исследований, которые затрагивают и политологию, социологию, психологию, лингвистику, дискурсивный анализ и культурные исследования.

Влияние культурной политики японского правительства и СМИ на гендерные отношения Японии обосновано положением об уникальной форме плюрализма в японской культурной системе, закрепленным в представлениях о ценностях, гендерных ролях и стилях жизни и явившимся результатом межкультурного взаимодействия с западными странами.

Полярные гендерные установки японского правительства коррелируют с гендерной политикой западных стран и основываются на законодательно закрепленном в Конституции 1947 г. Постулате о гендерном равенстве, предопределяющем для японок множественность социальных ролей и возможностей.

В противоположность официальной и латентной политике японского правительства, усилия японских средств массовой информации направлены под воздействием зарубежных социокультурных традиций и ценностей на пропаганду идей женского досуга и личностного индивидуализма. Бинарность источников модернизации современной японской семьи определяет вариативность потенциала развития гендерной системы Японии.

Роли современных японок зависят от многих факторов, в их числе: традиционные нормы и ценности, потребности современного общества на нынешний период времени, ценности этого времени, влияние стандартов красоты, моды и другое. Выскажем предположение, что, несмотря на целевое расхождение политики влиятельных

структур и СМИ, для современной японской женщины приемлемо сочетание гендерного статуса, предположенного правительством, и свободы действия, отраженной в масс-медиа.

Нэнси Розенбергер полагает, что социальные возможности японских женщин во многом определяются гендерной политикой правительства Японии, которая может предложить им следующие повседневные модели поведения: «работник полной занятости, экономически зависимая домохозяйка и служащий неполного рабочего дня». Хотя гендерная политика постиндустриальной Японии дает свободу выбора и создает видимость того, что японки могут легко переходить от одной роли к другой, она все же отрицательно относится к тем женщинам, кто пытается совмещать работу и домашние обязанности (Roger J., Osami I., 2007: - 270p). Правительственная политика определяет следующий курс жизни женщины: по окончании высшей школы женщина должна работать полный рабочий день, готовясь вскоре выйти замуж и завести детей (примерно в возрасте 24-25-ти лет).

Гендерная политика правительства рекомендует женщинам оставаться замужем за одним мужчиной в течение всей жизни и довольствоваться половиной его пенсии и наследством в случае его смерти. Прощлое поколение женщин стремилось быть «хорошими женами и мудрыми матерями», что обязательно включало в себя преданность своей большой семье (Гендерное неравенство в Японии, <http://www.nippon.com/ru/features/h00131/>). Таким образом, жизнь женщины в японском обществе четко расписана. Впрочем, это правомерно и в отношении ко всем японцам в силу особенностей японского национального характера.

Социально и трудовая политика правительства предписывает, чтобы женщины работали полный рабочий день, и чтобы у них была возможность повышения квалификации. В частности, на реализацию данного постулата была направлена реформа 1986 года, поскольку для начисления пенсии требовался сорокалетний рабочий стаж. Кроме того, правительство прекратило программы, которые компенсировали женщинам меньшее количество проработанных лет и позволяли им получать пенсию раньше, чем мужчинам (Гендерное неравенство в Японии, <http://www.nippon.com/ru/features/h00131/>).

Политика японского правительства очень сильно влияет на жизнь японских женщин, стимулируя перфекционизм в выполнении не только домашних, но и служебных обязанностей. Выделим некоторые возможные причины данно-

го стремления правительства: экономический подъем Японии, необходимость задействовать как можно больше количество человеческих ресурсов в служении целям экономического роста. Таким образом, гендерная политика и экономика Японии тесно переплетаются.

Новые трудовые законы устранили ограничение рабочих часов для женщин в организаторской деятельности и увеличили денежное поощрение для компании, которые повторно нанимают их после рождения ребенка (Michael S. Kimmel/ *The Gender Society*. – New York, Oxford University Press, 200. – pp. 10-25).

