

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Гуманитарный институт
Кафедра рекламы и социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Е. А. Ноздренко

«__» _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Роль социально-культурного проектирования в системе межкультурной
коммуникации (на материале Японского культурного центра)

51.03.03 Социально-культурная деятельность

51.03.03.01 Менеджмент социально-культурной деятельности

Выпускник _____

М. Мураками

Научный
руководитель _____

канд.
философских
наук, доцент

А.В. Андреева

Нормоконтролер _____

Е.А. Бугаева

Красноярск 2022

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Роль социально-культурного проектирования в системе межкультурной коммуникации (на материале Японского культурного центра)» содержит 112 страниц, 5 приложений, 11 таблиц, 3 рисунки, 53 использованных источников.

Ключевые слова: МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ, ЯПОНСКИЙ ЦЕНТР.

Цель: Определение роли социально-культурного проектирования в развитии среды межкультурных коммуникаций России и Японии (на материале деятельности НОЦ «Японский центр СФУ»).

Задачи: 1. изучить и раскрыть понятие межкультурной коммуникации; 2. проанализировать различия и сходства японской и русской культур в условиях межкультурной коммуникации; 3. определить формы межкультурной коммуникации в связи Япония-Россия; 4. Разработать проектное решение по изучаемой проблеме.

В ходе работы были изучены система межкультурной коммуникации, использование социально-культурного проектирования в рамках деятельности Японского центра, а также были выявлены инструменты продвижения.

Вследствие проведения исследования был разработан проект для развития системы межкультурной коммуникации с помощью Японского центра в г. Красноярске.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Анализ системы межкультурной коммуникации	10
1.1 Понятие межкультурной коммуникации	10
1.2 Структура межкультурной коммуникации в контексте отношений японии и россии.....	17
Выводы по главе 1.....	47
2. Роль японского центра в разработке социально-культурного проектирования для системе межкультурной коммуникации.....	50
2.1 Понятие социально-культурного проектирования	50
2.2 Проектное решение «инициативный проект «jc project»	59
Выводы по главе 2.....	92
Заключение	95
Список использованных источников.....	99
Приложение А.....	106
Приложение Б	108
Приложение В.....	109
Приложение Г	110
Приложение Д.....	112

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность:

Что в современном мире подразумевается под «коммуникацией с иностранцами» и «сосуществованием с представителями разных культур»? С приходом эпохи «borderless» («без границ») очевидно, что важность роли межкультурной коммуникации с каждым днем усиливается. Однако на сегодняшний день мало кто понимает суть межкультурной коммуникации, в связи с чем, возникает вопрос: есть ли люди, которые правильно используют ее технологии?

Межкультурная коммуникация – это не просто способность понимать иностранный язык. Среди участников коммуникации в разных слоях общества мы можем заметить отдельных индивидов, которым удается намного проще наладить контакт и расположить к себе собеседников. Как они находят пути общения с людьми из разных слоев общества, и почему с начала коммуникации общение для них проходит легко? Это не потому, что они очень хорошо говорят по-английски или потому, что у них изысканные манеры, такой человек очень хорошо показывает себя собеседнику как «добрый», «непредубежденный» или «комфортный» партнер по диалогу.

«Добрый» в этом смысле означает «понимающий другого человека и его культуру и создающий среду, в которой каждый может комфортно проводить время». Возможно, многие люди представляют себе среду, в которой могут сосуществовать люди с двумя разными культурами. Например, русские и японцы. Это не ошибка, но в 21 веке мир расширился от двустороннего до многостороннего, и становится сложно создать среду для межкультурной коммуникации. Однако следует понимать, что межкультурное взаимопонимание становится такой сферой науки, которая является незаменимой образовательной культурой в нынешнюю эпоху. И можно сказать, что хорошее понимание межкультурной коммуникации очень полезно для

беспрепятственного продвижения различных видов деятельности в будущем. Вот почему можно сказать, что развитие межкультурной коммуникации и освоение её технологий стало необходимым в нашу эпоху.

В развитии межкультурной коммуникации НОЦ «Японский центр СФУ», который является объектом этого исследования, часто создает среду в научной сфере, но его деятельность также включает в себя множество элементов культурных объектов. В этом исследовании, чтобы конкретно сосредоточиться на деятельности Японского центра в системе межкультурной коммуникации, мы в частности сосредоточимся на отношениях между Японией и Россией, но применение полученных результатов не ограничивается только двумя странами, но также эффективно и для других культур.

В своем исследовании мы предприняли попытку ответить на вопрос, какие технологии, навыки и опыт может использовать Японский центр для создания пространства межкультурной коммуникации в российском обществе, а также мы хотим обратить внимание на то, как примеры его деятельности могут быть использованы в других культурных учреждениях.

Степень научной разработанности:

Сложность данного исследования заключается в двух основных аспектах: во-первых, «расплывчатое определение межкультурной коммуникации», а во-вторых, факт того, что межкультурная коммуникация – это «относительно новая наука».

В теме межкультурной коммуникации были рассмотрены концепции, разработанные зарубежными учеными Э. Холла, С. Тинг-Туми, Дж. Оллууда, Э.Мейера, К. Кисиды, К. Китамуры и др. и отечественными учеными Савушкиной Л.В., Могилевич Б.Р., Фроловым И.Т. и т.д. в области социологии, филологии, лингвистики и культурологии в системе межкультурной коммуникации, позволяющие выявить причины возникновения различия между культурами и формирования культурной особенности.

Помимо того, чтобы провести исследование более объективно, мы обратились к исследовательским работам и культурным картам Эрин Мейе,

использование которых позволяет углубить понимание культурных различий. Опираясь на ее исследования, можно отказаться от неправильного понимания чужих культур, которые, как считается, являются барьерами в межкультурном общении, такими как стереотипы и предрассудки.

