

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра історії України і туризму

Кваліфікаційна робота бакалавра
на тему:
«Культурно-пізнавальний туризм в Японії»

Допущено до захисту
«___» травня 2020 року

студента групи Т 01а-16
факультету перекладознавства
освітньо-професійної програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Симонова Данила Ігоровича

Завідувач кафедри
Історії України і туризму
Васильчук Володимир
Миколайович

Науковий керівник:
доктор історичних наук, професор
Терещенко Юрій Іларіонович

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Японія на світовому ринку туризму _	6
1.1. Японія на світовому ринку туристичних послуг.....	6
РОЗДІЛ 2. Економічний розвиток країни	7
2.1. Готельно-ресторанна справа країни.....	7
2.2. Транспортна система країни.....	16
2.3. Особливості менталітету японців	20
РОЗДІЛ 3. Культурний туризм країни.....	42
3.1. Види культурного туризму	42
3.2. Подієвий туризм	53
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Актуальність теми. Високий рівень урбанізації позначається на способі життя населення. Усе більше японців прагнуть відпочинку за межами міста. Споглядати природні об'єкти дає можливість велика кількість таких об'єктів всередині країни, що дозволяє активно подорожувати з цією метою. Останніми роками японські парки та сади стали дуже популярними і для іноземних туристів. Основне призначення архітектури садів і парків Японії – викликати у людей відчуття краси в звичайному, простому, щоденному. А це особливо важливо в урбаністичному оточенні.

Найбільш простим та економічним способом подорожувати до Японії – придбання турпакету. Турпакети намагаються охопити якомога більше важливих дестинацій та особливостей країни, і дозволяє побачити сучасну і стародавню столиці Японії, природні заповідники, а також дає можливість ознайомитися з національну культурою, побутом людей та мистецтвом. Проблеми розвитку туризму країни полягають у високому рівні вартості життя, суворому візовому режимі та розташуванні Японії.

Японія розташована на архіпелазі та скрізь оточена водою: Тихим океаном, Японським морем, Східно Китайським та Жовтим морями. Завдяки такому розташуванню, країна має змогу користуватися дарами моря, але й має серйозні проблеми через це. Японія знаходиться на стику Азіатського та Тихоокеанського тектонічних пластів, тертя яких часто стає причиною підземних поштовхів, сила яких коливається від невеличких поштовхів до землетрусів, які мають жахливу силу, і спричиняють багато незручностей усьому населенню. Через такі землетруси не рідкими є й цунамі, що можуть стати причиною масштабних руйнувань.

Основними туристичними центрами країни, які приваблюють найбільшу кількість туристів, є Токіо, Кіото, Осака та Нара.

Розвиток індустрії туризму в Японії проводиться за двома напрямками: внутрішнє (облаштування інфраструктури Японії для зручності відвідування) і зовнішнє (просування бренду Японії).

На внутрішньому напрямку Японія вживає такі заходи, як: розвиток готельного сектора, удосконалення туристської інфраструктури в плані створення зручностей для туристів, удосконалення кодової системи токійському метро для туристів, які не знають японської мови, розробка нових екскурсій і туристських маршрутів, поширення інформації про культурний потенціал Японії серед своєї ж країни.

На зовнішньому напрямку туристської політики Японія активно просуває свій бренд на нові ринки.

Японія – острівна країна. До її складу входять чотири великі острови (Хоккайдо, Хонсю, Кюсю, Сікоку) та близько 4 тис. дрібних. На найбільшому острові – Хонсю – знаходиться найвища точка країни – вулкан Фудзіяма. Це символ Японії. На цьому ж острові є щільно заселене плато Канто. На двох інших великих островах висота гір – 1000-2000 м. Ланцюжок вулканічних островів Рюкю становить природну межу між Східнокитайським морем і Тихим океаном. Найбільшим і найвідомішим серед цього ланцюжка є о. Окінава. Японські острови розташовані в зоні високої сейсмічної активності. Землетруси неодноразово завдавали їм великої шкоди. Чимало лиха приносили й цунамі. Територія країни не є ідеальною для господарської діяльності. Економічні досягнення японців викликають повагу до цього народу, який вміє протистояти стихії. Ріки короткі, але повноводні. Понад 2/3 території країни вкрито лісами. На о. Хоккайдо переважають хвойні ліси. На інших островах – субтропічні вічнозелені.

Об'єктом дослідження є стан розвитку культурно-пізнавального туризму в Японії.

Предметом дослідження є дослідження, систематизація та оцінка культурних туристичних ресурсів Японії.

Метою дослідження виступає аналіз культурно-пізнавального туризму крізь призму наявних туристичних ресурсів Японії, соціально-економічного впливу, аналіз та опис альтернативних видів туристичних ресурсів та обґрунтування доцільності їх використання.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- з’ясувати місце культурно-пізнавального туризму в системі класифікацій видів туризму;
- дослідити передумови виникнення культурно-пізнавального туризму та основні етапи його розвитку;
- визначити культурно-пізнавальний туризм в Японії як історико-культурне явище;
- дослідити географію культурно-пізнавального туризму в Японії;
- визначити особливості організації культурно-пізнавального туризму в Японії;

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи бакалавра зумовлена її метою та завданням. Робота складається зі вступу, трьох основних розділів, висновків та списку використаних джерел. Кваліфікаційну роботу бакалавра викладено на 60 сторінках (з них 58 сторінок основного тексту) комп’ютерного набору.

РОЗДІЛ 1. ЯПОНІЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

За даними світового атласу даних Кноета на період 2014-2018рр. кількість прибуттів до країни різко збільшилася від 13 мільйонів до 31 мільйону. На цей період прибуток від туризму зріс від 20 мільярдів доларів до 45 мільярдів доларів. На даний момент, на світовому ринку за доходами від туризму країна посідає дев'яте місце.

На період 2015-2018 рр. кількість туристів, що виїхали за кордон збільшилася від 16 мільйонів до 18,9 мільйонів осіб за рік. Це призвело до збільшення витрат на туризм у період 2015-2018рр. від 23 мільярдів доларів до 28 мільярдів доларів.

Проаналізувавши статистичні дані світового атласу, можна дійти висновку, що Японія займає дев'яте місце серед країн світу за кількістю туристичних доходів.

РОЗДІЛ 2. Економічний розвиток країни

1.1. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА КРАЇНИ

Японія налічує готелі як в японському стилі, так і в європейському. Велика різноманітність в варіантах і ціновому діапазоні. Для європейських туристів є вибір між звичним розміщення в готелях європейського типу або традиційними готелями Японії - реканах, мінсюку або в сьюкубо.

- Готелі в європейському стилі

Цей тип готелів розповсюджений по усій Японії, від всесвітньо відомих мереж, такі як Okura, Peninsula, Ritz Carlton, Hyatt до маловідомих, але дуже популярних в Японії Shinagawa Prince, Toyoko inn. У більшості «європейських» готелів є той же набір послуг і зручностей, що і в європейських країнах.

Незважаючи на значну кількість готелів, в пікові сезони, які пов'язані з подієвим туризмом, (цвітіння сакури, золотий тиждень, цвітіння кленів, новорічні канікули) всі вони переповнені.

- Бізнес-готелі

Бізнес-готелі відносять до більш економічного розміщення. Такі готелі є в усіх великих містах і більшості середніх поселень. Ці готелі орієнтовані в основному на японців-бізнесменів, яким доводиться часто переміщатися всередині Японії.

Бізнес-готелі, як правило, менше і послуг в них небагато, як в готелях вищого рівня. Розташовані вони поблизу залізничних станцій, для зручного і швидкого способу дістатися їх. Велика частина номерів - кімнати на одну людину, сніданок не передбачений, або складається з легкої закуски і чаю або кави.

- Рекан - традиційна японська готель

Цей вид готелів демонструє класичну культуру Японії. Такі готелі мають у наявності предмети справжнього японського побуту:

- Гаряче джерело (онсен)
- Традиційне вбрання (халат-юката)
- Татамі
- Футон

Більшість реканів мають статус національного надбання Японії і охороняються державою.

- Мінсюку

Мінсюку - це бюджетні готелі, якими володіє одна сім'я, яка здає частину кімнат для тимчасових постояльців. Розміщення в таких закладах особливо популярно серед іноземців, які обирають один з найбільш зручних і комфортних типів економічного житла.

- Сюкубо

Це «готель» при буддійському монастирі або синтоїстському храмі, вишукана і аскетична одночасно. Такий тип готелів має певні особливості, такі як вегетаріанське харчування та режим. О 21:00 всі засинають, а ранок починається зі спільною медитації.

- Хостел

Номери в хостелах дуже маленькі і дешеві. Більшість з них відкриті для всіх бажаючих, однак частина з них вимагають членства в Японській асоціації хостелів.

Готельна справа відіграє важливу роль в індустрії туризму. Це зумовлено необхідністю засобу розміщення під час довгострокових подорожей.

До особливостей готельної справи у Японії можна віднести відсутність західної класифікації по зіркам. До основних типів готелів відносять люксові, бізнес-готелі, готелі у японському стилі, капсульні готелі та інше.

Найбільш характерними для Японії є капсульні готелі. Вперше такий готель з'явився у місті Осака, район Умеда, 1 лютого 1979 року. Цей готель був спроектований японським архітектором на ім'я Куросава Кісьо.

Такі капсули мають об'єм $2 \times 1 \times 1,25$ м. і призначені лише для однієї людини. Такі капсули зазвичай популярні серед працівників офісів, що запізнилися с роботи і не мають можливість дістатися додому.

Найбільш популярними серед туристів є готелі у традиційному японському стилі.

Гастрономічний туризм є дуже розвиненим у країні тому що японці, як відомо, є дуже працьовитими, і завжди готові задовольнити потреби усіх туристів, які щорічно відвідують країну.

Однією з точок маршруту кулінарної поїздки є Осака, адже саме в цьому місті можна покуштувати страви місцевих професіоналів, а також придбати свіжі морепродукти на рибному ринку.

Токіо вабить величезною кількістю ресторанів, баато з яких нагороджені мішленівською зіркою. При цьому кожен турист зможе відвідати той заклад, який підійде йому з фінансів.

Не менш цікаво побувати на півострові Танго, де знаходяться відомі ресторани, рекани та ринки. При цьому можна відвідати Кані-кані дзіндзя – місцеве святилище крабів.

Гастрономічні тури в Японію актуальні у будь-який час року, адже все залежить від маршруту поїздки. Якщо туристам захочеться покуштувати краба

року Мацуба з Танго, то їхати туди слід взимку, оскільки вилов відбувається з листопада по березень.

На території країни проводиться величезна кількість кулінарних фестивалів. У жовтні можна потрапити на свято грибів, вирощених в найоригінальніших варіаціях. Перед новорічними святами тут печуть рисові пиріжки за спеціальним рецептом. А в лютому розкидають зерна квасолі, які учасники Фестивал. повинні зібрати і з'їсти, щоб здобути успіх на весь рік.

Символами японської кухні для іноземців є суші та дерев'яні палички. Ця думка виникла тому, що рис є основним продуктом в Японії, його вирощують на гірських схилах і вживають у складі безлічі національних страй. Крім рису, традиційними стравами японської кухні можна назвати:

- локшина з пшеничного борошна;
- соєвий соус і взагалі більшість продуктів, у складі яких є соя;
- тофу – сир на основі соєвих бобів;
- дайкон – біла редька;
- гриби – джерело білка, так необхідного японцям, які практично не вживають м'яса;
- васабі – соус, для приготування якого використовують японський овоч, що нагадує зелену редьку;
- корінь імбиру – або шога – приправа, яка найчастіше доповнює рибні страви.

Ще одним традиційним продуктом у японській кухні є будь-яка риба. Кількість її споживання у Японії поступається лише рису. Безліч різноманітних страв включають в себе рибу або інші морепродукти – креветки, мідії, устриці.