«В настоящее время увеличилось число семей, в которых оба супруга работают. Таких семей на 1 млн. больше, чем семей, в которых работает только один супруг, мужчина, а женщина тем временем занята домашними делами. Увеличилось число мужчин, которые считают, что даже когда дети еще маленькие, лучше, чтобы жена работала, а не сидела дома. Работают женщины в основном для экономического самообеспечения и психологического самоудовлетворения» (Томпсон Нэвин. Японских женщин отталкивает то, что должно быть стать опорой. – статья на ресурсе globalvoices.org от 5 мая 2015 г. URL: <https://ru.globalvoices.org/2015/05/36854/> Дата обращения: 10.05.2016).

Итак, гендерная политика японского правительства некоторым образом дает женщинам возможность работать полный рабочий день и продвигаться по служебной лестнице. В то же время нельзя забывать о том, что она направлена прежде всего на пропаганду образа домохозяйки и предписывает японкам неполный рабочий день. Таким образом, правительство предоставляет женщинам определенную свободу выбора, но поощряет образ женщины домохозяйки, зависящий от мужчины в финансовом плане.

Политика японского правительства влияет главным образом на экономические стороны гендерного вопроса Японии. Что касается социальных вопросов, проблем половой и социальной дискриминации, то более продуктивно рассматривать процесс воздействия СМИ. Отметим, что в противоположность официальной гендерной политике японского правительства японские СМИ предлагают несколько иные образы японских женщин.

В 1970-1980-ых годах в Японии возросло число журналов. В отличие от более ранних изданий, новые журналы обращены к молодежи и направлены на создание модного стиля жизни (Vera Mackie. *Feminism In Modern Japan*. Citi-

zenship, Embodiment and Sexuality. – Cambridge Press, 2006. – 308 p.).

Отчасти это объясняется тем, что японское правительство стимулировало потребление среди более обеспеченных социально-экономических групп населения, в которых в основном и произошло увеличение потребительских расходов. Студентки высшей школы, студентки вузов, молодые незамужние девушки и молодые домохозяйки – вот группы потребителей, на которые ориентировались периодические издания. Государственные журналы направили взгляды граждан от гендерного неравенства и мужского доминирования в обществе к достижению определенного статуса в системе потребителя. Однако некоторые журналы все же обращают внимание на то, что биологические различия между мужчиной и женщиной являются причиной сосредоточения женских интересов на домашнем хозяйстве и подчиненного статуса на службе.

Для женщин, получивших образование, журналы предлагают идею, что молодые японки не обязаны экономить деньги для семьи, компании или нации. Они работают для того, чтобы было больше возможностей для развлечения. Рассматривая группу незамужних японок (22-25 лет), женские журналы предлагают свободу выбора досуга и развлечения городской молодежи: пиво, гольф-клубы, автомобили, методы контроля рождаемости. Однако, кроме развлечений, в центре внимания женских журналов также стоит брак. Несмотря на то, что в СМИ необходимость вступления в брак подвергается сомнению, официально заключенный союз предпочтительнее сожительства (Гендерное неравенство в Японии, <http://www.nippon.com/ru/features/h00131/>). Таким образом, современные японки находятся в очень противоречивых жизненных условиях. Журналы в конечном счете закрепляют установки правительства, но они же пропагандируют стремление к свободе.

В конце 80-ых – начале 90-ых годов XX в. журналы попытались охватить несколько новых сегментов рынка (возрастная группа от 25 до 35 лет). Один сегмент включает в себя самостоятельных, искушенных женщин, другой представлен женщинами, сосредоточившими внимание на учебе и карьере. Например, *Nickey Woman* показывает, что японки любят свою работу, поскольку она отвечает их ежедневным нуждам и позволяет накопить денег для обучения за рубежом. (Namba, K. *Comparative Studies in USA and Japanese Advertising During the Post-*

War Era. International Journal of Japanese Sociology 11, 2002. – pp. 19-34.).