Кроме того, с помощью культурной карты можно визуализировать специфические различия в межкультурной коммуникации. При визуализации культурных различий между русскими и японцами эта культурная карта раскрывает причины фундаментальной культурной коммуникации двух стран. Поиск причины позволит двум этническим группам сосуществовать в различных областях, таких как культура, бизнес и т.д. Это также позволит создать эффективное и прочное сотрудничество.

Идеал межкультурной коммуникации — создать среду, в которой сосуществуют все расы, где все понимают культурные различия друг друга и относятся к этому терпимо. Создавая в этой среде новое культурное пространство, мы можем достичь общего понимания. Проанализировав теорию социально-культурного проектирования и деятельность Японского культурного центра, мы проясним потенциал их ресурсов и технологий, а также предложим путем планирования, как мы можем создать межкультурное пространство с их использованием.

Кроме того, для выяснения того, какие существуют задачи для создания этого общего понимания между Японией и Россией, был проведен социальный опрос среди сотрудников Японского центра разных городов, целью которого является рассмотреть перспективы отношений двух стран.

Далее, изучив сущность межкультурной коммуникации, мы поняли, что для создания нового культурного пространства необходима роль инновационной деятельности для анализа и решения социокультурных проблем. Другими словами, это социально-культурное проектирование.

Для изучения теории социально-культурного проектирования мы опирались на исследования следующих ученых: Бэгьюль Ф., Грашина М., Ивасенко А.Г., Луков В.А., Мартин П., Тейт К. и др. – рассматривающих

инновацию, в которой происходит реализация развивающейся среды межкультурной коммуникации в городе.

Проанализировав теорию социально-культурного проектирования и деятельность Японского культурного центра, мы попытались прояснить потенциал их ресурсов и технологий, а также предложим путем планирования, как мы можем создать межкультурное пространство с их использованием.

Объектом исследования является система межкультурной коммуникации.

Предметом исследования является социально-культурного проектирования в деятельности НОЦ «Японский центр СФУ».

Целью работы является определение роли социально-культурного проектирования в развитии среды межкультурных коммуникаций России и Японии (на материале деятельности НОЦ «Японский центр СФУ»).

На основании поставленной цели были сформулированы **следующие задачи**:

1. Изучить и раскрыть понятие межкультурной коммуникации;
2. Проанализировать различия и сходства японской и русской культур в условиях межкультурной коммуникации;
3. Выявить роль социально-культурного проектирования в развитии среды межкультурного общения;
4. Разработать проектное решение по изучаемой проблеме.

Теоретико-методологические основы исследования составляют системный подход, рассматривающий межкультурную коммуникацию как систему, включающую субъект, цели, результаты и функции межкультурной коммуникации и структурно-функциональный подход, в рамках которого рассматриваются структурные компоненты системы межкультурной коммуникации и особенности процесса их функционирования; социокультурный подход, в котором личность выступает как совокупность ценностей и норм.

Идеи социально-культурного проектирования для развития межкультурной коммуникации, обосновывающие важность включения жителей города в социально-культурную деятельность.

Для решения задач исследования и проверки выдвинутой гипотезы были использованы следующие **методы исследования:**

Теоретические: анализ, обобщение и экстраполяция методологической и методической литературы по проблеме исследования.

Эмпирические: наблюдение, метод экспертного интервью, сравнение двух факторов методом экспертов.

Статистические: методы качественной обработки данных.

Гипотеза: Формирование среды межкультурной коммуникации представляет собой творческий и образовательный процессы, которые направлены на установление взаимодействия с представителями различных этнических общностей и обеспечивают навыками общения всех членов многонационального общества. Кроме того, применение социально-культурного проектирования будет способствовать активизации инновационной деятельности для создания новых ценностей тех, кто обладает навыками межкультурной коммуникации посредством своего творчества и проектной деятельности.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования:

В результате исследования был проанализирован теоретический материал в области межкультурной коммуникации, выявлены особенности различия и методы развития межкультурной коммуникации, а также потенциал социально-культурного проектирования в системе межкультурной коммуникации на материале Японского центра. Результаты исследования могут быть применены в работе социально-культурной деятельности для развития и распространения среды межкультурной коммуникации с помощью роли социально-культурного проектирования в рамках деятельности Японского центра в городе.

Структура и объем работы: Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных литературы и приложений.

ГЛАВА 1 АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1 Понятие межкультурной коммуникации

В последние годы, повсюду мы слышим словосочетание «межкультурная коммуникация», даже, кажется, что каждый день становится больше случаев общения с людьми из других культур в различных ситуациях, таких как университет, бизнес и т.д. Однако, разве все правильно понимают «межкультурную коммуникацию»? Разве многие правильно используют технологии межкультурной коммуникации? Можно сказать, что не так много, а точнее, если прямо говорить, в данном моменте большинство людей не понимают её суть полностью. Когда мы слышим слово «межкультурная коммуникация», сразу в наших головах возникает такой образ, как «общение с иностранцами», «общение на иностранном языке» и т.д. Конечно, это тоже правильно, но мы не можем согласиться, что это совершенно правильное понимание.

Поэтому, для начала необходимо понимать, что слово «культура» не интерпретируется каждым в одном и том же значении, поскольку процесс развития каждой культуры отличается в зависимости от этнической группы. Опираясь на определение Гумилева Л.Н. под культурой можно понимать систему сознания, сложившуюся независимо от этноса, это явление, возникающее на стыке истории и географии [Кондаков, 1992 по Гумилеву, 1958]. Если мы обратимся к определению А.А. Леонтьева, то под культурой понимается передача и закрепление накопленных результатов развития от потомства к следующему поколению, и культура является способом передать в будущее этнические и индивидуальные воспоминания [Леонтьев, 1974]. Культура также является достоянием общества, созданным в процессе сохранения и преобразования путем передачи каждой этнической группы от поколения в поколение [Фролов, 2003]. Это, можно сказать, «сокровищница коллективного сознания каждой нации» [Розенталь, Юдин, 1963].

Почему этническая группа сохраняет и передает память и достояние, являющимися знаниями в форме культуры?