Найбільш поширеним і відомим на весь світ національним блюдом Японії є суші. Вони настільки прості, смачні і легкі для перетравлення у шлунку людини, що суші полюбили у багатьох країнах земної кулі. Кількість

різновидів цієї страви на сьогоднішній день настільки велике, що перерахувати всі варіанти було б досить складно. Найчастіше в якості начинки виступають морепродукти або сира риба, але японці, а слідом за ними і багато інших кулінарів, додають до рису і норі, а також овочі, коренеплоди і навіть м'ясо.

Іншими національними стравами Японії можна назвати:

- Сашимі – страву з риби або морепродуктів, які використовуються сирими. Головна особливість цієї страви – спосіб і якість нарізки риби. Існує ціле мистецтво володіння ножем, щоб створити маленький кулінарний шедевр.
- Темпура – ті ж морепродукти, але приготовлені в спеціальному клярі. Подаються на стіл з різними соусами і водоростями.
- Тяхан – японський плов, який готувався з морепродуктів, але останнім часом допускає також використання у рецепті різних видів м'яса.
- Сукіякі – одне з небагатьох м'ясних страв японської кухні, в складі якого тонко нарізане м'ясо, овочі, гриби і локшина.

Всі інгредієнти готуються в спеціальному казанку і на стіл подаються в ньому ж. А учасники трапези можуть самостійно покласти собі потрібну кількість страви.

Японія знайома та іншими національними стравами, які відомі в багатьох країнах світу. Хороші японські ресторани дають можливість спробувати на смак цю незвичайну і легку кухню, але дух і атмосферу Японії можна зрозуміти, лише побувавши на островах.

У Японії також існує різновид ресторанів, які спеціалізуються на унікальних “екзотичних” стравах, навіть для самих японців.

Наприклад, у Японії широко поширені страви з отруйних морських мешканців. Найвідомішим, мабуть, є риба фугу. Для того щоб бути допущеним до приготування цього делікатесу, кухарі проходять серйозне навчання. Адже

навіть один неправильний рух може коштувати смерті того, хто зважився спробувати цю небезпечну їжу.

У Японії любителі екзотики також можуть скуштувати справжнього восьминога. Складно назвати це стравою, тому що він подається живим. М'ясо восьминога не небезпечне для здоров'я, але, тим не менше, кожен рік більше 9000 чоловік гине, вдавившись щупальцями, які шевеляться. Порізані на шматки, м'язи восьминога ще скорочуються при вживанні, щупальця присмоктуються до стравоходу і носоглотки, перекриваючи доступ повітря.

«Сашимі з жаби». У деяких японських містах громадського харчування страву готують «по-старому» – всі кулінарні маніпуляції проводять зживими жабами. Безпосередньо після отримання замовлення їх потрошать і варять на повільному вогні. При цьому з голови і верхньої частини тулуба багатостраждальної тварини знімають шкірку. Готове сашимі подають з кубиками льоду. На окремій тарілці приносять жаб'яче серце, що досі б'ється.

Серед інших екзотичних страв є мариновані комахи, варення з цукром і бджолиними личинками, смажена сарана в соєвому соусі, крекери з рису і чорних ос тощо.

В Токіо на сьогоднішній день налічується більш 80 тисяч ресторанів. Токіо, на одному місці з Осакою і Кіото являється центром кулінарного життя Японії. Ресторанний бізнес у Японії грає важливу роль не тільки в економічному плані, а й у соціальному устрою життя японців, у закладах ресторанного господарства відображають звичаї та традиції країни.

Традиції та символіка Японії яскраво виражені в інтер'єрі закладів, зовнішньому вигляді. Ресторани, де чітко відображається японський стиль вважаються дорогими та розкішними. Іноді розпізнавальним знаком того, що це ресторан є невеликі гірки солі перед входом. Біля центральних дверей у деяких заклади харчування в Японії стоять фігурки японського барсука танукі

невід'ємного персонажу традиційних японських казок, який відомий своєю пристрастю до sake. Персонал обов'язково носить національне японське вбрання – кімоно на якому відображена символіка або торгівельний знак ресторану.

Раніше для розваги відвідувачів власники ресторанів користувалися послугами гейш, які розважали гостей своїми танцями або співом, підтримували розмову. Але на даний час послуги гейші стали не актуальними, в дорогих японських ресторанах можна зустріти лише співачок, які будуть одягнуті, як гейші. Ресторанна справа в Японії являється найбільш економічною після туризму. Оскільки для самих японців здорове харчування є головним у житті, заклади ресторанного господарства користуються попитом не тільки для прийому їжі, а як місце для спілкування та розваг. Японська кухня й культура є головним об'єктом для туризму, саме особливості кулінарії, різноманітні делікатеси приваблюють туристів із усього світу.

Першокласні ресторани Японії – ресторани високої кухні, визнані ресторанним путівником «Мішлен». Токіо оголошено гастрономічною столицею світу, 173 токійських ресторанів отримали зірки Мішлена, з них 11 ресторанів отримали вищу оцінку 3 зірки. У дев'ятку кращих ресторанів, на думку «MichelinGuide», увійшли японські ресторани, що подають страви у формальному стилі «кайсеки» – «Kanda», «GintaKoju», «Genyadallamadaya» і «Ishikawa». французькі ресторани «Quintessence», «JoelRobuchon» і «L'osier» і суші-ресторани «SukiyabashiJiros» і «SushiMizutani».

Існує декілька видів ресторанів, за спеціалізацією:

- Суші-я – ресторани, які спеціалізуються на суші. У більшості випадків гості можуть сидіти, як за звичайним столиком, так і біля стійки, за якою майстер готує суші.

- Кайтен-суші – ресторани суші, де страви суші представлені клієнтам на стрічковому конвеєрі. Гості можуть вільно вибирати страви, які вони люблять, оскільки вони “пропливають перед ними або замовляти страви, яких немає на конвеєрі. По закінченню трапези число тарілок підраховують, щоб визначити вартість. Тарілки відрізняються за кольором і у кожної своя ціна, зазвичай від 100 до 500 ієн. Ресторани кейтен-суші менш дорогі, ніж суші-я.
- Ресторани Фугу – ресторани, в яких подають страви, риби фуру, яка містить смертельну отруту в органах. Незважаючи на ризик, страви фугу вважаються одним з найбільш вишуканих страв японської кухні. Навіть селезінку розглядають як великий делікатес. За ієрогліфами фугу буквально означає «річкова свиня». У західній Японії називають фугу «фуку», що означає «щастя». Повідомляється, що приблизно 40 видів риби фугу вилловлюють і культивують в Японії і що 10000 тонн риби фугу з'їдається кожен рік. Також у цих ресторанах, як і в суші-я можна скуштувати морського їжака – одного з найбільш улюблених місцевими жителями морських делікатесів.
- Соба-я і рамен-я – спеціалізуються на стравах з локшини. Більшість страв подається охолодженими, з соусом в який перед їжею треба опускати локшину або в гарячому супі і з різним топінгами, найбільш поширена темпура з королівської креветки і овочів. Кожна рамен-я має свій власний суп та вирішальний компонент. Також у цих ресторанах подається геза – схожі на наші пельмені, тільки обсмажені і гостріші.
- Тонкасу-я – це глибоко просмажена свинина у паніровці. Також в таких ресторанах можна скуштувати крокке та інші сильно обсмажені страви.
- Окономіякі-на – спеціалізуються на окономіякі. Гості зазвичай самі смажать свою страву окономіякі на гарячому деку, вбудованому в стіл. Складовими можуть бути м'ясо, капуста, морепродукти.
- Унагі-я – спеціалізуються на стравах з вугра.

- Сукіякі-я – це одні з найдорожчих ресторанів у Японії. Тонкі підсмажені скибочки філе яловичини разом з овочами, тонкою прозорою вермішелью з рисоваго борошна, тофу і коняку (желеподібна, отримана з кореня субстанція особливої рослини) варяться в маринаді з sake, соєвого соусу з додаванням невеликої кількості цукру прямо при гостях на столі.

Також в Японії є ресторани, які пропонують більш широкий діапазон страв, ніж спеціалізовані:

- Ізакая – ресторани, де пропонують безліч страв маленькими порціями, таких як гобата (смажена їжа), салати, різні закуски до випивки. Тут можна спробувати практично всі страви японської кухні. Це найпопулярніший тип ресторану середмісцевих жителів.

Сімейні ресторани пропонують безліч західних, китайських і японських страв з великим вибором на будь-який смак. Найбільш популярні серед сімейних ресторанів «Saizenys», «Coco 's», «RoyaleHost».

- Тейшоку-я – ресторани, які подають комплексні обіди і вечері. Зазвичай комплексний обід складається з головного блюда, такого, як смажена риба або свинина, обсмажена в імбирі, варений рис, місосіро (суп з бобової пасти з додаванням тофу, водоростей) і салатом або маринованими овочами.

Багато ресторанів в Японії спеціалізуються на іноземній кухні. Особливо корейська, китайська та італійська кухня, так само як фаст-фуд, індонезійська, тайська користується великою популярністю серед японців.

KaisekiRyon і Ryotei-KaisekiRyori – це ресторани «вишуканої японської кухні». Це – вдосконалений спосіб кулінарії, пов'язаний з церемонією чаю, який підкреслює такі поняття, як простота і елегантність. Це дорогі ресторани виключно японської кухні для лілових банкетів і важливих зустрічей.

2.2. ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА КРАЇНИ

Транспортна система Японії - одна з найбільш передових у світі. Залізниці дають можливість потрапити практично в будь-яку точку країни. Крім того, система швидкісних магістралей розвинена так само добре, як і авіатранспорт країни. У містах транспортне сполучення забезпечують автобуси і таксі (цілодобово); пороми пов'язують міста Токіо, Осака, Кобе з головними портами островів Хоккайдо і Кюсю.

Більш того, 2 авіакомпанії Японії («Japan Airlines» та «All Nippon Airways») надають послуги міжнародних перевезень. Японія також приймає рейси іноземних авіакомпаній, які виконують польоти практично в усі куточки планети.

Залізниці в Японії належать групі компанії Japan Railways (JR), яка складається з 6 компаній, що діють по всій країні, а також іншим компаніям, які функціонують в більшості великих міст. Залізничний сервіс компанії JR славиться високою точністю. У Токіо, місті з інтенсивним залізничним рухом, поїзди приміських ліній роблять зупинки через кожні 1,5 хвилини в період максимальної інтенсивності руху.

Сінкансен, «поїзда-кулі», забезпечують швидкісне і дуже надійне сполучення практично на всій території Японії. Мережа доріг «Сінкансен» включає наступні лінії: Токайдо, Сан'е, Кюсю, Тохоку, Нагано, Акіта, Ямагата, Дзьоецу.

Поїзди далекого прямування JR: супер-експреси, кур'єрські швидкісні поїзди, експреси зі спальними і плацкартними місцями. Ціна за проїзд варіюється в залежності від відстані та типу послуг. У містах проїзні квитки на місцеві лінії можна купити в спеціальних торгових автоматах, розташованих на кожній станції.

Японія має одну з найсучасніших транспортних систем, що обслуговує понад 100 мільйонів осіб. Станом на 2018 рік у Японії було перевезено 197 254 мільйонів пасажирів на кілометр за рік, наступного року ці дані різко впали до 1 410 мільйонів пасажирів на кілометр.

За підрахунками 2018 року загальна протяжність залізної дороги Японії склала 16 851,7 кілометр.

До складу Японської транспортної системи входять такі види транспорту:

- Залізничний
- Повітряний
- Дорожній
- Морський
- Підземний

Найбільш популярним видом транспорту у Японії є залізничний. Цей швидкісний вид транспорту щоденно перевозить основну кількість пасажирів.

На частку наступних 16 компаній припадає 2870,1 кілометрів залізних доріг та пасажирообіг 9,5 млрд пасажирів на рік:

- Tobu Railway
- Seibu Railway
- Keisei Electric Railway
- Keio Corporation
- Odakyu Electric Railway
- Tokyu Corporation

- Keikyu Corporation
- Tokyo Metro
- Sagami Railway
- Nagoya Railroad
- Kintetsu Corporation
- Nankai Electric Railway
- Keihan Electric Railway
- Hankyu Corporation
- Hanshin Electric Railway
- Nishi-Nippon Railroad

До основних аеропортів країни входять:

- Міжнародний аеропорт Наріта (Токіо)
- Міжнародний аеропорт Кансай (Осака)
- Міжнародний аеропорт Чюбу (Айті)

Авіатранспорт є невід'ємною частиною транспортної системи Японії, оскільки ця країна складається переважно з островів, сполучення між якими здійснюється повітряним шляхом. Авіалінії поділяють рейси на внутрішні (у межах країни) та зовнішні (за межами країни). Частіше за все зовнішні рейси відбуваються у межах Східної Азії, дозволяючи туристам відвідати Китай, Корею, Таїланд та інші країни Азії.

ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ

До туристичних дестинацій Японії відносять природничі, наприклад, гора Фудзі, онсени (гарячі джерела), ліс Аокігахара та інше. А також культурно-економічні. Такі дестинації розподілені по містам, такі як Токіо, Осака та інше.

До найбільш відомих культурно-економічних дестинацій відносять Акіхабара. Цей квартал району Тійода, що у столиці Токіо відомий як «свята земля отаку». Він відомий саме серед отаку, які відвідують його з ціллю придбати так звані «товари для отаку» та провести фестивалі, до яких можна віднести популярний у Японії косплей.

Серед природничих туристичних дестинацій можна виділити гори. Гірський туризм відноситься до популярних видів туризму, перш за все через гору Фудзі, яка приваблює чимало туристів.

Також до цього списку можна віднести національні парки та святилища, такі як храм Мейдзі та парк Йойогі. Останній відноситься до списку найбільших парків столиці Токіо.

Серед дестинацій можна виділити острів Хоккайдо. Це другий по розміру острів налічує національні парки та гірсько-лижні курорти для активного відпочинку. Також цей острів налічує чимало готелів та ресторанів.

2.3.ОСОБЛИВОСТІ МЕНТАЛІТЕТУ ЯПОНЦІВ

Японці – етнічна група, яка займає Японський архіпелаг та сучасну Японію, де майже 100% всього населення це японці. По всьому світу нараховується десь 129 мільйонів людей японського походження; з них близько 125 мільйонів це жителі Японії. Японський народ є однією з найбільших етнічних груп у світі.

Виходячи з того, що більшість своєї історії японська нація була «сама по собі», тобто мала дуже мізерні міжнаціональні зв'язки з іншими, ніколи не була загарбана, і майже ніколи не була під зовнішнім впливом, менталітет японців викликає величезну цікавість. Навіть сьогодні, у час глобалізації, впевнено можна сказати, що це Японія має вплив на інших і знає більше про інші нації, аніж хтось знає усі тонкощі їх менталітету.

Особливості думок японської нації, їх поведінки та загального відношення до світу почали привертати до себе увагу ще з другої половини ХХ століття. «Японська душа» та її складові були об'єктом десятків наукових монографій, великої кількості наукових статей та інших робіт.

Безпосередніми чинниками розвитку та закріплення рис японців такими, якими вони відомі на сьогоднішній день, є географічне положення країни, її клімат та період ізоляції Японії від впливу зовнішнього світу.

Багато звичаїв країни та її культурні цінності виникали та формувалися завдяки географічному положенню Японського архіпелагу. Вчені надали цьому феномену назву «географічного детермінізму». Японія це острівна країна, яка відокремлена від азіатського континенту багатьма морями, через які важко досягти архіпелаг. Тому Японія розвивалася в сферах географії та культури у відносній ізоляції, не зазнаючи впливу інших країн. Окрім цього, Японія є гірською країною, де мало місць придатні для проживання. Наслідком цього є той історичний факт, що на островах люди селилися скупчено, кожен знав свого сусіда майже як самого себе. Цей же факт пояснює сучасне планування

японських міст: через те, що є обмежена кількість території, яка придатна для будівництва, місто поширюються вертикально. Під вертикальним поширенням мається на увазі те, що є наявність величезного числа багатопверхових будинків, додаються ще більше і більше поверхів, тому сучасні міста й виглядають як скупчення хмарочосів. Горизонтальне поширення має на увазі те, що міста з'являються по всій території країни, що є важкою задачею у випадку з японцями. Результатом такої еволюції думки стало те, що концепти гармонії та злагоди, підтримки взаємин стали дуже важливим фактором японського життя стосовно замкнутої спільноти.

У випадку з кліматом, спекотне літо і рясні дощі сприяли розвитку інтенсивних форм сільського господарства, таких як вирощування рису, яке традиційно вимагало поділу суспільної праці з іригації, висаджування і збирання врожаю. Щоб досягти високої продуктивності на малому просторі, співпраця була необхідною, так як без допомоги сусідів вирощування рису було майже неможливим. Співпраця дала можливість виробництва більшої кількості продуктів харчування. Це сприяло появі своєрідного «кодексу згоди», коли бажання групи/громади має більше значення, аніж думка однієї людини. Лишитися підтримки інших та буди виключеним зі спільноти односельців лякало не гірше, ніж напад дикої тварини у лісі, тому японці уникали суперечок такого роду. Самопожертва та праця заради громади, яка підтримувала людей з тим же інтересом, об'єднали власні інтереси кожного з цілями групи, що створювало комфортні умови життя у стані гармонії. Швидкі підйоми у економічному та політичному планах Японії після поразки у Другій світовій війні є відображенням цих рис поведінки сучасного японського суспільства.

З XVI століття Японія перетворилася на одну з найбільш закритих та ізольованих цивілізацій. Для японців було неможливим покинути межі своєї країни або побудова великих кораблів, на яких можна було б ходити у далекі плавання, і ці заборони підтримувалася смертною карою. Країна була

практично закрито і для іноземців – виключення було зроблено тільки для голландців і китайців, яким дозволялося вести торгівлю, але не без обмежень. Через те, що християнство набуло великої популярності в народних масах, уряд прийняв рішення вигнати всіх католицьких місіонерів з країни. Проте, навіть в умовах штучної ізоляції, яка тривала майже два століття, архіпелагу вдавалося отримувати інформацію та знання інших культур. Через голландських купців до Японії потрапляли європейські книги. Використовуючи надбання західної культури та науки, вченій еліті вдалося застосувати їх для перетворення своєї країни у XIX столітті. Як зазначав європейський учений, Е. фон Бельц із Німеччини, який у 1876–1905 роках обіймав посаду персонального лікаря імператора Мейджі, у своєму щоденнику зауважував, що «для японців західна наука – це готовий сформований продукт, своєрідний інструмент, за допомогою якого можна вирішувати деякі практичні завдання. Вони запрошують західних фахівців лише для отримання готових знань. Їх не цікавить організація творчого навчання, яке дозволило б їх японським учням у майбутньому здійснювати самостійні дослідження й отримувати вагомні наукові результати».

Довготривала «закритість» Японії мала дві сторони медалі. З одної сторони, це згубно позначилося на економічному розвитку країни, з іншої ж – це сприяло виникненню феномена японської національної психології. В середині XIX століття Японія мала зустріч віч-на-віч з іноземними державами, і завдяки консервації традиційної культури, яка відбувалася в епоху шогуната Токугави, Японія успішно протистояла впливу культури заходу, і в той же час порівняно безболісно засвоювала при її найбільш раціональні елементи.

Запозичення елементів іноземної культури також можна назвати фактором формування японського менталітету. В історії Японії явище запозичення з'явилося досить рано, завдяки принцу Шотоку напів-легендарний регент і політик, який служив при імператриці Суйко в період Асука.

Прихильник китайської моделі розвитку, Шотоку створив перший збір законів, в якому поєднувалися принципи конфуціанства і буддизму, що відбулося в 604-605 рр. З одного боку Шотоку відправляв молодих японців вчитися в Китаї та Кореї, з іншого ж боку він запрошував з Китаю та Кореї ремісників, вчених і ченців. Ще більш рішучим і послідовним реформатором виступив принц Кару, який прийшов до влади після державного перевороту в середині VII століття. Ця подія отримала в Японії назву ери «Тайка», що перекладається як «Великі Зміни». Тайка була девізом під час правління принцу Кару, відображаючи активні перетворення японської спільноти за китайським зразком та зміну царюючого роду. Структура адміністративного апарату, розподіл наділів між селянами та чиновниками, система сплати рент та податків також були піддані під зміни.

Згодом китайська писемність стала прийнятою на Японському архіпелазі, отримавши статус офіційної письмової мови. З огляду на те, що японці звикли не приймати запозичення якими вони є, а адаптувати під себе, китайське ієрогліфічне письмо суттєво трансформувалося. Синтоїзм, давня релігія на японських островах, отримала багато нового завдяки китайському даосизму, і більш того, успішно знайшла компроміс з буддизмом, який прийшов з Китаю в VI столітті. Самостійність японської цивілізації підпадає під питання для дослідників, що викликано неймовірним впливом китаїзації. Деякі історики вважають, що по відношенню до Китаю, японська нація була вторинною в перші періоди свого життя, проте оригінальність Японії нікуди не зникала, і в майбутньому виявилася сильнішою. Елементи та якості, що були суто китайськими, знатно змінилися, коли були перенесені у Японії, тому й очікуваний результат був зовсім іншим.

Цей специфічний досвід перетворився на неймовірну здатність асимілювати досвід інших націй та культур таким чином, що Японія була здатна зберегти оригінальність своєї культури та продуктивно використовувати

надбання інших держав для своєї користі. Сьогодні ж, Японія має величезні переваги в світі на фоні глобалізації. Окрім цього, японці дуже вміло асимілюють запозичення найбільш вигідних сторін та партнерів, з якими контактують. Зараз можна сміливо заявити, що це є невід'ємною частиною японської культурної індивідуальності. В цілому, піднесення економічної могутності країни, де сходить сонце, трапилося завдяки процесу адаптації, і тому що нова технологія і супутні їм ціннісні системи тепер легко вписати в японський фундамент. Інша сторона медалі криється в тому, що через індустріальний вплив на навколишнє середовище і життя людей, у частих випадках не враховується належним чином. Авжеж робляться спроби подолати негативні наслідки – створення парків, садів та великих територій лісонасаджень допомагає відтворити зруйновану природу, і все це робиться руками японців.

Японці дуже сильно відомі як трудоголіки, і вивчаючи загальноетнічні риси, можна прийти до висновку, що працелюбство і пов'язані з ним зусилля в усіх сферах трудової діяльності – найважливіша риса японського менталітету. Немає спроб заявити, що англійці чи німці менш працьовиті, ніж японці, проте є наявність факту того, що кожен народ має індивідуальне ставлення до праці. Японці повністю віддаються праці і роблять її з насолодою, а також у процесі праці вони виражають почуття прекрасного.

Протягом багатьох століть в Японії культивувалося почуття прекрасного, перетворюючись поступово в свого роду релігійний культ поклоніння красі, який поширювався серед всіх верств населення. Здавна, під час навчання дітей ієрогліфічному письму, також прищеплювали стійкий естетичний навик, вимагаючи правильність краси. Бездоганна точність лінії та виразність є складовими ієрогліфічної системи, і завдяки емоційних творчих зусиль була можливість досягти цієї краси. Зазвичай письмо ієрогліфами розглядалося як заняття на рівні естетиці.

Японська мова має естетичні поняття:

- Ханамі, милування квітами або сакурою;
- Цукімі, милування місяцем;
- Юкімі, милування снігом;

Усі три поняття виражають суттєву частину повсякденного життя. Від покоління до покоління передається ця дивна та неймовірна традиція відданості прекрасному. Вона відображається в усьому, проявляється в почуттях, словах і вчинках. Самі ж японці вважають, що притаманне їм особливе почуття краси – їх національне надбання, у той час як іноземці лише захоплюються красою.

Споглядальність буддизму та обожнювання природи синтоїзму органічно поєдналися у японській культурі: кожен камінець чи травинка, кожна пташки чи рибка вважаються носіями і виразниками високої духовності і глибокого сенсу. Спершу може здаватися, що людина найрозумніша з усіх істот у світі, проте в японській культурі дуже сильно закріпилася думка того, що людина повинна вчитися мудрості від навколишнього середовища. Довгий час це трепетне ставлення до природи сприймалося індустріальним Заходом як ознака культурного застою і причиною науково-технічної відсталості цієї країни. Але сучасна Японія змогла доказати зовсім інше – завдяки науково-технічним успіхам вона посоромила подібну зарозумілість західних сусідів.