Современные японки могут избрать в качестве жизненного сценария любую из идей, представленных в культурной политике правительства Японии и СМИ, а также объединить их в своей жизни и переходить от одной альтернативной позиции к другой в зависимости от повседневных ситуаций. Хотя большинство женщин выполняют роли, предписанные им гендерной политикой японского правительства, они комбинируют их с образами свободы и индивидуальности, представленными на страницах популярных журналов.

В то время как женщины в Японии получили равные юридические права наравне с мужчинами после Второй мировой войны, экономические условия для женщин остаются несбалансированными. Современные инициативы со стороны правительства, поощряющие материнство и карьерный рост, имели неоднозначные и неутешительные результаты. В то время как высокий процент японских женщин представляет собой выпускниц колледжей или высших учебных заведений и многие из представительниц женского пола имеют работу, они обычно зарабатывают на 40% меньше, чем их коллеги-мужчины и составляют 77% рабочей силы за неполный рабочий день. Традиционные ожидания в отношении замужних женщин и матерей цитируется в качестве барьера для полного экономического равенства.

Для того, чтобы было с чем сравнивать, давайте затронем вкратце положение женщин на протяжении всей истории Японии, а также как сейчас репрезентуется и интерпретируется положение тех лет в СМИ. Степень, в которой могли принять участие женщины в японском обществе, менялась с течением времени и в зависимости от социальных классов. В VIII-ом столетии в Японии женщина могла руководить страной в качестве императрицы, а в XII-м веке (Хэйан) женщины в Японии могли наследовать имущество в своих собственных семьях или кланах и управлять ими же самостоятельно: женщины могли владеть собственностью, имели право на образование, если позволяло сословие.

С конца периода Эдо статус женщин снизился. В XVII-ом веке появляются «Онна Дайгаку» или «Университеты для женщин». Однако представитель конфуцианства, автор многих трудов Кайбара Эккен изложил ожидания в отношении японских женщин, заявив, что «такова глупость ее характера, что все возложено на нее

– доверять себе и подчиняться своему мужу». То есть, как видно из цитаты, в тот период к женщинам стали относиться с некоторым пренебрежением, несмотря на то, что стала повышаться грамотность среди женской части населения. Отсюда и начинается дифференциальное положение женского пола в японском социуме.

В период Мэйдзи, индустриализация и урбанизация уменьшили авторитет отцов и мужей, но в то же время в Мэйдзи появляется Гражданский кодекс 1898 года, где женщинам было отказано в их законных правах, которые у них были на тот момент, и принудили к работе исключительно в сфере домашнего хозяйства.

После Второй мировой войны правовое положение женщин было пересмотрено оккупационными властями, которые включали положение о равных правах в конституции 1947 г. и пересмотренный Гражданский кодекс 1948 г. Индивидуальным правам были отданы приоритеты над обязательством перед семьей. Женщинам, как и мужчинам, было гарантировано право выбора супругов и профессии, чтобы наследовать и владеть собственностью в своих собственных семьях, а также возможность сохранить опеку над своими детьми.

В интервью с японскими домохозяйками исследователи обнаружили, что социализированным женским поведением в Японии является модель, включающая в себя следующие черты: скромность, опрятность, вежливость, соблюдение и уверенность в своих силах. Скромность подразумевает собой молчание, то есть женщине негласно запрещено лишний раз вступать в разговор, тем более если это противоречит словам мужчины, которого ей следует уважать. А также скромность в действиях, что подразумевает порой безвозмездную работу или деятельность, за которую женщина не имеет право претендовать даже на похвалу со стороны окружающих людей. Опрятность включает в себя не только ее внешний вид, но и чистый дом, за которым она непременно обязана следить. Вежливость – еще одна черта, необходимы для общения с вышестоящими членами семьи, которые были все для невестки своих детей, и с людьми за пределами дома, чтобы поддерживать статус семьи в обществе. Также вежливость и знание традиции необходимы для развлечения гостей, такие мероприятия, как приготовления и подача чая. В данном контексте женщина является не только примерной женой, невесткой и матерью, но и развлечением в глазах гостей дома ее семьи.