По словам Кисида Кунио культура — это «развитие духовной силы человека и ее гармоничное развитие» и «все проявления жизни, которые люди изобретают, чтобы следовать идеалам своей этнической группы». Кроме того, в общем смысле культура — это «отношение и образ жизни в целом, которые мы постоянно строим на традициях для достижения своих идеалов как нации» [Кисида К., 1991]. То есть, у каждой культуры есть свои идеалы, и мы, люди, будем продолжать идти к ним. Этот идеал всегда нужно уважать. Можно сказать, что навязывание идеала своей культуры человеку другой культуры является оскорблением его.

Исходя их определений «культуры», мы можем сделать вывод, чтоб под ней понимается та среда, в которой отдельный ее представитель рос, воспитывался и чьи ценности он принял для себя и придерживается их. Таким образом, мы встаем перед вопросом определения межкультурной коммуникации и ее эффективной реализации.

Межкультурная коммуникация может быть определена как «обмен информацией на разных уровнях осознания и контроля между людьми с разным культурным происхождением, где разное культурное происхождение включает в себя как национальные культурные различия, так и различия, связанные с участием в различных видах деятельности, которые существуют в рамках одного сообщества» [Allwood, 1985].

Так же мы можем говорить, что межкультурная коммуникация — это «место, в котором люди, находящиеся под влиянием различных культурных сообществ, договариваются об общем значении во взаимодействии» [Ting-Toomey, 1999].

По словам Китамура Коузди, межкультурная коммуникация представляет собой среду, в которой сосуществуют разнообразные культуры. Более конкретно говоря, «каждая культура имеет свою ценность (идентичность), и ценности и когнитивные стандарты одной культуры нельзя просто применить к

другой» [Китамура К., 2003]. То есть, дело в том, что нам необходимо понимать культурные различия. Раздельное размышление о культурных и исторических основах, в которых развивалась каждая культура, без прояснения культурных различий приводит к оправданию отказа от попыток понять разные культуры. Кроме того, в его понимании, идея среды, в которой сосуществуют разнообразные культуры, состоит в том, чтобы изучить возможность совместной жизни на равноправной основе, исходя из признания разнообразия культур и уважения уникальности каждой культуры [Китамура К., 2003].

Таким образом, под межкультурной коммуникацией понимается, в широком смысле, сосуществование культур, создающее новое пространство между людьми из мест и стран с различными историей и культурой, и помогающее найти им общий язык. Кроме того, в таком культурном пространстве необходима «доброта», позволяющая принимать других без дискриминации.

Помимо того, кажется, что различные технологии коммуникации (вербальные, невербальные и т.д.) используются как средство создания культурного пространства, но коммуникация — это инструмент для облегчения разговора, а не суть системы межкультурной коммуникации. На самом деле, в смешанном этническом пространстве было бы удобно иметь языковой код, понятный и используемый всеми, например, английский, но коммуникация может быть установлена даже неязыковым кодом с использованием жестов и других средств.

Коммуникация, как инструмент, также включает в себя время и опыт, которыми можно поделиться с другими. Что важно и необходимо понимать в межкультурном пространстве — это вопрос, сможет ли каждый отдельный представитель культуры комфортно находиться в мультикультурном пространстве. Пространство, в котором всем комфортно, как идея звучит просто, но на самом деле ее реализация сложна: чтобы сосуществовать с людьми из других стран и культур, мы должны принимать другого человека как есть, однако не все сразу могут это сделать независимо от расы и культуры.

В свою очередь технологии межкультурной коммуникации незаменимы для мультикультурного пространства, где всем будет комфортно сосуществовать. На сегодняшний день принято выделять четыре основные формы межкультурной коммуникации — прямую, косвенную, опосредованную и непосредственную.

При *прямой коммуникации* информация адресована отправителем непосредственно получателю и может осуществляться как в устной форме, так и в письменной. При этом наибольший эффект достигается посредством устной речи, сочетающей вербальные и невербальные средства.

При *косвенной коммуникации*, которая носит преимущественно односторонний характер, информационными источниками являются произведения литературы и искусства, сообщения радио, телевизионные передачи, публикации в газетах и журналах и т.п.

Опосредованная и непосредственная формы коммуникации различаются наличием или отсутствием промежуточного звена, выступающего в роли посредника между партнерами. В качестве посредника может выступать человек или техническое средство. Коммуникация, опосредованная техническими средствами, может оставаться прямой (разговор по телефону, переписка по электронной почте), но при этом исключается возможность использования невербальных средств.

В межкультурной коммуникации принято выделять внутренний и внешний контекст коммуникации.

В качестве *внутреннего контекста* выступают совокупность фоновых знаний, ценностные установки, культурная идентичность и индивидуальные особенности индивида. К этому контексту можно отнести настрой, с которым собеседник вступает в общение и который составляет психологическую атмосферу коммуникации.

Внешний контекст коммуникации составляют время, сфера и условия общения. Для межкультурной коммуникации важным обстоятельством является место проведения коммуникации, определяющее фон

коммуникативного процесса. Так, собеседник, находящийся на своей территории, чувствует себя более комфортно и лучше ориентируется в пространстве собственной культуры, чем иностранец. Характер коммуникации на рабочем месте и дома будет различаться по степени углубления в бытовую культуру и влияния личностных факторов.

Временной контекст – это хронологический период, в котором происходит коммуникативная ситуация. В различные периоды времени взаимоотношения между участниками (партнерами) коммуникации складываются по-разному. Хронологически различают следующие типы коммуникации: одновременные, которые происходят путем личных контактов, по телефону, сети Интернет в режиме on-line, и разновременные — к ним относят все остальные коммуникативные ситуации. Помимо того, нам необходимо понимать основные факторы, порождающие проблемы межкультурной коммуникации.

Различные факторы, такие как стереотипы, предубеждения, ярлыки и стиль речи, являются препятствиями для принятия других культур. Если что не то в процессе общения с другими нациями, мы делаем вывод, что характер этого человека не подходит нам. Можно считать, что возникновение этих проблем связано не с такой простой вещью, как различия в характерах личностей или стереотипы, а с пониманием различий в культурных кодах.