Прагнення до гармонії та краси зумовило виняткову увагу і до естетики середовища проживання. Японське житло ніколи не будується наспіх, ніколи не буде непродуманим. Традиційно приписаним є строга орієнтація по сторонах світу, планування повинно бути узгодженим з природним оточенням, водоймами, рослинністю. Куточок природи, наприклад, рослини або рибки в акваріумі, повинні бути в будь-якому японському будинку. Строго продумані і

доповнення, внесені в природне середовище людьми – сади і парки, альтанки, скульптури, прикраси.

Традиціоналізм проник в поведінку, думки і прагнення японської нації, став ще одною найважливішою рисою її характеру. Традиції, притаманні японському суспільству особливо яскраво виражають ідею наслідування в суспільному житті, закріплюючи національні, культурні й побутові елементи. Японці бережливо відносяться до культурного наслідування минулого, вони зберігають класичний театр, чайну церемонію, ікебану. Японці в усьому бачать сенс, який йде коріннями в далеку давнину.

У динамічному суспільстві ХХ століття японці шукають опору в постійності і знаходять його у традиційних формах мистецтва. Японці у всьому бачать сенс, що йде корінням в далеку давнину. На Новий рік біля кожного будинку ставляться гілки сосни (символ довголіття, могутності), сливи і бамбука (символ постійності і чесноти), розвішуються пучки соломи і вузькі паперові смужки. Солом'яні пучки потім спалюють, для того щоб відігнати злих духів, як це робили в давнину. Особливо сильний вплив на японців традиційних цінностей сімейного системи, яка завжди носила консервативний характер.

У сучасній Японії з великою увагою відносяться до традицій, до далекого минулого, до пам'яток старовини, і це разом з тим, що японці є однією з найтехнологічніших націй на планеті, яких сміливо можна назвати основоположниками технологічного розвитку. Японці посилено намагаються зберегти незмінними успадковане від минулих поколінь надбання у вигляді норм поведінки та форми культури. Характерною рисою їх ментальності є бережливе відношення до складу життя, який передував культурному наслідуванню, увага до змісту поведінки та зовнішніх проявів, стилю, завдяки чому форма поведінки залишається особливо стійкою. Японський традиціоналізм здійснює багатоаспектний вплив на суспільно-політичне життя

країни, і якщо додати трохи більше конкретики, то свідчить про живучість традицій у політичному мисленні і соціальну поведінку японців.

Завдяки своєму острівному положенню і високій густоті населення Японія могла поступово асимілювати і перероблювати культурні впливи, які доходили до неї у відповідності з своїми національними цілями на конкретному етапі їх історичного розвитку. Кожен елемент чужої культури поглинався поступово, що дозволило Японії вберегти свою культуру. На свій розсуд використовуючи складові інших культур, японці дійсно асимілювали їх, а не відштовхуючи їх, як це відбулося у багатьох східних культур, цілком яких було просто «вижити» та «зберегти самих себе». Будь-яка частина іншої культури освоювався таким чином, щоб без перешкод була можливість пристосувати його до японських умов. Як результат, можна побачити прагматику у запозиченнях, тому що річ йшла про своєрідне перетворення, яке використовували для соціальних або інших потреб Японії. У всьому цьому процесі чітко проглядається стійкий етноцентризм, що з'явився живильним середовищем однією з домінуючих рис японського національного характеру – гордості за свою націю. Японський етноцентризм має глибокі історичні корені. Як вже було вище зазначено, обумовлений він особливостями етогенезу, географічним положенням та специфікою виробництва в країні, всім ходом соціального розвитку. Відірваність від континентальних цивілізацій, постійна готовність до навалом породили у японців прагнення до замкнутості, посилив націоналістичні тенденції.

Особливості японської мови та писемності вилилися у конкретизації мислення у людей. Вираження свого міркування конкретним образом є невід'ємною частиною такої риси характеру як практицизм.

У будь-якої етнічної спільноти є прояви такого явища як «мікросередовище», де є різні ступені групової згуртованості. У випадку японців, поняття «мікросередовища» граю велику роль і є однією з головних

рис групової поведінки, що є дуже важливим для жителів країни, де сходить сонце. Дисциплінованість, відданість авторитетові, почуття боргу – усе це є відображенням поведінки японців.

У міжособистісних відносинах японців дисциплінованість є спробами прояву упорядкування. Людина, яка дотримується визначеного порядку, здійснює те, що не суперечить а ні порядку, а ні поступкам інших, виконує свої обов'язки, і проявляє безкорисливу повагу до вище стоячих і старших – еталон працьовитого японця. Наслідування прикладу вищестоящого та переймання його поведінки, перетворилися на необхідність – процес, який відбувався століттями, та намертво закріпився у свідомості японського народу. Що цікаво, на встановлення такої ідеї в свідомості Японії вплинули ідеї Конфуція, які дійшли до Японії в VI ст. Суворі ієрархія в сім'ї та суспільстві, соціальна нерівність і традиційно-патріархальний устрій, соціальна нерівність та суворі ієрархія, були основами конфуціанства. Як результат, в структурі японського суспільства можна подивитися на сувору регламентацію, а висока значимість авторитету стала орієнтиром для системи сімейного виховання і організаційних процесів освіти. Тому не дивно, що соціальною нормою для японців є поклоніння авторитетові, що сьогодні підтримується різноманітними засобами.

Для того, щоб описати характерні риси японської нації, можна звернутися до своєрідного неписаного кодексу поведінки. До складу цього кодексу входять такі риси як дотриманість особистих зобов'язань, покірливість, почуття боргу, смирення перед владою майнових, тощо. Окрім того, ці правила майже завжди супроводжувалися педантичними деталізованими церемоніями. Сучасність мала свій вплив і тут: церемонії пристосували до нових умов, і тепер вони займають велике місце на шкалі людських цінностей у вигляді відповідальності за здійснювані поступки з почуттям боргу. Комплекс таких рис можна побачити й у інших народах, проте ніде він не має такого впливу на людську

особистість, як в Японії, нерідко доводячи до того, що відбувається придушення власного «я».

Р. Бенедікт у своїх працях приділяла особливу увагу поняттю «обов'язку» чи «боргу», що в японській мові означає «он». Дослідниця описувала цей феномен як «обов'язок, що включає всі борги людини – від найбільшого до найменшого». Також вона стверджувала, що самі японці перекладають цей термін низкою англійських слів, починаючи з obligations (обов'язки), loyalty (вірність), kindness (доброта), love (любов), однак у таких перекладах спотворюється його справжній зміст. Слововживання «он» у всіх його значеннях має на увазі «ношу», «тягар», «обов'язок», які людина намагається нести як можна краще. Японець отримує його від вищестоящого, а тому акт отримання «он» від того, хто явно не займає більш високого чи, принаймні, рівного з ним положення, викликає у нього неприємне відчуття приниження. Коли японці кажуть: «Я несу його «он», –на увазі мається: «Я несу тягар обов'язку перед ним».

Суто формальний підхід японців до отримання знань та цілковита відсутність будь-якого критичного сприйняття був неймовірним феноменом та предметом досліджень західних професорів. Австрійський професор Е. фон Гессе-Вартег, який довго викладав у Токійському Імператорському університеті, після повернення до Австрії згадував: «Японський студент має тільки один ідеал: якомога швидше отримати диплом, щоб мати можливість користуватися благами життя й задовольнити своє честолюбство. Для досягнення цієї мети він здатний затратити величезні зусилля – готовий слухати до 30 годин лекцій щотижня, на цих лекціях він буде старанно все записувати і вивчить усі ці записи назубок. Але не вимагайте від нього ні розмірковувань, ні будь-якого інтересу до науки, оскільки це викличе на його вустах лише іронічну посмішку». Про своїх колег він відгукувався не менш критично: «Японські викладачі, особливо у вищих навчальних закладах,

абсолютно не відповідають покликанню вченого. Марно шукали б ми серед професорів Токійського чи Кіотського університетів бодай одного, який присвятив би своє життя безкорисливим пошукам істини. Особливо характерною рисою японських учених є фактично повна відсутність наукової допитливості».

Бережливість, ввічливість, допитливість, охайність, терпеливість та інші, близькі до вище зазначених рис, є основою побутово-життєвих рис японців. Вони групуються навколо стрижневої риси – самовладдя, яке має найрізноманітніші відтінки.

У середні століття, коли самурай зобов'язаний був зберігати присутність духу у відповідальних випадках, ці якості вважалися, безумовно, необхідними. Ідея помірності і самообмеження пронизує всю японську культуру, і японець з дитячих років осягає суть висловів Лао-цзи «Той, хто знає, де зупинитися, не піддає себе небезпеці», «Той, хто знає свій жереб, той не буде принижений», на все життя ввібравши ідею про те, що не можна бажати більшого, ніж тобі відпущено долею. Знову ж таки, цей факт ще раз доказує про вмилу адаптації запозичень від сусідніх країн.

«Енрьо» є життєво-важливими рисами належної поведінки в Японії. Це складові, суть яких повністю відповідає їх назвам, а тому жодних додаткових пояснень вони не потребують. У японському суспільстві від його членів чекають проявів скромності незалежно від їх соціального статусу. Вони зобов'язані навчитися коригувати особисті прояви здібностей, знань і благополуччя. Самовпевненість не схвалюється, вітається ввічливість і люб'язність по відношенню до оточуючих.

Це пов'язано з історією японської цивілізації, і подібне ставлення ілюструє відома японська приказка: «Виступаючий цвях забивають», що

означає, що ті, хто демонструють свої здібності занадто відкрито, ризикують бути засудженими іншими.

У японців є дуже цікаві життєві правила:

- знаходити можливість дотримуватися встановлених правил;
- обмежувати себе в розвагах;
- примірятися із ситуацією, якою б вона не була;
- причиною нещастя вважати самого себе.

Таким чином, феномен фаталізму яскраво відображається в ментальності та характері японців, маючи дуже своєрідний підхід до оцінки об'єктивної дійсності. Ця риса має глибоке коріння у свідомості японців. Японці надають перевагу пасивному вичікуванню: чекають, коли все пройде саме по собі, навіть якщо це стосується надзвичайних обставин та стихійних лих. В сучасному світі у японців великою популярністю користуються книги, пісні та п'єси, в котрих трактуються поняття «доля», «рішення» та ін. Фаталізм та ірраціональне відчуття прослідковуються в різноманітних аспектах життя: японці вважають, що якісь приховані сили вирішують багато життєвих подій. Тим не менш, у сучасних японців отримав розвиток і раціональний підхід до дійсності, часто пов'язаний з особистими інтересами. Успіх в житті, який в свою чергу залежить від бережності і ввічливості, є критерієм раціональної поведінки.

Ввічливість – це побутово-життєвий постулат менталітету японців. Неможливо побачити жест чи почути слова, не відчувши ввічливості. Ввічлива розмова є невід'ємним атрибутом спілкування в Японії. Неймовірний тандем бережності, охайності та чистоплотності створюють той самий фундамент, який дозволяє оволодіти відомими виробничо-практичними навиками, і як

результат, багато зарубіжних фірм проявляють неабияку заздрість щодо того, з якою точністю та вдосконаленням японці створюють різноманітну продукцію.

Менталітет японців має соціальні особливості. Спосіб виробництва та умови життя японців стали базою особливого стилю пізнання навколишнього середовища. Допитливість є невід'ємною частиною японського менталітету, тому й не дивно, що представники цієї нації є дуже допитливими по своїй натурі. Настанови буддизму створили конкретність свідомості, яка проявляється у чіткій, прагматичній націленості та спрямованості пізнати щось нове. Окрім цього, відсутність абстрагування, якої навчають японців, посилює конкретику допитливості.