В японском социуме не принято отказываться от своих родителей, потому, как правило, выросшие дети обязаны заботиться о своей семье, стараясь обеспечивать ее. И в силу того, что сейчас Япония является старейшей нацией, самостоятельность женщин приветствуется правительством, поскольку, во-первых, она смогла стать еще одной кормилицей для стареющего поколения, а во-вторых, она бы не причиняла неудобства ни своей семье, будучи обузой, ни японскому социуму в целом. Тут в силу вступает японский менталитет, который не позволяет быть в тягость, доставлять неудобства окружающим – “*Meiwaku o kakenai*”. Интересный факт – в интервью с японскими семьями обнаружили, что девочек еще только в прошлом столетии предпочитали оставлять дома родители сразу после учебы, чтобы они помогли с работой по дому, в то время как мальчиков старались оставлять в школе, на дополнительных занятиях. Все эти данные были опубликованы в журнале «*Lebga*», который часто критиковали за особый акцент на едином экономическом сегменте японских женщин.

Японская конституция, разработанная США и принятая в послевоенную эпоху, обеспечивает правовую основу, благоприятную для продвижения равенства женщин в Японии. Женщины получили право голоса в 1946 году, что позволило им большую свободу наравне с мужчинами и более высокий статус в японском обществе. Другие послевоенные реформы открыли учебные заведения для женщин, требовали, чтобы женщины получали равную оплату за равный труд. В 1986 году Закон о равных возможностях занятости вступил в силу. С юридической точки зрения несколько барьеров на пути равного участия женщин в жизни общества все еще остаются. Тем не менее, в социальном плане гендерная политика не имеет возможности в реализации в рабочем секторе из-за доминирования на рабочем месте мужчин, которые занимают все вышестоящие позиции в компаниях.

В глобальном опросе женщин по положению и количеству их в парламенте Япония занимала 123-е место из 189 стран. В японском парламенте женщины занимают чуть менее 10% мест, несмотря на правительственную цель – 30% избранных должностных лиц должны составить женщины к 2020 году в нижней палате Сейма, а в реальности женщины занимают лишь 8% мест, где 19% – в верхней палате. Менее 1% мэров были женщинами. В СМИ очень редко обращают внимание данному вопросу. То есть в развлекате-

льной сфере об этом не упоминается в принципе. В газетах и политических журналах этот вопрос освещается очень сухо и узко.

Японское правительство проявило инициативу для решения этой проблемы в XXI-м веке, в период Хэйсэй, через несколько целенаправленных действий. Опрос 2012-го года кабинета министров показал, что почти 70% всех японских опрошенных согласились, что мужчины получили льготное лечение, когда женщины – нет.

В течение XXI-го века японские женщины работают в более высоких пропорциях. Уровни доходов между мужчинами и женщинами в Японии не равны. Средняя японская женщина зарабатывает на 40% меньше, чем средний мужчина, и только десятую часть руководящих должностей занимают женщины. Женщины часто работают неполный рабочий день или на временных рабочих местах, на непостоянной основе. 77% этих рабочих мест были заполнены женщинами в 2012 году. Среди женщин, которые работают, существуют женские профсоюзы, но они являются небольшими по размеру и относительной мощи.