Необходимым становится разобраться в типах культур и их кодах и для этого обратились к работам Э. Холла, создавшему теорию высоко- и низкоконтекстных культур. Контекст – это информация, которая содержится «между слов». Это правила общения, нормы поведения, которыми руководствуются люди в повседневном общении.

Высококонтекстная культура — это культура, в которой информация, передаваемая собеседникам, основана не только на словах, но и на культурном здравом смысле, совместном понимании и культурной истории [Холл, 2002]. Способ общения людей, выросших в высококонтекстной культуре, очень прост, немногословен. Поэтому серьезное внимание уделяется невербальному

общению. Помимо того, в высококонтекстной культуре, важными становится уметь понять интуицию и наблюдательность, умение считывать жесты. Это текстовая культура, которую другим народам чрезвычайно сложно понять, если они не понимают культурно-исторический фон этой культуры [Холл, 2002].

«Высококонтекстуальные культуры ориентированы во взаимоотношениях на формальный стиль, когда социальные роли собеседников предполагают соблюдение культурно опосредованных ритуалов. Представители низкоконтекстуальных культур предпочитают лично-ориентированный стиль общения» [Вилкова, 2019].

Низкоконтекстные культуры – это культуры, в которых информация сообщения проговаривается собеседнику почти полностью. Так как вся информация подробно передается словами, объем информации большой, но можно сказать, что нет необходимости учитывать скрытый смысл сказанных собеседником слов. Проще говоря, коммуникация может проведена относительно гладко без понимания культурного или исторического фона. И собеседники выражаются ясно и прямо. Максимум информации дается в виде слов, коммуникация многословна [Холл, 2002].

Конечно, нельзя полностью отрицать суждение, что личность индивидуальна, и каждый имеет свой характер, однако, во-первых, личность формируется под влиянием окружающей среды, в которой она выросла. Окружение здесь можно назвать культурой, в которой субъект проводил больше всего времени, а это означает, что процесс попытки понять другого человека требует понимания культуры, в которой он вырос. Здесь под субъектом мы понимаем субъект межкультурной коммуникации, человека или группу людей, которые активно принимают участие в знакомстве с другими общностями. При этом субъект не может рассматриваться изолированно, так как каждый субъект идентифицирует себя с определенной социальной группой – нацией, этнической, религиозной или профессиональной общностью.

Межкультурная коммуникация существует для того, чтобы уничтожить противоречия в разговорах или контактах с другими общностями. Для этого,

необходимо осознать, кто «я» и «вы». Только при условии взаимопонимания можно получить новую технологию общения.

Правильное понимание культурных различий и особенностей может также устранить ложные стереотипы, предубеждения и ярлыки, можно сказать, что, если мы правильно понимаем культуру другого человека, мы сможем увидеть истинные намерения его слов и действий. Основываясь на этом, нам всегда необходимо объективно сравнивать свою культуру с другой. Понимая культурные различия обеих сторон, можно выяснить, какие проблемы и барьеры существуют в коммуникации. Кроме того, осознание культурных проблем и барьеров между собой может создавать новые отношения. Это новое отношение можно назвать межкультурной коммуникацией, и также оно может быть возможностью создания пространства межкультурной коммуникации.

Однако, многие не знают, как и с чего можно начать понимать культурные различия. Если многие люди проводят большую часть своей жизни в месте рождения, тогда каждая идентичность человека формируется в культуре, в которой он растет и воспитывается. В этом случае о других культурах он может судить только с точки зрения, которую ему привила культурная среда, к которой он принадлежит. В итоге создается предубеждение в отношении «неправильной», другой культуры, что препятствует нашей коммуникации с другой средой.

Помимо того, многие люди могут не знать, о чем говорить, когда впервые встречаются представителей отличных культур, и, поскольку они не знают, как общаться, они пытаются продолжить разговор с неправильным подходом. Если мы не поймем различия между культурами, общение будет разрушено. Ещё неправильные предубеждения могут привести к ситуациям, которые заставят других обидеться, так как мы критично оценили бы другую культуру. Помимо того, людям, которые провели свое время в одной культуре, также трудно охарактеризовать свою собственную культуру, поскольку они давно принадлежат к этой культуре, им трудно объективно оценивать собственную культуру. В итоге, так как они замечают только региональные и

индивидуальные различия, то приходят к выводу, что их культура не особенно уникальна. Чтобы понять свою собственную культуру, поездка за границу — это один из лучших способов объективно наблюдать и понимать свою собственную культуру, но это дорого стоит, и не каждый может попробовать это, так что нельзя сказать, что это универсальный способ. Вот почему считается необходимым иметь индекс, который позволит каждому понять другие культуры, а также свою собственную культуру, оставаясь в своей стране.

1.2 Структура межкультурной коммуникации в контексте отношений Японии и России

Для решения проблемы недопонимания в межкультурной коммуникации Культурная карта Эрин Мейер может быть использована для визуализации различий в межкультурной коммуникации и может помочь прояснить проблемы, возникающие в мультикультурном пространстве при общении. Это исследование также посвящено деятельности и роли НОЦ «Японский центр СФУ». Используя эту культурную карту, мы предприняли попытку выяснить культурные различия между русскими и японцами в межкультурной коммуникации.

При коммуникации между японцами и русскими есть сложная проблема, которая заключается в том, что каждый использует свои собственные средства передачи и получения сообщения, основанное на одностороннем восприятии происходящего с точки зрения своей культуры. Как следствие, многие противоречия часто возникают в процессе диалога с представителями разных культур, если средством коммуникации выступает суждение, основанное только на одной точке восприятия. Кроме того, так как в зависимости от используемого языка (русский или японский) способ выражения и передачи информации отличается, судить о том, успешно ли получила другая сторона, которая представляет отличную культуру, информацию, которую вы отправили — сложно.