Японська культура мала дуже сильний розвиток, якщо порівнювати з її початковою формою. Вона сильно змінилася протягом тисячоліть, починаючи від доісторичного періоду Джомон, до сучасної та модернізованої культури, яка поглинає та поєднує впливи з Азії, Європи та Північної Америки. Почалося це ще з часів давнього Китаю. Ця країна історично була світовою супердержавою, в результаті чого Японія поглинула багато елементів давньої китайської культури Хань, включаючи старовинне китайське письмо того часу, якому вже за вісім тисяч років.

Мешканці Японії переживали тривалий період відносної ізоляції від зовнішнього світу під час шогунату Токугава після японських місій в Імператорському Китаї. Ця ізоляція відбувалася аж до приходу «Чорних кораблів» та періоду Мейджі. Сьогодні ж культура Японії виступає однією з провідних і найвизначніших культур у всьому світі, головним чином завдяки глобальному охопленню її популярної культури. Традиційне японське мистецтво включає такі ремесла як кераміка, текстиль, лакофарбові вироби, мечі та ляльки; виступи бунраку, кабукі, ноха, танцю та ракуго; чайна церемонія, ікебана, бойові мистецтва, каліграфія, оригамі, онсен, гейша та ігри. Японія має розроблену систему захисту та просування як матеріальних, так і

нематеріальних культурних надбань та національних скарбів. 22 об'єкти внесені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, вісімнадцять з яких мають культурне значення.

Японська мова – основна мова Японії, фактично є національною мовою країни, хоча й не має офіційного статусу. Це східноазіатська мова, якою розмовляють близько 128 мільйонів людей, насамперед у Японії. Вона є членом японо-рюкюської мовної родини, і зв'язок з іншими мовами, таких як корейська, стоїть під питанням. Спорідненість з корейською мовою є однією з найбільш популярних та сильних гіпотез, тому що граматично структура японської достатньо близька до корейської, і немало слів держави Когурьо мають паралелі в старо-японській мові. Проте, японці були об'єднані з такими сім'ями мов, як Аїну, Австроазіатська та алтайська. Були припущення щодо наявності австронезійського лексичного субстрата та алтайського граматичного суперстрата. Гіпотеза щодо приналежності до алтайської мови отримала деяку популярність, але як і інші вище зазначені, не отримала широкого визнання, більш того, гіпотеза про зв'язок з алтайською мовою зараз дискредитується.

Про доісторію мови або про період, коли вона виникла в Японії, відомо досить мало. Китайські документи 3-го ст. зафіксували кілька японських слів, але істотні тексти з'явилися лише з VIII ст. Саме в цей час було складено три основні твори старо-японською. Найбільш рання атестація японської мови є в китайському документі від 252 року нашої ери. У період Хейан (794–1185) китайці мали значний вплив на словниковий запас та фонологію старо-японської мови. Середньо-японська та пізно-японська мови (1185–1600) включали зміни в особливостях, що наблизили її до сучасного варіанту, та появу перших європейських запозичених слів.

Вважається, що сучасна японська починається з періоду Едо, який тривав між 1603 та 1868 роками. З часу старо-японської мови фактично стандартним був діалект Кансай, особливо кіотський. Однак у період Едо, місто Едо (тепер

Токіо) перетворився на найбільше місто Японії, а діалект цієї області став стандартною японською. Стандартний діалект перемістився з Кансаю до Едо у ранній Новий Японський період (початок XVII ст. – середина XIX ст.) Коли самоізоляційний період Японії закінчився в 1853 р., потік запозичень із європейських мов значно збільшився. У період з 1945 року спостерігається велика кількість слів, запозичених з інших мов – наприклад, німецької, португальської та англійської. Поширення також зазнали японські слова з англійських коренів. Багато англійських позикових слів особливо стосуються технології - наприклад, *pasokon* (скорочення «персональний комп'ютер»), *intānetto* («Інтернет») та *камера* («камера»). Через велику кількість англійських запозичених слів сучасні японці розробили різницю між [tei] і [ti], [dzi] і [di], причому останні в кожній парі зустрічаються лише у запозичених словах.

Японські емігрантські громади іноді використовують японську як їх основну мову. За даними Бразильського Інституту Географії та Статистики, в Бразилії є від 1,4 до 1,5 мільйона японських іммігрантів та нащадків, що є більшим числом, а ніж 1,2 мільйони, які живуть в США. Якщо зосереджуватися на штатах, то можна виділити Гавайї та Каліфорнію. У випадку першого зазначеного штату, приблизно 12% жителів розмовляють японською, і 16,7% населення мають японське коріння. Японських емігрантів також можна знайти в Перу, Аргентині, Австралії (особливо в східних штатах), Канаді (особливо в Ванкувері, де 1,4% населення має японське походження та Філіппінах (зокрема, у регіоні Давао та провінції Лагуна).

Японія має повну релігійну свободу на основі статті 20 своєї Конституції. 84-96% населення Японії підпорядковуються релігії Синто, як корінній релігії, яка є етнічним й оригінальним надбанням держави. 50-80% відсотків враховують ступінь синкретизму з буддизмом, тобто шінбуцу-шуго. Однак ці оцінки базуються на людях, пов'язаних з храмом, а не на кількості справжніх віруючих. Кількість святинь Синто в Японії оцінюється приблизно в сто тисяч.

Інші дослідження свідчать про те, що лише 30% населення ідентифікують свою належність до релігії. За словами Едвіна Рейшауера та Маріуса Янсена, близько 70–80% японців не вважають себе віруючими в будь-яку релігію. Тим не менш, рівень участі залишається високим, особливо під час фестивалів та випадків, таких як перший візит до святині в канун Нового року. Даосизм і конфуціанство з Китаю також вплинули на японські вірування та звичаї. Японські вулиці прикрашають на такі свята як Танабата, Обон та Різдво.

Японська філософія історично являла собою злиття як іноземних, особливо китайських і західних, так і унікальних японських елементів. У своїх літературних формах японська філософія почалася близько чотирнадцяти століть тому. Археологічні дані та ранні історичні відомості свідчать про те, що Японія спочатку була анімістичною культурою (анімізм), яка розглядала світ як наповнений Камі або священною присутністю, як викладає Синто, хоча це не філософія як така, більше сильно вплинула на всі інші філософії, коли відбувалась адаптація до японських тлумаченнях.

Конфуціанство ввійшло в Японію з Китаю приблизно в V столітті нашої ери, як і буддизм. Конфуціанські ідеали дотепер очевидні в японській концепції суспільства та свідомості, а також в організації уряду та структурі суспільства. Буддизм глибоко вплинув на японську психологію, метафізику та естетику. Корінні ідеї вірності та честі проводяться з XVI століття. Західна філософія мала найбільший вплив на Японію лише з середини XIX століття.

Візуальне мистецтво Японії може вразити багатьма видами:

- Японська каліграфія – поточне японське відображення тексту, де використовують пензель, яке розглядається як традиційна форма мистецтва, а також як засіб передачі письмової інформації. Письмова робота може складатися з фраз, віршів, оповідань або навіть одиночних символів. Стиль та формат написання можуть

імітувати тему, навіть стосовно текстури та швидкості напису. У деяких випадках може знадобитися сто спроб, щоб отримати бажаний ефект одного символу, але і процес створення твору, і його кінцевий результат, вважаються мистецтвом одночасно. Ця форма каліграфії відома як «шодо» що буквально означає «спосіб написання чи каліграфії» або більш відомий як «shūji», «навчання написанню символів». З каліграфією зазвичай плутають форму мистецтва, відому як «сумі-е», що буквально означає «живопис чорнилом», що є мистецтвом малювати сцену чи предмет.

- Японський живопис – живопис в Японії є мистецтвом дуже давно: пензлик є традиційним інструментом для письма та малювання, і його використання як художнього інструменту було, ймовірно, природним та очікуваним. Японських художників часто класифікують за їх малюнком, оскільки більшість з них обмежуються виключно предметами, такими як тварини, пейзажі чи фігури. Китайське виготовлення паперу було введено в Японію приблизно в VII столітті. Пізніше з нього було розроблено «ваші». Народні японські техніки живопису досі застосовуються сьогодні, а також методики, прийняті з континентальної Азії та Заходу. Такі школи живопису, як школа Кано XVI ст., стали відомими своїми сміливими мазками кистей та контрастом між світлим і темним, особливо після того, як Ода Нобунага та Токугава Ієясу почали використовувати цей стиль. До відомих японських художників належать Кано Санраку, Маруяма Окйю та Тані Бунчо. Ранні фігуральні картини починаються щонайменше з 300 року до н. історія японського живопису демонструє синтез та конкуренцію між рідною японською естетикою та адаптацією імпортованих ідей.

- Укійо-е – буквально «картини плаваючого світу» – жанр друку з деревини, який ілюструє особливості японського мистецтва до періода Мейджі. Оскільки ці відбитки могли масово випускатися, вони були доступні для широкого перерізу японського населення – тих, хто недостатньо заможний, щоб дозволити собі оригінальні картини – протягом свого розквіту, з XVII по XX століття. Взаємодія між японським та європейським мистецтвом була вагомюю: наприклад, друкарні укійо-е, які почали експортуватися в XIX ст. в русі, відомому як японізм, мали значний вплив на розвиток сучасного мистецтва на Заході, особливо про постімпресіонізм. До відомих художників укійо-е належать Хокусай та Хіросіге.
- Ікебана – японське мистецтво квіткової композиції. Вона набула широкої міжнародної популярності завдяки зосередженню уваги на гармонії, використанні кольорів, ритмічності та елегантному простому дизайні. Це мистецтво, зосереджене на вираженні пір року, і має на меті виступати символом чогось більшого, ніж сама квітка.
- Манга та аніме – Японська манга розвивалася в 20 столітті і стала популярною у всьому світі. Ракутен Кітазава вперше вжив слово «манга» в сучасному розумінні. Японські анімаційні фільми та телесеріали, коротко відомі як аніме, значною мірою мали вплив зяпонської манги та отримали велику популярність на Заході. Японія - всесвітньо відомий провідник анімації. Серед відомих режисеріваніме є Хаяо Міядзакі, Осаму Тезука та Ісао Такахата.

Традиційний японський одяг відрізняє Японію від усіх інших країн світу. Ним є кімоно, що з японської означає «носити щось». Спочатку це слово стосувалося всіх типів одягу, але з часом почало позначати конкретно одяг у

повний зріст, який японці носять в особливо важливих випадках. Найдавніші кімоно були під сильним впливом традиційного китайського одягу, відомого сьогодні як ханфу, через посольства Японії в Китаї, що призвело до широкого сприйняття китайської культури в Японії ще в V столітті н.е.. Однак саме у VIII ст. китайська мода ввійшла в стиль серед японців, і накладний комір став особливо жіночою модою. Кімоно в цьому значенні з усіма іншими предметами традиційного японського одягу в сукупності відомі як вафуку. Воно буває різних кольорів, стилів та розмірів. Чоловіки в основному носять більш темні або більш приглушені кольори, тоді як жінки, як правило, носять більш яскраві кольори і пастелі, і, особливо для молодих жінок, часто зі складними абстрактними або квітковими візерунками.

Кімоно жінки відрізняється в залежності від того, чи перебуває вона у шлюбі чи ні. Різниця проявляється у візерунках, довготі рукавів. Фурісоде, кімоно незамужньої жінки, навіть каже про те, що жінка самотня. Стиль кімоно також змінюється з сезоном, навесні кімоно яскраво забарвлюється вишитими на них весняними квітами. Восени кольори кімоно не такі яскраві, з осінніми візерунками. Фланелеві кімоно найчастіше носять взимку; вони виготовлені з більш важкого матеріалу і носяться головним чином, щоб залишатись теплими. Одним з елегантніших кімоно є учікаке, довгий шовковий надяг, який наречена носить на весільній церемонії. Учікаке зазвичай прикрашають птахи або квіти, використовуючи срібні та золоті нитки. Кімоно не буває конкретних розмірів, як це робить більшість західних суконь. Розміри лише приблизні, і для відповідного облягання сукні використовується спеціальна техніка.