Несмотря на недавние усилия правительства по стимулированию участия женской части населения в профессиональной деятельности, многие женщины (почти половина) просто не хотят работать, предпочитая оставаться дома и растить детей. Это идет в разрез с желаниями японцев мужчин, из которых четверо из пяти говорят, что они хотят будущую жену, которая будет работать. Когда матери работают, они часто подбирают неполный рабочий день, низкооплачиваемую работу на основе графика своих детей или графика мужа. Как мы видим, те стереотипные модели поведения – домохозяйки/жены/матери, которые активно закрепляют за собой СМИ, отлично проявляются в социуме, настраивая женщин стремиться к роли «хранительницы домашнего очага». Забота о семье и домашнем хозяйстве по-прежнему рассматривается как преимущественно женская роль, и даже от работающих женщин по-прежнему ожидают выполнения ее. Большинство женщин, 70%, покидают рабочие места в течение десяти лет или более после рождения их первого ребенка. В одном из опросов, 30% матерей, которые вернулись к работе, сообщили, что стали жертвами «притеснения по беременности и родам». «Обэнто» – традиционная коробочка для ланча, матери готовят сложные обеды для своих детей и, обычно креативно оформляя прием пищи в этой коробочке, негласно соревнуются в

оформлении: дети демонстрируют работы своих матерей в школе перед одноклассниками, и от мастерства и оригинальности бэнто зависит успех ребенка в школе среди сверстников. А также является показателем успешной роли женщины-домохозяйки, которая все успевает.

Ряд правительственных и частных послевоенных политик внесли свой вклад в гендерное разделение труда. Они включают семейную зарплату, предлагаемую корпорациями, субсидии для здоровья и жилья, брачные бонусы и дополнительные бонусы для каждого ребенка. Даже предоставляются пенсии для жен, которые зарабатывают ниже определенной суммы. Кроме того, в 1961 году сумма дохода для жен работающих мужчин не облагалась налогом, если та была ниже 1000 долл. Доход, который превышал эту сумму, конечно вносился в общий доход домашнего хозяйства. Корпоративная культура также играет определенную роль. В то время как многие мужчины, как принято в японских компаниях, общались со своими менеджерами, сотрудниками после долгого рабочего дня, заседания в кафе или барах, женщины не могут себе такого позволить, будучи замужем и имея детей. Здесь они сталкиваются с проблемой балансировки между воспитанием детей и требованиями корпоративной политики по обязательной посещаемости и участия в нерабочее время в мероприятиях компании.

Некоторые экономисты полагают, что лучшая система поддержки для работающих матерей должна включать такие привилегии, как более короткий ежедневный график работы, который бы позволил больше работать женщинам, тем самым выписав экономический потенциал Японии. С этой целью в 2003 году японское правительство поставило перед собой цель, чтобы иметь 30% женщин, занимающих высокие должностные лица в компаниях. В 2015 году только 3,5% были реализованы; правительство с тех пор поставило цель на 2020 год по увеличению доли женщин на руководящих должностях на 7%, а также установила цель в частном промышленном секторе увеличить долю до 15% («Спасут ли женщины японскую экономику?» URL: <http://www.nippon.com/ru/features/h00066/> Дата обращения: 11.05.2016).

Традиционная роль женщин в Японии была определена в трех направлениях: молодые женщины представляют свой отеческий дом и самого отца, его авторитет и статус в социуме; замужние женщины подчиняются своему мужу

и также являются его лицом в обществе, а пожилые женщины подчиняются своим сыновьям. То есть женщина, где бы она не была, всегда остается ведомой и зависимой от мужской части населения. Штампы этой конструкции можно увидеть в современной Японии, где домохозяйки несут ответственность за приготовление пищи, уборку и воспитание детей, а также контролируют финансы домашнего хозяйства. Тем не менее, поскольку число домохозяйств в формате двойного дохода повышается, то есть работают оба родителя, женщины и мужчины делят работу и по дому. Исследования показывают, что это привело к повышению удовлетворенности всех членов семьи, которые делят труд таким образом (Paltridge B. *Discourse Analysis of Japanese Women*. – London, 2006. – pp. 3-14; Saito, M. *Modern girl*. – Tokyo, Magajin Hausu, 2000. – 265 p.).

В Японии существуют вагоны, предназначенные исключительно для женщин. Они призваны обеспечить безопасное пространство, где женщины могут не беспокоиться быть использованными как простая вещь для удовлетворения мужских потребностей. Однако несмотря на то, что вагоны предполагают быть пространством только для женского пола, мужской пол не стесняется пользоваться им, что не гарантирует женщинам безопасность.