С другой стороны вы тоже должны правильно получить информацию, которая отправлена с другой стороны средствами, которые распространены в их культурной среде. Значит, для успеха коммуникации между русскими и японцами необходимыми становятся понимание происхождения культур и сравнение ее со своей.

Чтобы понять методы общения, уходящие корнями в историю каждой культуры, в своем исследовании мы провели опрос среди представителей русской и японской культур. Опрос представлен несколькими вопросами об общении внутри своей культуры в формате анкеты. В результате мы получили 136 русских и 22 японских ответа на анкеты, благодаря чему нам удалось выявить культурные особенности в процессе коммуникации каждого народа. Помимо того, сравнивая каждый из них, мы смогли найти культурные различия в общении. Респондентам были заданы следующие 13 вопросов:

1. Вид коммуникации в вашем родном языке относится к низкоконтекстным культурам или высококонтекстным культурам?
2. Когда вы критикуете другого человека, вы делаете это напрямую или косвенно?
3. Когда вы хвалите другого человека, вы делаете это напрямую или косвенно?
4. Что вы цените больше - когнитивное или эмоциональное доверие на начальном этапе знакомства с человеком в работе или учебе (Когнитивное доверие - это доверие к интеллектуальным способностям другого человека, основанное на его способностях, достижениях, технологиях и уверенности. Эмоциональное доверие – это доверие, которое формируется из таких эмоций, как близость, сочувствие и дружба)?
5. Что вы цените больше - когнитивное или эмоциональное доверие на начальном этапе знакомства с человеком ВНЕ РАБОТЫ ИЛИ УЧЕБЫ?
6. Общество вашей страны придерживается идеологии иерархизма или эгалитаризма (когда два человека равны)?

7. Как вы думаете, в обществе вашей страны больше распространен иерархизм или эгалитаризм?

8. Вам нужно много времени, чтобы начать доверять человеку?

9. Высоко ли вы оцениваете свое мнение при принятии решений в групповой работе, на заседаниях и т.д.? Или вы по большей части учитываете мнение окружающих?

10. При наличии расписания вы предпочитаете идти по плану? Или вы предпочитаете гибкость, чтобы была возможность изменить свой график в соответствии с непредвиденной ситуацией?

11. Когда возникают разногласия, вы сразу выходите на конфликт или пытаетесь его избежать?

12. В вашей стране окончательные решения в работе принимаются на основании мнения лидера или всех работников в целом?

13. Что вы используете, Дедуктивное умозаключение или Индуктивное умозаключение, когда пытаетесь убедить человека (Дедуктивное умозаключение — метод логического рассуждения, делающий более индивидуальные и частные выводы из общих и универсальных посылок. (Например, $A=B$ и $B=C$, то есть $A=C$). Индуктивное умозаключение — это метод вывода результатов, основанный на информации, полученной в результате прошлого опыта и наблюдений)?

Ответы на вопросы представителей каждой отдельной культуры представлены в Таблице А.1 [Приложение А], а их сравнительный анализ представлен на Рисунке Б.1 [Приложение Б].

Прежде чем сделать вывод по результатам опроса, стоит вспомнить, что культурная относительность является ключом к пониманию влияния культуры на взаимодействие людей. Когда мы создаем комфортную межкультурную коммуникацию, нам необходимо понимать друг друга, при этом учитывая не только то, как наша культура относится к другим культурам мира, но и как другие культуры относятся к нашей культуре. Выявление культурных различий помогает нам понимать барьеры, которые мешают межкультурной

коммуникации. Вышеприведенный анализ позволил уточнить специфические культурные различия русских и японцев в системе межкультурной коммуникации и визуализировать их с помощью сравнений. На самом деле, поскольку это исследование посвящено НОЦ «Японский центр СФУ», важно создать среду для беспрепятственного общения между русскими и японцами.

В вопросе 1 мы визуализировали осведомленность русских и японцев в классификации своего народного языка. Очевидным представляется вывод при сравнительном анализе, что оба народа оценивают свой родной язык как принадлежащий к высококонтекстным культурам. На первый взгляд кажется, что между японским и русским языками нет большой разницы с точки зрения высококонтекстных и низкоконтекстных культур, и можно подумать, что у них схожие языковые формы. Конечно, и в японском, и в русском языках много случаев, когда приходится понимать значение слов из предложений, и разговоры часто ведутся на основе знаний и здравого смысла, накопленных за долгую историю своей культуры. Поэтому приходится угадывать контексты, предполагая, предвосхищая слова, которые выражены имплицитно в этом случае, чтобы действительно понять значение высказываний и контекстов. На фоне этого изучать культурный фон становится важным. Однако есть проблема, когда два представителя, которые выросли в разных высококонтекстных культурах, попробуют общаться совместно: поскольку основа истории, которую формировала каждая отдельная культура, иная, любые различия исторического становления культуры могут стать барьером общения.

В связи с этим стоит обратить внимание на то, что в межкультурной коммуникации существует примерно три варианта общения:

1. Когда человек из низкоконтекстной культуры общается с кем-то из другой низкоконтекстной культуры.
2. Когда человек из культуры с высоким контекстом общается с человеком из культуры с низким контекстом.

3. Когда человек из культуры с высоким контекстом общается с кем-то из другой культуры с высоким контекстом.

Очевидным стает вопрос, в каком из трех вышеприведенных вариантов разговора чаще всего появляются ошибки взаимопонимания. Большинство людей считают, что во втором варианте чаще сталкиваются с проблемой непонимания при общении, поскольку типы языка, представители которых используют их, различны, что, логически предположить, приводит к большему разрыву в восприятии реальности. Однако, мы предполагаем, что при развитии третьего варианта общения, вероятность возникновения проблем с взаимопониманием на самом деле намного выше.

В межкультурной коммуникации, скорее всего, чаще возникает непонимание между людьми из высококонтекстных культур, такими как русские и японцы, при этом имеющие совершенно разные корни и культурные истории. Высококонтекстная коммуникация эффективна, когда люди принадлежат к одной культуре и могут читать один и тот же культурный код, однако когда в круг общения вступает человек из другой культуры, все идет не так. Люди из разных культур имеют совершенно разные культурные контексты, поэтому улавливаются сообщения, которые понимаются не так, как намеревался донести отправитель, и в результате этого возникают недоразумения.