Обі є дуже важливою частиною кімоно. Це декоративна стрічка, яку найчастіше носять із кімоно, хоча її можна носити з багатьма різними вбраннями. Більшість жінок носять дуже великі складні обі, в той час як чоловіки, як правило, мають більш тонкі і консервативні варіанти. Більшість чоловіків носять кімоно тільки вдома або в дуже відпочинковому середовищі, однак

чоловікові дозволяється носити кімоно, коли він розважає гостей у своєму будинку. Для більш офіційного заходу японець може носити хаорі та хакаму, напівпальто та роздільну спідницю. Хакама зав'язується на талії, над кімоно і закінчується біля щиколотки. Хакама спочатку призначався тільки для чоловіків, але сьогодні прийнятно носити їх і для жінок. Юката є літньою версією кімоно, який використовують як повсякденно, так і для японських фестивалів. Кімоно зазвичай носять у кілька шарів, коли кількість та видимість шарів, довжина рукава та вибір візерунка, диктується соціальним статусом, сезоном та приводом, для якого одягається кімоно. Японці мають незвичайне взуття, яке вдягається з кімоно. Табі це носки, які розроблені для носіння з гетою, босоніжками, встановлених на дерев'яних блоках, прикріплених до стопи шматочком тканини, який ковзає між пальцями ніг.

Японська архітектура має давню історію, як і будь-який інший аспект японської культури. Наприклад, Хорью-дзі широко відомий як найдавніша дерев'яна споруда, що існує в світі, була створена саме в Японії. Спочатку під сильним впливом китайської архітектури вона розробила багато відмінностей і аспектів, корінних для Японії. Приклади традиційної архітектури можна побачити у храмах, синтоїстських святинях та замках у Кіото та Нара. Деякі з цих споруд споруджені з традиційними садами, на які впливають ідеї зен. Деякі сучасні архітектори, такі як Йошіо Танігучі та Тадао Андо, відомі тим, що об'єднували японські традиційні та західні архітектурні впливи. Традиційно її охарактеризували дерев'яні конструкції, трохи підняті від землі, з черепичними або солом'яними дахами. Святині Ісе були відзначені як прообраз японської архітектури. Традиційне житло та багато храмових споруд відображають використання килимів татамі та фусумі, розсувних дверей, які руйнують розрізнення між приміщеннями та внутрішнім та відкритим простором. Ці двері використовувались замість стін, що дозволяло налаштувати внутрішню конфігурацію простору для різних випадків. Люди зазвичай сиділи на

подушках або іншим чином на підлозі, традиційно; стільці та високі столи широко не використовувалися до XX ст. Однак з XIX ст. Японія включила велику частину західної, сучасної та постмодерної архітектури в будівництво та дизайн, і сьогодні є лідером у галузі передових архітектурного дизайну та технологій.

Японія пережила період інтенсивної вестернізації, щоб конкурувати з іншими розвиненими країнами. Спочатку архітектори та стилі з-за кордону були завезені до Японії, але поступово країна навчала власних архітекторів і почала виражати власний стиль. Архітектори, повернувшись із навчання із західними архітекторами, ввели міжнародний стиль модернізму в Японію. Однак лише після Другої світової війни японські архітектори справили враження на міжнародній арені, спочатку роботою таких архітекторів, як Кензо Танге, а потім з теоретичними рухами, як Метаболізм.

Садова архітектура настільки ж важлива, як архітектура будівлі і на неї дуже сильно впливає однаковий історичний та релігійний фон. Основним принципом дизайну саду є створення ландшафту на основі або, принаймні, сильного впливу, тривимірного монохромного чорнильного (сумі) ландшафтного живопису, сумі-е або суйбокуги.

Традиційні японські скульптури в основному зосереджувались на буддійських образах, таких як Татхагата, Бодхісаттва та Мьо-оу. Найдавніша скульптура в Японії - дерев'яна статуя Амітабхи у храмі Зенк-Джі. У епоху Нара національний уряд створював буддійські статуї для підвищення його престижу. Ці приклади можна побачити в сучасних Нара та Кіото, особливо завдяки колосальній бронзовій статуй Будди Вайрокана в храмі Тодай.

Японська музика еkleктична та різноманітна. Багато інструментів, таких як кото, були введені в IX та X ст. Супровідний речитатив драми Ноя датується XIV ст., а популярна народна музика, шамісен, з XVI ст. Західна класична

музика, запроваджена наприкінці XIX ст., зараз є невід'ємною частиною японської культури. Імператорський придворний ансамбль Гагаку вплинув на творчість деяких сучасних західних композиторів. Серед відомих класичних японських композиторів - Тору Такеміцу та Рентаро Такі. На популярну музику в післявоєнній Японії сильно впливали американські та європейські тенденції, що призвело до еволюції J-роп або японської популярної музики. Караоке є найпоширенішою культурною діяльністю в Японії. Опитування Агенції з питань культури 1993 року показало, що в тому році більше японців співали караоке, ніж брали участь у традиційних заняттях, таких як влаштування квітів (ікебана) або чайних обрядів. Музика Японії включає широкий спектр виконавців у різних стилях, як традиційних, так і сучасних. Японія є другим за величиною музичним ринком у світі, після США, та найбільшим в Азії, а більшу частину ринку домінують японські артисти.

Чотири традиційні театри з Японії – но, кьоген, кабукі та бунраку. Ной бере свій початок у союзі саругаку, з музикою та танцями, виконаними Канамі та Зеамі Мотокійо. Серед його характерних аспектів – маски, костюми та стилізовані жести, які іноді супроводжуються віялом, який може представляти інші предмети. Програми Но представлені поперемінно з програмами Кьоген, традиційно в кількості п'яти, але наразі в групах по три. Кьоген, з жартівливим характером, мав старше походження, VIII століття, через китайські розваги, розвиваючись в саругаку. Тут маски використовуються рідко, і навіть якщо п'єси можуть бути пов'язані з тими, які є Но, в даний час цього не відбувається. Кабукі з'являється на початку періоду Едо з уявлень і танців Ізумо но Окуні в Кіото. Через проституцію актрис кабукі в 1629 році урядом було заборонено участь жінок у п'єсах, а жіночі персонажі могли представляти лише чоловіки (оннагата).

РОЗДІЛ 3. Культурний туризм країни

3.1. ВИДИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

Японія є дуже популярною країною для туристів, і приріст кількості туристів, що відвідують її є стабільним та швидким. Японія залучила 19,73 мільйона міжнародних туристів у 2015 році та збільшила відмітку на 21,8%, залучивши 24,03 мільйона міжнародних туристів у 2016 році. В 2018 році Японія залучила 31,19 млн. іноземних туристів. Ці показники вказують на те, що закордонний туризм є одним з небагатьох перспективних бізнесів Японії, бо їхня кількість подвоїлась за останнє десятиліття і процес не зупиняється.

У 2008 році уряд Японії створив Японське агентство туризму і поставило початкову мету збільшити кількість іноземних відвідувачів до 20 мільйонів до 2020 року. У 2016 році, досягнувши цілі на 20 мільйонів, уряд переглянув свою мету до 40 мільйонів до 2020 року і до 60 мільйонів до 2030 року.

Цей процес є дуже активним, і вказує на те, що туристичний ринок Японії є дуже сильним. Не дивлячись навіть на те, що 11 березня 2011 року відбулася Аварія на Першій АЕС в Фукусімі, і кількість іноземних відвідувачів протягом року зменшувалася, країна змогла перебороти цю подію, і зараз є однією з провідних туристичних країн. У вересні 2011 року Японію відвідало близько 539 000 іноземних людей, кількість на 25% менше порівняно з тим же місяцем 2010 року. Це зниження значною мірою було пов'язане з ядерною аварією на Фукусімі, і сильніша ієна зробила візит у Японію дорожче.

Для активізації туризму в жовтні 2011 року Японське агентство туризму оголосило про план надання 10 000 квитків в обидва кінці в Японію, щоб заохотити відвідувачів приїжджати до країни. У 2012 році безкоштовні квитки були запропоновані таким чином, що переможцям потрібно було написати про свій досвід в Японії в Інтернеті. Їм також потрібно було відповісти на деякі запитання про те, як вони почувались під час відвідування Японії після

землетрусу, та як можна відновити інтерес до туризму в Японії. Близько 15 мільйонів доларів США буде витрачено на цю програму. 26 грудня 2011 року Японське агентство з туризму повідомило на своєму сайті, що проект «Літайте в Японію!», який видав би 10 000 квитків у зворотну поїздку до Японії, не був затверджений урядом на 2012 фінансовий рік.

У Японії є 20 об'єктів всесвітньої спадщини, включаючи замок Хімеджі, історичні пам'ятники Стародавнього Кіото та Нарі. Популярні туристичні визначні пам'ятки включають Токіо та Хіросіму, гору Фуджі, гірськолижні курорти, такі як Нісеко в Хоккайдо, Окінава, катання на шинкансені та користування японською мережею готелів та онсенів.

За в'їзним туризмом Японія у 2015 році посіла 16-те місце у світі. У 2009 році Йоміурі Шинбун опублікував сучасний список відомих пам'яток під назвою Хейсей Хьяккей (Сто переглядів періоду Хейсей). Звіт про Конкурентоспроможність Подорожей та Туризму за 2017 рік ставить Японію на 4-му місці зі 141 країни, з найкращим рейтингом серед азійських країн. Японія отримала порівняно високі результати майже в усіх аспектах, особливо в галузі охорони здоров'я та гігієни, безпеки, культурних ресурсів та ділових поїздок.

Найбільшу кількість коштів в Японії витрачають китайські мандрівники, витративши в 2011 році 196,4 млрд. ієн. Якщо порівнювати з іншими показниками, це 2,4 млрд. дол. США або майже чверть загальних витрат іноземних відвідувачів, згідно з даними Японського туристичного агентства. У 2017 році 3 з 4 іноземних туристів приїхали з Південної Кореї, Китаю, Тайваню та Гонконгу, за даними Японської національної організації туризму.

Внутрішній туризм залишається важливою частиною японської економіки та японської культури. Діти з багатьох середніх шкіл розглядають рідзінку своїх років як відвідування Токійського Діснейленду чи, можливо, Токійської вежі, і багато старшокласників часто відвідують Окінаву або

Хоккайдо. Розгалужена залізнична мережа разом із внутрішніми рейсами іноді в літаках із модифікаціями, що сприяють порівняно коротким відстаням, під час перебування у внутрішньо-японських подорожах, дозволяє ефективно та швидко подорожувати.

Туристи з Південної Кореї склали найбільшу кількість в'їзних туристів кілька разів у минулому. У 2010 році їх 2,4 мільйона прибулих становили 27% туристів, які відвідували Японію.

Як відомо, культурний туризм пов'язаний з тим, що турист знайомиться з культурою певної країни чи регіону, знайомиться зі стилем життя, географічними зонами країни, пізнає архітектуру, релігію та інші елементи життя, які мали вплив на середовище місця, яке вони відвідують. У випадку Японії, можна виділити декілька видів культурного туризму. Це кулінарний, релігійний, поп-культурний, рекреаційний, суїцидальний, сексуальний, подієвий. Поширення цих видів туризму пов'язано з тим, що знову ж таки, як вже було зазначено в цій роботі, японський менталітет та культурні надбання досі є невивченими для всього світу, тому культурний туризм є процвітаючою галуззю для країни. І що є дуже цікавим, що культурний туризм в Японії в своєму роді представляє експериментальні подорожі, або подорожі занурення. В цих подорожах люди зосереджуються на досвіді країни, міста чи конкретного місця, активно та всебічно взаємодіючи зі історією, людьми, культурою, продуктами харчування та довкіллям. Він часто може бути трансформативним.

Експериментальні подорожі можуть підкреслювати різні сфери місцевого життя – кулінарію, культуру, історію, шопінг, природу чи соціальне життя – і можуть з цим стати основою цілісної подорожі. Метою подорожей є більш глибоке розуміння культури, людей та історії, і коли відвідуєш Японію, в результаті туристи отримують більше з'єднання з місцевими антуражами, а ніж просто з ідеєю відвідати країну. Тому мандрівник зазвичай контактує з місцевими жителями, які дають вказівки, як випробувати місце. Це може бути

друг, господар проживання або інша людина. Експериментальні подорожі, як правило, зосереджуються на подорожах, які надихають, персоналізують та / або створюють шлях до само-відкриття, і у цьому випадку Японія є дуже вигідним варіантом для самопізнання.