Только в 2002 году правительство Японии приняло закон против домашнего насилия. В 2013 году 100000 женщин сообщили о бытовом насилии в приютах, где почти половина прибыла с детьми или другими членами семьи, стараясь сбежать от насилия.

В Японии внутренние споры, конфликты в семье традиционно списывают на небрежность или плохую поддержку со стороны женского партнера. Выходка партнера может поэтому быть источником стыда к жене или матери человека, которые должны были заботиться о домашнем очаге. Такое давление со стороны общественности может нанести огромный ущерб семье, а юридическое, медицинское и социальное вмешательство происходит очень редко во внутренние споры семьи. Это, конечно, негативно сказывается на женщинах, которые являются жертвами в подобных ситуациях. В СМИ такие случаи довольно широко освещаются.

Японской женщине по сей день отводится роль жены и хозяйки. Настолько, что карьеристки отказываются от брака – негласными законами японского общества, женщине запрещено совмещать брак и карьеру. Власти у японской женщины нет – лишь 2% менеджеров 200

крупнейших компаний – женщины. Абсолютно нормальным считается, что при всех прочих равных условиях женщина получает зарплату на 40% меньше мужчины. В Палату Представителей избрано 12 женщин (2,3 от общего количества членов), в Палату Советников – 33 женщины (13% от общего количества).

У японской женщины нет и не было связей, денег и прочих ресурсов, чтобы организовать свой «женский социум». В апреле 2014 года министерство труда запустило программу, с помощью которой надеялось увеличить число женщин на руководящих позициях в компаниях: согласно ей, фирмы, повышающие женщин в должности, имеют право на денежное вознаграждение. Но с момента ее запуска в ней так и не приняла участие ни одна компания. «Японские компании отказываются поддерживать карьерный рост женщин» - так гласит заголовок статьи в японской газете *Mainichi shinbun*. Вы найдете многочисленные клубы и вакансии, в которых отбор проходит по гласным и негласным правилам мужского социума.

Таким образом, СМИ не только отражают положение женщин, сухо констатируя факты или пренебрежение к женщинам в новостных обзорах, но и активно закрепляют стереотипы о роли женщины в обществе посредством фильмов, сериалов, газет, журналов и интернета. Стереотипы, которые поддерживают асимметрию, сексуализируют образ женщины и навязывают свои стандарты красоты. Конечно, такие проблемы прослеживаются и в западном обществе, но в Японии, как в Азиатской развитой стране, особое внимание уделяется роли женщины как заботливой матери и жены-домохозяйки.

Однако СМИ иногда выступают в роли конструкта, который способствует привлечению внимания к той или иной проблеме, побуждая правительство к действиям способным решить проблему.

Заключение

Масс-медиа являются четвертой властью в наше время, управляя людьми не напрямую, а воздействуя на их подсознание. Это определенно другой формат власти, который формирует и периодически закрепляет мнения и освещенность общественности в том или ином вопросе. Формирование гендерных норм и проблем в том числе в той или иной мере лежит на плечах средств массовой информации.

На сегодняшний день во всем мире, в том числе и в японском обществе снова актуализируют

ся сферы ответственности и гендерно дифференцированные модели поведения. Это затрагивает как макросферы, то есть степени участия в общественной жизни и производстве, так и микросферы, то есть разделение обязанностей в домашнем хозяйстве и семье. Гендерное положение в Японии все еще отличается от положения «равных статусов», характерного для модернизированной семьи и государства, в целом, в ряде западных стран. Исследователи полагают, что природа этого явления во многом связана с глубинными особенностями гендерных взаимоотношений в японском социуме, для которого характерны, с одной стороны, замкнутость, порой даже изолированность женской и мужской культуры, с другой – неприятие партнерских, основанных на договоре, отношений между полами в разных сферах, начиная с семьи и заканчивая политикой.