Тогда, как можно преодолеть это недоразумение? На самом деле, ответ довольно очевиден: при общении с людьми из разных культур эффективно использовать способ разговора низкоконтекстных культур. Метод разговора низкоконтекстных культур часто видится в многоэтнических странах со многими иммигрантами, таких как США. Проще говоря, это культура, в которой мало общих переживаний, чувств и ценностей в общении, и существует сильная тенденция коммуникации к языково-зависимому. В таких культурах, как США, каждая этническая группа имеет различный культурный фон, поэтому трудно наладить разговоры с помощью методов общения высококонтекстной культуры. По этой причине укоренилась низкоконтекстная

культура, которая передает намерение разговора посредством логических объяснений в языке. Считается, что это также может быть использовано в межкультурной коммуникации. Если у вас разные культурные корни, как у русских и японцев, вы должны понимать, что нет общей истории, опыта или смысла. Кроме того, требуется логическое объяснение на языке и многократное подтверждение основных моментов разговора.

Вопрос 2 хорошо показывает, насколько русские и японцы по-разному передают свои критическую оценку другим. Сосуществуя в одном пространстве, мы, люди, испытываем немало эмоций к нашим партнерам по диалогу. Проблема в том, что, хотя и естественно, что каждый человек имеет свое мнение, не всегда возможно согласиться со всеми мнениями другой стороны, и это также вопрос наличия критического мышления. В частности, метод критики и метод выражения сильно различаются в зависимости от происхождения культуры каждого участника коммуникации.

Как видно из анализа, русские относительно прямо высказывают другим свою критику. В этом случае есть преимущество, что для тех, кто получил критику напрямую, сразу могут понять, как другой человек оценивает их и их поступки. С другой стороны, высказывая критическое мнение, японцы склонны выражать его косвенно.

Японцы также являются народом с укоренившейся культурой, которая избегает относительно прямых выражений, чтобы не задевать чувства другого человека. Как видно из результатов опроса, кажется, что то же самое происходит и с критическим отношением к другой стороне. Когда японцы передают критическую оценку другой стороне, то критика доходит через третье лицо, либо представители японской культуры делятся критическими выражением с другими, используя язык, который трудно распознать, как критическое выражение. Другими словами, трудно понять такие критические выражения, если вы не выросли в японской культурной среде, потому что это связано с тем, что в разговоре на японском языке необходимо чутко

воспринимать эмоциональные признаки другого человека исходя из его выбора языковых средств, косвенных методов выражения, мимики и жестов.

В Японии так же используется понятие «читать воздух (ку:ки во ёму)», истинное намерение слов другого человека должно быть прочитано и понято из атмосферы. Теперь предположим, что между собой общаются русские и японцы, употребляющие такие совершенно разные методы выражения. Допустим, русские передают другой стороне прямым способом выражения, укорененным в русской культуре, когда русские выражают критические мнения и чувства по отношению к японцам, наверное, японцы, которые не привыкли получать критику прямым способом, не смогут скрыть удивление, и обидятся. В некоторых случаях японцы могут принять грубых, по их мнению, россиян за варварский народ.

С другой стороны, допустим, японцы передают другой стороне косвенным способом выражения, укорененным в японской культуре, критического мнения и чувства в отношении русских. Естественно, японская культура «чтения воздуха» не укоренена в русской культуре, и расплывчатые японские косвенные выражения не воспринимаются русскими. Некоторые россияне, возможно, даже не в состоянии представить (заметить), что их критикуют.

Такого рода полярность способов выражения можно рассматривать как одно из отличий культуры, в которой мы жили до того времени.

В вопросе 3 оказалось, что оба народы предпочитают прямой способ выражения, когда они хвалят другого человека и передают ему положительное мнение. Автор, который исследует этот анализ различий, в реальной жизни живет в России, при этом являясь иностранцем. Он говорит, что он часто получает положительное мнение и комплименты прямым способом выражения от многих русских.

Наоборот, то же самое верно и для японцев. Хотя японцы предпочитают относительно косвенные выражения, кажется, что процент людей, которые прямо выражают свое положительное мнение, относительно высок. В

частности, японки склонны хвалить внешность другой стороны прямо. Помимо того, можно сказать, что есть относительно много японских мужчин, которые прямо говорят о хороших сторонах другого человека. В этом случае, кажется, что, и русские, и японцы, похожи, и предпочитают схожие выражения, однако есть некоторые моменты, о которых следует знать.

В зависимости от страны слова и здравый смысл, используемые при комплиментах, могут различаться. Например, японцы иногда хвалят иностранок за их «высокие» носы. Значение слова «высокий нос» также является словом, выражающим тоску по собеседнику, например «Какой красивый нос» и «Я тоже хочу такой же красивый нос, как у тебя». Однако некоторые иностранцы, услышав в свой адрес это слово, могут спросить, не высмеивает ли японец его. Один из советов заключается в том, что лучше при похвале не злоупотреблять оценкой внешних критериев, так как в разных культурах существуют свои критерии оценки и сравнения внешних данных, которые могут отличаться в точности до противоположного значения. Лучше хвалить хорошие внутренние качества, которые вы заметите во время общения с другим человеком, так как между странами нет большой разницы выражения и описания внутренних качеств, характеристики личности. Можно сказать, что прямое и позитивное общение о внутренних качествах справедливо и для общения между русскими и японцами.

В вопросе 4 проанализировали, какие проблемы возникают при работе и сотрудничестве между японцами и русскими. Поскольку в США работа часто ведется задачно-ориентированно, можно утверждать, что доверие к коллегам скорее подчеркивает «когнитивное доверие». Другими словами, на работе такие чувства, как дружба и уважение к пожилым людям, как правило, игнорируются.