Релігійний туризм

Японія є цікавим місцем для релігійного туризму через декілька факторів. По-перше, країна має повну релігійну свободу на основі статті 20 своєї Конституції. По-друге, саме тут різноманіття різних релігій та різних релігійних пам'яток може визивати неймовірний інтерес для туриста. По-третє, у випадку архіпелагу, релігія є дуже важливою частиною культурного надбання країни.

Як вже було вище зазначено у першому розділі, 84-96% населення Японії підпорядковуються релігії Синто, як корінній релігії, яка є етнічним й оригінальним надбанням держави. 50-80% відсотків враховують ступінь синкретизму з буддизмом, тобто шинбуцу-шуго. Однак ці оцінки базуються на людях, пов'язаних з храмом, а не на кількості справжніх віруючих. Кількість святинь Синто в Японії оцінюється приблизно в сто тисяч. Інші дослідження свідчать про те, що лише 30% населення ідентифікують свою належність до релігії. За словами Едвіна Рейшауера та Маріуса Янсена, близько 70–80% японців не вважають себе віруючими в будь-яку релігію. Тим не менш, рівень участі залишається високим, особливо під час фестивалів та випадків, таких як перший візит до святині в канун Нового року. Даосизм і конфуціанство з Китаю також вплинули на японські вірування та звичаї. Японські вулиці прикрашають на такі свята як Танабата, Обон та Різдво.

Синто – це етнічна релігія, яка фокусується на обрядах і ритуальній практиці, яка старанно повинна здійснюватися для встановлення зв'язку між сучасною Японією та її давнім минулим. У синтоїзмі послідовники вважають,

що Камі, синтоїстське божество або дух, є у всій природі, включаючи скелі, дерева та гори. Також може вважатися, що люди володіють Камі. Однією з цілей синтоїзму є підтримка зв'язку між людиною, природою та Камі. Релігія розвивалася в Японії до VI ст. до н.е., після чого послідовники побудували святині для поклоніння Камі. Синтоїстські практики були вперше зафіксовані та кодифіковані в письмових історичних записах Коджікі та Ніхон Шокі у VIII столітті. Тим не менш, ці найдавніші японські твори не відносяться до єдиної релігії, а до збірки вітчизняних вірувань та міфології. На сьогоднішній день, це релігія громадських святинь, присвячена поклонінню безлічі «духів», «есенцій» або «богів»), що підходять для різних цілей, таких як меморіали війни та фестивалі врожаю, і застосовується також до різних сектантських організацій. Практикуючі висловлюють свої різноманітні переконання за допомогою стандартної мови та практики, приймаючи подібний стиль в одязі та ритуалі, що датується приблизно з часів періодів Нара та Хейан (8-12 ст.). Синто є найбільшою релігією в Японії, яку практикує майже 80% населення, але лише невеликий відсоток із них у опитуваннях вважає себе «Синтоїстами». Це пов'язано з тим, що «Синто» має в Японії різний зміст: більшість японців відвідують синтоїстські святині та благають Камі, не належючи до Синтоїстських організацій, і оскільки немає офіційних ритуалів щоб стати членом народної синтоїстки, членство шінтоїстів часто оцінюють підрахунок тих, хто приєднується до організованих синтоїстських сект.

Буддизм вперше прибув до Японії в VI столітті, почав практикуватися з моменту офіційного введення в 552 р. н.е. Сам буддизм почав розвиватися в Індії близько VI та IV ст. до н.е., і врешті поширився через Китай та Корею, потрапивши до архіпелагу з королівства Баекдже в Кореї, згідно буддійським монахам Ніхон Шокі. Спочатку на території Японії він був непопулярним, тому що більшість японців не змогли зрозуміти складних філософських послань, що існують у буддизмі, проте вони вдячні за мистецтво релігії, яке, як вважають,

стало одним з основних факторів того, що буддизм став популяризуватися. В кінці кінців, ця релігія мала великий вплив на розвиток японського суспільства і до сьогодні залишається впливовим аспектом культури. Буддизм зосереджений на душі та житті після смерті. У релігії статус людини був неважливим, оскільки кожна людина захворіє, стане старою, помре і, врешті-решт, перевтілиться у нове життя, цикл під назвою самсара. Страждання людей, пережиті протягом життя, були одним із способів здобути краще майбутнє. Кінцевою метою було уникнути циклу смерті та відродження шляхом досягнення істинного прозріння. У сучасний час популярними японськими школами буддизму є буддизм Чистої Землі, Буддизм Нікірен, Буддизм Шинггона та Зен. Станом на 2008 рік, приблизно 34% японців ідентифікуються як буддисти, і кількість їх зростає з 1980-х років, що стосується членства в організованій релігії. Близько 60% японців мають у своїх будинках бутсудан (буддійська святиня).

Християнство вперше було запроваджено в Японії єзуїтськими місіями, починаючи з 1549 року. Сьогодні менше 1% до 2,3% є християнами, більшість із них проживають у західній частині країни, де діяльність місіонерів була найбільшою протягом XVI ст. У префектурі Нагасакі найвищий відсоток християн: близько 5,1% у 1996 році. Станом на 2007 рік у Японії було 32 036 християнських священиків та пасторів.

Іслам в Японії, за оцінками, становить близько 80–90% іноземних народжених мігрантів та їхніх дітей, насамперед з Індонезії, Пакистану, Бангладеш та Ірану. Багато японських мусульман-японців є тими, хто навернувся на шлюб із мусульманами-іммігрантами. Дослідницький центр П'ю підрахував, що в Японії в 2010 році було сто вісімдесят тисяч мусульман. Інші релігії меншин включають індуїзм, сикхізм, іудаїзм та віру Бахаї; з середини XIX ст. в Японії виникли численні нові релігійні рухи.

Кулінарний та рекреаційний види туризму

Кулінарний туризм є цікавим видом туризму, бо довге кулінарне минуле японців створило вишукану кухню. Японська кухня охоплює регіональні та традиційні страви Японії, які виникали століттями на політичних, економічних та соціальних засадах. Традиційна кухня Японії, Вашоку заснована на рису з супом м'ясо та іншими стравами; є акцент на сезонних інгредієнтах. Основою кухні є поєднання основних продуктів, як правило, японського рису або локшини, з супом і омакосу - стравами з риби, овочів, тофу та іншого - для додання аромату основній їжі. На початку сучасної ери були введені такі інгредієнти, як червоне м'ясо, яке раніше не використовувалося в Японії. Японська кухня відома своїм акцентом на сезонність їжі, якості інгредієнтів та виду. Японська кухня пропонує широкий спектр регіональних страв, які використовують традиційні рецепти та місцеві інгредієнти. Фраза *ichijū-sansai* стосується готування типової страви, яка подається, але має коріння в класичній кухні кайсекі, хонзен та юсоку. Цей термін також використовується для опису першого блюда, який в наш час подають у стандартній кухні кайсекі. Японський каррі, з моменту його введення в Японію з Британської Індії, настільки широко споживається, що його можна назвати національною стравою.

Традиційні японські солодощі відомі як вагаші. Використовуються такі інгредієнти, як паста з червоної квасолі та мочі. Мочі це японський рисовий пиріг, виготовлений з мохігомі (клейкий рис з коробочкового зерна) та інколи інших інгредієнтів, таких як вода, цукор та кукурудзяний крохмаль. Рис розтирається в пасту і формується в потрібну форму. У Японії це традиційно проводиться на церемонії, званій мочіцукі. Хоча його їдять цілий рік, мочі є традиційною їжею для японського Нового року і зазвичай продається та їсться протягом цього часу. Більш сучасні смаки вагаші включають морозиво із зеленого чаю, дуже популярний аромат. Какігорі – десерт з голеним льодом, ароматизованим сиропом або згущеним молоком. Його зазвичай продають і

їдять на літніх фестивалях. Популярні японські напої, такі як sake, яким є заварений рисовий напій, як правило, він містить 14% -17% алкоголю і виробляється шляхом багаторазового бродіння рису. Пиво варили в Японії з кінця 1800-х років і воно виробляється в багатьох регіонах компаніями, включаючи пивоварні Асахі, пивоварню Кірін і пивоварню Саппоро, яка претендує на найдавнішу названу марку пива в Японії.

Японська кухня є дуже різноманітною. По-перше, історично вона була під впливом китайської кухні, по-друге, в сучасну епоху відкрилася для впливу із західних кухонь. Страви, натхненні іноземною їжею, зокрема, китайською, як рамен і гьоза, а також такі продукти, як спагетті, каррі та гамбургери, стали прийнятими варіантами для японських смаків та інгредієнтів. Традиційно японці відмовлялися від м'яса через буддизм, але з модернізацією Японії у 1880-х роках стали популярними такі страви на основі м'яса, як тонкацу та якініку. Японська кухня, особливо суші, стала популярною у всьому світі, охоплюючи США, Європу та багато інших територій. Тепер, суші, темпура, теріякі є частиною популярних іноземних продуктів. Здорова японська дієта складається в основному з рису, свіжих, нежирних морепродуктів і маринованих або варених овочів. Ця дієта часто вважається пов'язаною з довголіттям японців.

В цілому, ідея кулінарного туризму в Японії постає в тому, що немає нічого кращого, аніж скуштувати справжні суші, справжній тофу та справжній рамен саме коли його готують японці. В цьому випадку, можна порівняти та дослідити різницю між тим, як інші країни видозмінювали надбання кухні Японії, чи залишили його таким як воно є (авжеж ні), і як саме пристосували у себе. Окрім цього, у 2011 році Японія обігнала Францію, ставши країною з найбільшою кількістю ресторанів, що мають 3 Мішелінівських зірки. Станом на 2018 рік, в Японії є 31 ресторан з 3 зірками, у той час як Франція має 27,

включаючи Монако. Таким чином, столиця Токіо зберегла звання міста з найвідомішими ресторанами у світі з 3 зірками.

Останньою версією списку ресторанів є:

- Ресторани «Хіджіката» та «Суші Уеда» – знаходяться в Нагої. Шефи – Хіджіката Щоджі та Уеда Наокі відповідно. Обидва нагороджені з 2019 р.
- Ресторан «Суші Комада» – знаходиться в Ісе. Шеф – Комада Кенрі. Нагороджений з 2019 р.
- Ресторан «Накашіма» – знаходиться в Хіросімі. Шеф – Накашіма Тетсуо. Нагороджений з 2013 р..
- Ресторани «Суші Гьотен» та «Суші Сакай» - знаходяться в Фукуоці. Шефи – Гьотен Кенджі та Скай Дайго відповідно. Обидва нагороджені з 2014 р..
- Ресторани «Хьотей», «Кікуной Хонтен» та «Кітчо Арашіяма» – знаходяться в Кіото. Шефи – Такахаші Йошихіро, Мурата Йошихіро та Токуока Кунію відповідно. Усі нагороджені з 2010 р..
- Ресторан «Мізай» – знаходиться в Кіото. Шеф – Ішіхара Хітоші. Нагороду отримувач у період 2010-2012 рр., а також з 2014 р..
- Ресторани «Накамура», «Кічісен» та «Іда» – знаходяться в Кіото. Шефи – Накамура Мотоказу, Танігава Йошімі та Іда Шінічі відповідно. Нагороджені з 2011 р., 2014 р. та 2018 р. відповідно.
- Ресторани «Кашівая» та «Тайан» – знаходяться в Осаці. Шефи – Матсуо Хідеакі та Такахата Хітоші відповідно. Обидва нагороджені в 2011 р..