В результате подобной гендерной асимметрии появляется огромное количество социальных парадоксов, от которых нет пользы как для женщин, так и для мужчин. Налицо противоречия: несмотря на быстрое развитие гендерного сознания и внешнее равноправие в государстве, на сегодняшний день имеется свой комплекс скрытых и явных гендерных проблем.

Особенность японских масс-медиа заключается в том, что такие индустрии, как аниме, манга и реклама, оказались наиболее влиятельными в этом огромном дискурсе. На втором месте стоят интернет, журналы и газеты, которые все так же хорошо читаемы общественностью, но не так влиятельны в силу ограниченной распространённости и малой привлекательности.

На сегодняшний день эта тема остается малоизученной и мало популярной среди отечественных ученых, когда, по-моему, следует уделить больше внимания этим вопросам, так как они способствуют выявлению причинно-следственных связей, которые позволяют понять истоки проблемы и реальные пути их решения. Проблемы в современном обществе сродни домино, потому что они, какими бы независимыми не казались, влияют друг на друга, а одна проблема зачастую всегда влечет за собой другую. Социальные проблемы не исключение. В нынешнем столетии, когда гендеру уделяется особое внимание с третьей волной феминизма, особая потребность появилась в решении данных проблем. А СМИ как альтернативное и один из способов регулирования отношения к данному вопросу могут способствовать его разрешению.

Литература

- Вера Макие Феминизм в современной Японии – Кэмбридж Пресса, 2006. – 308 p.
 «Гендерное неравенство в Японии.» URL: <http://www.nippon.com/ru/features/h00131/> Дата обращения: 18.03.2016
 Роджер Дж., Осама Икено «Японская система Дом» – 2007. – 270 стр.
 «Спасут ли женщины японскую экономику?» URL: <http://www.nippon.com/ru/features/h00066/> Дата обращения: 11.05.2016
 Мишель С., Киммель/ Гендерное общество – Нью Йорк, Университет Оксфорд Пресса, 200. – 10-25 стр.
 Намба К. Сравнительные исследования в США в послевоенное время. Международный журнал японской социологии 11, 2002. – 19-34 стр.
 Сайто М. Современные женщины – Токио 2000. – 265 стр.
 Палтридж Б. Анализ японских женщин – Лондон, 2006. – 3-14 стр.
 Томпсон Нэвин. Японских женщин отталкивает то, что должно быть стать опорой. – статья на ресурсе globalvoices.org от 5 мая 2015 г. URL: <https://ru.globalvoices.org/2015/05/36854/> Дата обращения: 10.05.2016

References

- «Gendernoe neravenstvo v Yaponii.» URL: <http://www.nippon.com/ru/features/h00131/> Data obrasheniya: 18.03.2016
 International Journal of Japanese Sociology 11, 2002. – pp. 19-34.
 Mishel S., Kimmel/ Gendernoe obshestvo – New York, Universitet Oxford Press, 200. – pp. 10-25
 Namba, K. Comparative Studies in USA and Japanese Advertising During the Post-War Era. Paltridge B. Discourse Analysis of Japanese Women. –London, 2006. – pp. 3-14
 Roger J. Davies, Osami Ikeno. The Japanese Ie System. – Ibid., 2007. – 270 p.
 «Спасут ли женщины японскую экономику?» URL: <http://www.nippon.com/ru/features/h00066/> Дата обращения: 11.05.2016
 Tompson Nevin. Yaponskih zhenshin ottalkivaet to, chto dolzhno byt stat oporoi. – statya na resurse globalvoices.org от 5 may 2015 г. URL: <https://ru.globalvoices.org/2015/05/36854/> Data obrasheniya: 10.05.2016
 Vera Mackie. Feminism In Modern Japan. Citizenship, Embodiment and Sexuality. – Cambridge Press, 2006. – 308 p.
 Saito, M. Modern girl. – Tokyo, Magajin Hausu, 2000. – 265 p.