А как же русские и японцы? Как очевидно из результата анкет, и у русских, и у японцев был несколько более высокий процент ответов «когнитивное доверие» в контексте работы и других формальных отношениях. В работе, видимо, они склонны предпочитать отношения, основанные на

выполнении задач, а не выстраивания эмоциональных связей с другими людьми.

Однако данные анкеты собирались среди представителей молодого поколения, и, поскольку не представилось возможности опросить большее количество людей, возможно результаты анкеты могут меняться в зависимости от возраста и поколения.

С другой стороны, большее количество японцев в сравнении с количеством русских подчеркивали эмоциональное доверие, то есть, японцы склонны к выстраиванию эмоциональных связей с людьми больше, чем к задачно-ориентированному поведению на работе и других формальных ситуациях.

Конечно, японцы проводят много времени, выпивая с коллегами после работы и проводя время вне работы с людьми с работы, поэтому можно сказать, что выстраивание отношений с людьми, с которыми совместно работаем, важны. В Японии существует жаргонное выражение «飲みニケーション」 (номиникэ:сён – общение во время совместного выпивания), что подчеркивает серьезное требование эмоционального расположения в рабочих и других формальных отношениях. И наоборот, если вы еще не создали близких эмоциональных отношений с японцами, то это должно восприниматься, как отсутствие доверия к вам.

Предположим, что российский бизнесмен должен выступить с презентацией перед президентом или руководителем японской компаний, чтобы выиграть контракт, связанный с сотрудничеством. Независимо от того, насколько хороши содержание презентации или бизнес-план и насколько это выгодно для японской компании, их может быть трудно сразу убедить в сотрудничестве, потому что еще не построено доверие в эмоциональных отношениях между русскими и японцами. Прежде чем начать бизнес с японским партнером, важно сначала построить доверительные отношения с ним, а затем обсудить содержание бизнеса, альянса, сотрудничества и т.д. Даже в таком аспекте могут быть существенные различия сознания между

этническими группами. Поэтому необходимо понимать, что есть большая разница между работой, ориентированной на выполнение задач, и работой, основанной на отношениях с людьми.

В вопросе 5 мы исследовали культурную разницу между русскими и японцами в том, следует ли делать акцент на «когнитивном доверии» или «эмоциональном доверии», когда речь идет о межличностном общении вне работы. В частных ситуациях было много ответов, в которых оба народа подчеркивали эмоциональное доверие. Однако это не означает, что у русских и японцев сразу получится подружиться друг с другом и построить хорошие отношения. Причина заключается в том, как очевидно, из результата **вопроса 8**, что обеим этническим группам требуется много времени, чтобы начать доверять собеседнику в общении. Можно сказать, что обе этнические группы являются народами, которые склонны относительно пассивно относиться к построению отношений с людьми.

Русским, в частности, требуется много времени, чтобы открыть свое сердце другому человеку, и если они не разговаривали какое-то время, их отношения быстро вернутся к исходной точке знакомства. Похожая ситуация складывается в общении у японцев. Но если вы потратите много времени, будете вести долгий и непрерывный диалог, русские откроют свои сердца, и вы обнаружите, что они очень светлые и дружелюбные люди.

С другой стороны, в Японии, где культура развивалась в основном в эпоху закрытости, японцы имеют уникальную реакцию и предубеждение в отношении людей, принадлежащих к другим культурам. Многие иностранцы могут критиковать японские ценности и поведение за дискриминацию в своих высказываниях. Однако, с другой стороны, японцы могут быть народом, который до сих пор не знает, как взаимодействовать с представителями других культур из-за их изолированного географического и исторического происхождения. Они не дискриминируют, но они просто не знают, как вмешиваться или говорить с людьми из других культур. Если мы сможем найти общий язык и будем долго продолжать общение, японцы, как и русские, смогут

открыть свои сердца и завязать дружеские крепкие отношения с людьми из других культур .

В вопросе 6 и 7 мы предприняли попытку показать идеологию, укоренившуюся в культурах и обществах обеих стран. Мы изучали разницу в сознании между японским народом, демократической нацией, уважающей свободу каждого, и русским народом, демократической нацией несовершенной.

В вопросе 6 оказалось, что многие русские и японцы думают, что общество их страны придерживаются идеологии иерархизма, а не эгалитаризма. Кроме того, из результатов анкетирования также видно, что процент россиян, ощущающих «иерархичность», выше, чем японцев.

Из результатов анализа ответов на вопрос 7, можно сделать вывод, что укоренение «иерархизма» является очевидным фактом в каждой стране, как в России, так и в Японии. Еще можно сказать, что число людей, чувствующих «эгалитаризм», относительно невелико в обеих культурах. Если взять японскую культуру в качестве примера, людям во многих странах хорошо известен факт, что общение основывается на культуре уважительного отношения к пожилому поколению. К тому же, в японском языке есть даже грамматические формы, которые должны использоваться в соответствии со статусом и возрастом говорящего, например, почтительные формы (敬語 *keigo*).

В японском обществе мало равных отношений, и много ситуаций, в которых нужно всегда подчиняться старшим. Можно сказать, что аналогичная тенденция наблюдается и в России. Понимается, что в России также существует культура уважения к пожилым людям. Как и японский, русский можно признать языком, грамматика которого меняется в зависимости от возраста и статуса собеседника, и в котором иногда используются грамматические и лексические средства, выражающие уважение. Однако, поскольку предпосылки, в которых укоренялась «иерархичность» обеих культур, различны, нельзя просто предполагать сходство восприятия русских и японцев и того, как «иерархичность» укоренялась. Так что необходимо понять разницу в историческом процессе.

В вопросе 9 мы хотели уточнить разницу между «индивидуальностью» и «коллективизмом» обоих народов. В межкультурной коммуникации необходимо общаться и вести дискуссии с людьми из других культур. По ходу разговора их мнения могут расходиться. В такой ситуации можно создать общее понимание с другой стороной, поняв суть мнения другой стороны и заставить ее правильно понять свое собственное мнение. Однако, в зависимости от этнической группы, одни люди ставят на первое место собственное мнение, тогда как другие отдают предпочтение мнению других.