- Ресторан «Корью» – знаходиться в Осаці. Шеф – Шінтаро Матсуо. Нагороджений з 2012 р..
- Ресторан «Хаджіме» – знаходиться в Осаці. Шеф – Йонеда Хаджіме. Нагороду отримав у період 2010-2012 рр., а також з 2018 р..
- Ресторани «Joël Robuchon», «Канда», «Quintessence» та «Сукібаяші Джиро» – усі знаходяться в Токіо. Шефи – Майкл Майклідіс, Канда Хіроюкі, Кішіда Шузо та Оно Джиро відповідно. Усі ресторани мають нагороду з 2008 р..
- Ресторан «L'Osier» – знаходиться в Токіо. Шеф – Олів'є Шенон. Отримував нагороди в період 2008-2010 р., також має нагороду з 2019 р.
- Ресторан «Ішікава» – знаходиться в Токіо. Шеф – Ішікава Хідекі. Нагороджений з 2009 р..
- Ресторани «Суші Сайто» та «Юкімура» – знаходяться в Токіо. Шефи – Сайто Такаші та Юкімура Джун відповідно. Обидва нагороджені з 2010 р..
- Ресторани «Усуйкіфугу Ямадая» та «Макімура» – знаходяться в Токіо. Шефи – Ямадая Фуміе та Акіо Макімура відповідно. Нагороджені з 2011 р. та 2015 р. відповідно.
- Ресторани «Рьюгін» та «Суші Йошітаке» – знаходяться в Токіо. Шефи – Ямамото Сейджі та Йошітаке Масахіро відповідно. Обидва нагороджені з 2012 р..
- Ресторан «Кохакі» – знаходиться в Токіо. Шеф – Коїзумі Коджі. Нагороджений з 2016 р..
- Ресторан «Ямазакі» – знаходиться в Тоямі. Шеф – Ямазакі Коджі. Нагороджений з 2016 р..

Рекреаційний туризм є також гарним способом відпочити в Японії, і коли турист шукає рекреації, він чи вона не можуть пройти мимо онсенів. Онсен – це японські гаряча джерела, проте термін також поширюється на приміщення для купання та традиційні готелі, які часто розташовані навколо гарячих джерел. Як вулканічно-активна країна, Японія має тисячі онсенів, розкиданих по всіх її основних островах.

3.2. ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ

Подієвий туризм є провідним видом, тому що дає можливість зрозуміти культуру Японії з точки зору їх фестивалів та свят. Мацурі, що з японської перекладається як фестивалі, має багато варіантів, які відбуваються в країні щорічно. Це традиційні святкові заходи, і деякі фестивалі походять від китайських фестивалів, але зазнали великих змін, змішавшись з місцевими звичаями. Деякі фестивалі настільки різні, що навіть віддалено не нагадують оригінальний фестиваль, незважаючи на те, що поділяють ту ж саму назву та дату.

Для всієї країни немає конкретних фестивальних днів; в різних регіонах різні дати, але фестивальні дні, як правило, скупчуються навколо традиційних свят, такі як Сецубун або Обон. Фестивалі часто базуються на одній події, де можна покуштувати традиційну їжу, спробувати різноманітні розваги та карнавальні ігри, тощо. Їх зазвичай спонсорує місцева святиня або храм, хоча вони можуть бути світськими. Одні фестивалі можуть базуватися навколо храмів чи святинь, інші ж мати ханабі (феєрверки), а інші включати змагання, де учасники вдягнені у традиційний одяг, або тканини, як це відбувається з історичним Хадака Мацурі.

На значних фестивалях часто проходять ходи. Підготовка до цих процесій зазвичай організовується на рівні мікрорайонів, або мачі. До цього місцеві Камі могли ритуально встановлюватись у мікоші та парадувати вулицями, такими як Гіон у Кіото та Хадака в Окаямі. В околицях завжди можна зустріти кабінки мацурі, які продають сувеніри та їжу, таку, як такоякі, та ігри, такі як ловля Золотих рибок. Конкурси караоке, матчі сумо та інші форми розваг часто організовуються разом з мацурі. Якщо фестиваль знаходиться поруч з озером, то оренда човна теж є частиною атракції. Улюблені елементи найпопулярніших мацурі, такі як мацрі Нада но Кенка з

Хімеджі або Мацурі Непута з Хіросакі, часто передаються по телебаченню для того, щоб уся нація могла насолоджуватися фестивалем.

На відміну від більшості людей у Східній Азії, японці, як правило, не святкують Новий рік за місячним календарем, бо той був витіснений західним Новим роком, 1 січня, наприкінці XIX ст.); хоча багато китайських жителів Японії, а також деякі святині та храми для релігійних цілей, все-таки святкують Місячний Новий рік паралельно із Західним Новим роком. У китайському кварталі Йокогама, найбільшому в Японії, туристи з усієї Японії приїжджають насолодитися фестивалем. Подібно до фестивалю ліхтарів Нагасакі, який базується в Чайнатауні Нагасакі.

До найбільш масових туристичних подій Японії можна віднести Олімпійські ігри 2020 року, що у зв'язку з пандемією Covid-19 були перенесені Міжнародним олімпійським комітетом на 2021 рік.

Для цієї події виділили Новий національний стадіон у Токіо. На даний момент вважається, що у цих іграх будуть приймати участь 205 країн та 12,5 тисяч спортсменів.

Олімпійські ігри плануються провести на таких територіях:

- зона Спадщини
- Храм Мейдзі і Парк Йоїогі
- Новий національний стадіон - церемонії, легка атлетика, футбол, регбі-7
- Токійський палац спорту - настільний теніс
- Національний стадіон Йоїогі – гандбол
- Зона Імператорського палацу Токіо
- Ніппон Будокан – дзюдо
- Сади Імператорського палацу Японії - велоспорт (шосейний велосипед (старт))
- Токійський міжнародний форум - важка атлетика

- Сумида
- Рёгоку Кокугікан – бокс
- Олімпійський парк
- Одайба
- Аріаке Арена – волейбол
- Олімпійський ВМХ Центр - велоспорт (ВМХ)
- Олімпійський Велодром - велоспорт (трековий велосипед)
- Центр гімнастики Аріаке - спортивна гімнастика, художня гімнастика, стрибки на батуті
- Тенісний парк Аріаке – теніс
- Морський парк Одайба - триатлон, плавання на відкритій воді
- Сіокадзе Парк - пляжний волейбол
- Tokyo Big Sight Hall A – боротьба
- Tokyo Big Sight Hall B - фехтування, тхеквондо
- Юменосіма
- Олімпійський центр водних видів спорту - водне поло, плавання, стрибки у воду, синхронне плавання
- Юнацька Плац-арена А – бадмінтон
- Юнацька Плац-арена В – баскетбол
- Поле для стрільби з лука Острови Мрії - стрільба з лука
- Стадіон Острови Мрії - кінний спорт
- Сі Форест
- Траса для польових випробувань на конях в Лісопарку Токіо - кінний спорт (польові випробування)
- Водний шлях Лісопарку Токіо - академічне веслування, веслування на байдарках і каное
- Траса гірського велосипеда Лісопарку Токіо - велоспорт (гірський велосипед)
- Касаї

- Касаї - гребний слалом
- Сісайд
- Сісайд - хокей на траві
- Префектура Токіо (Область Тама)
- Спортивний центр Лісопарку Мусасіно - сучасне п'ятиборство (стрільба, фехтування, плавання)
- Токійський Стадіон - футбол, сучасне п'ятиборство (верхова їзда, біг)
- Лісопарк Мусасіно - велоспорт (шосейний велоспорт (фініш))
- Префектура Канагава
- Міжнародний стадіон Йокогами, Йокогама – футбол
- Еносіма - вітрильний спорт.
- Префектура Сайтама
- Стрілецький парк Асака, Асака - стрілецький спорт
- Сайтама 2002 – футбол
- Графський Клуб Касумігасекі – гольф
- Тохоку
- Стадіон Міягі, Міягі – футбол
- Хоккайдо
- Саппоро Доум, Саппоро – футбол

Також до подієвого туризму Японії можна віднести ханамі. Ця подія відбувається щороку, навесні. Ханамі – це цвітіння сакури, яке відбувається у межах декількох календарних місяців, це пов'язано з географією та кліматом Японії. У межах цієї події туристи подорожують країною, проводять вільний час у садах під деревами, що цвітуть.

ВИСНОВКИ

Останнім часом індустрія туризму на світовому ринку займає пріоритетне місце. Це дуже важлива галузь економіки Японії. Багато років внутрішній туризм є одним з найпопулярніших видів у Японії. Японці подорожують у межах своєї країни з різними цілями, за певними даними, близько половини з них подорожують з ціллю побачити прекрасне, 45% мають на меті гарячі джерела, 40% подорожують з гастрономічними цілями.

Японія входить у десятку найбільш населених країн світу. Це високорозвинена країна, більша частина населення якої відносить себе до середнього класу. У той же час виїзний туризм почав розвиватися тут відносно пізно, і дотепер, незважаючи на зростаючий потік японських туристів за рубіж, кількість населення, що виїжджає за кордон, у Японії значно нижче, ніж в інших розвинених країнах.

У Японії набирає силу рух «один регіон – один туристський продукт», Міністерство національної території, інфраструктури й транспорту всіляко його підтримує. Воно розробляє модельні проекти «зон туристського обміну». У цих районах, розкиданих по всій Японії, передбачається створити максимально комфортні умови для інтуристів.

У префектурі Окаяма, розташованій на узбережжі Внутрішнього Японського моря, створено шість невеликих «притулків» для іноземних туристів. У різних місцях – високо в горах, на малесенькому острові і т.д. – було відновлено шість стародавніх традиційних японських будинків, у яких є всі зручності, але вони досить своєрідні.

Ключові ідеї розвитку туристичної галузі Японії – створення привабливих дестинацій, підвищення задоволення від подорожей Японією іноземними відвідувачами і стимулювання повторних поїздок. Також проводиться робота із вдосконалення засобів розміщення та створення вивісок

та знаків англійською мовою. Читачі відомого англійського журналу про подорожі «Wandlust» назвали Японію найкращим туристичним напрямом, а місто Кіото – одним з найпривабливіших міст світу. Японія вперше отримала премію «Wandlust Travel Award», увійшовши до десятки престижних туристичних напрямів.

Японія друга по популярності країна Північно-східноазійського туристичного району серед туристів та перша серед прибутку від туристичної діяльності.

Станом на 2020 рік, у зв'язку з пандемією Covid-19 туристична діяльність у світі тимчасово припинена. Це призвело до перенесення багатьох фестивалів та Олімпійських ігор, що були заплановані на цей рік у Японії.

Незважаючи на це, Японія володіє чималим потенціалом у сфері туризму, зокрема це пов'язано з короткотривалими діловими подорожами, які відносяться до ділового туризму та культурно-розважальним сегментом у туристичній сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Світовий атлас даних. Туризм: веб-сайт. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
2. Готелі Японії. URL: <https://www.japan-guide.com/e/e2025.html>
3. Рекан. URL: <https://www.japan-guide.com/e/e2029.html>
4. Класифікація готелів Японії. URL: <https://japanandmore.com/travel-tips/japan-hotels/>
5. Залізні дороги Японії. URL: <https://japanrailpass.net>
6. Транспортна система Японії: <https://visitjapan.ru/sovety-puteshestvennikam/transportnaja-sistema/>
7. Транспортна система Японії: <https://www.japan-guide.com/e/e627.html>
8. Метро Японії: https://tonkosti.ru/Метро_Токио
9. Міністерство транспорту Японії: <http://www.mlit.go.jp/en/index.html>
10. Статистика транспортної системи Японії: http://www.mlit.go.jp/kisha/kisha07/01/010330_3/01.pdf
11. Дестинації Японії: <https://jw-webmagazine.com/5-scenic-driving-roads-in-japan-29ff9760afff/>
12. Туристичні Маршрути Японії: <https://visitjapan.ru/mesta-i-marshruty/>
13. Олімпійські ігри в Японії: <https://tokyo2020.org/en/>
14. Статистика коронавірусу у світі: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/world/coronavirus-maps.html>
15. Статистика коронавірусу в Японії: <https://www.japan.travel/en/coronavirus/>

16. Боротьба з коронавірусом у Японії: <https://rg.ru/2020/03/05/kak-v-iaponii-prosto-i-effektivno-boriutsia-s-koronavirusnoj-infekciej.html>
17. Статистика коронавірусу по містам Японії: <https://www.nippon.com/en/japan-data/h00657/coronavirus-cases-in-japan-by-prefecture.html>
18. Центральне Розвідувальне Управління Японії: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ja.html>