Мы подозревали, что процесс принятия «решения» в этом разговоре может иметь что-то общее с культурой, к которой принадлежат люди. Как видно из результатов анкетирования, несмотря на то, что это очень тонкая разница, оказалось, что русские склонны придавать большее значение «своему мнению» при принятии решений, например, в групповой работе. Из этого можно сказать, что россияне независимы и уверены в своих суждениях. С другой стороны, при продолжении обсуждения может возникнуть проблема неуважения к мнению другой стороны, поскольку они ценят свое собственное мнение больше всего.

С другой стороны, японцы склонны ценить «мнения окружающих», а не «собственное». На первый взгляд японец может показаться кооперативным, но, наоборот, можно считать, что самостоятельность низкая и свое мнение не важно. Давайте предположим, что русские и японцы, у которых такие разные взгляды, ведут дискуссию по общему вопросу в групповой работе. Наверно, русские активно будут выдвигать и обосновывать свое мнение. В то время как, в диалоге с русскими японцы окажутся в ситуации, когда они слишком симпатизируют мнению другой стороны и не могут уверенно и открыто донести свою точку зрения. Вопрос не в том, какая точка зрения правильней, а в том, как представители той или иной культуры относятся к позиции высказывания мнения других членов команды. При этом важно понимать эти культурные различия и стремиться найти общий ответ, убедительный для обеих сторон, чтобы каждый мог активно выражать свое мнение и принимать мнение

другого. Как итог, мы сталкиваемся с необходимостью универсальной и благоприятной среды межкультурного общения.

В вопросе 10 мы выяснили различия и сходства в восприятии «времени», когда русские и японцы совместно приступают к проекту. Удивительно, но у обеих этнических групп мы обнаружили склонность к планированию времени с упором на гибкость.

Если следовать стереотипам, мы считали, что все японцы предпочитают действовать своевременно, по плану, но, видимо, современные японцы предпочитают реагировать гибко, по ситуации. Однако, когда две этнические группы, которые совместно работают над одним проектом, предпочитают гибкий график, вполне возможно, что проект не будет завершен к установленному сроку. Поэтому мы считаем необходимым определить примерный план и временные рамки в качестве ориентира в совместной работе.

В вопросе 11 мы исследовали случаи конфликта во время дискуссии. Когда мы участвуем в дискуссии с людьми, часто сталкиваемся с отсутствием взаимопонимания, что приводит к конфликтам. Культурные различия тоже часто являются причиной этого конфликта, потому что, в случае, когда появляется разногласия, есть этническая группа, которая склонна быть инициатором конфликта, и также этническая группа, которая старается избегать его.

Таким образом, мы провели анализ того, какую позицию в случае разногласий предпочитают занимать русские и японцы. И оказалось, что оба народа стремятся к сглаживанию конфликта. Однако, в этом случае, поскольку, несмотря на то, что обе стороны признают расхождения мнений, возможность решить причины разногласий мала, и этот факт не поможет решить проблему. Тогда, межкультурная коммуникация в правильном смысле не совершается между двумя народами, и заканчивается, не выходя за рамки коммуникабельного способа, который основывается на собственной культуре.

В вопросе 12 мы исследовали, как заканчивают обсуждения и подводят итоги русские и японцы. При проведении совместного проекта между людьми

из разных культур должен быть сделан окончательный вывод обсуждения, который заключить трудные дебаты, но при принятии решений часто сталкиваются с различиями, вызванными разницей культур. Например, когда японцы продолжают обсуждение, окончательное решение принимает команда, но, даже если русские обсуждают вопросы команды, кажется, что окончательное решение остается на усмотрение лидера. В этом случае, даже если вся команда придет к убедительному выводу, ответ или мера могут не быть приняты в зависимости от настроения лидера.

В межкультурной коммуникации не желательны решения, зависящие от намерений той или иной культуры, поэтому, приступая к обсуждению, необходимо уточнить сразу, принимается ли решение всеми членами команды или только лидером группы, эту позицию следует сохранять, и только так можно облегчить общение.

В вопросе 13 мы исследовали разницу образа мышления у русских и японцев во время дискуссии, если стоит необходимость убедить другую сторону в чем-либо. Результаты показывают, что большая часть опрошенных японцев склоняются к индуктивному мышлению. Здесь общие выводы делаются из закономерностей событий, наблюдаемых в реальном мире. Индуктивная культура имеет тенденцию больше сосредотачиваться на том «как», а не «почему». Русские, с другой стороны, могут захотеть понять «почему», стоящее за ними, прежде чем воплощать свои предложения и требования в действие. Конечно, большинство людей могут использовать как дедуктивное, так и индуктивное мышление. Однако на привычный образец мышления человека большое влияние оказывает образ мышления, который подчеркивается образовательной системой его культуры.

По этой причине при переубеждении японцев целесообразно соблюдать следующие моменты:

- эффективно донести свою претензию, сначала говоря по делу;

- тратьте время на представление введения примеров, инструментов и предстоящих шагов, а не на объяснение теории и концепций, лежащих в основе утверждения;

- перечислите другие конкретные примеры успеха;

- сосредоточьтесь на «как», а не на «почему».

С другой стороны, убеждая россиян, следует помнить о следующих моментах:

- прежде чем переходить к выводам и приводить примеры, объясните и докажите понятия, лежащие в основе вашей теории;

- выделите достаточно времени для вопросов и обсуждений основной концепции;

- показать основные принципы и активно приветствовать обсуждения от другой стороны;

- объясните не только «как», но и «почему».

То (содержание), что вы говорите, важно, когда вы хотите привлечь внимание другого человека или когда вы хотите передать информацию и убедить другого человека. Но то, как вы объясните это и как вы составите свое сообщение, имеет большое значение.

Таким образом, наблюдая за методами общения между русскими и японцами с культурной точки зрения, можно увидеть, что между ними существует большая культурная разница в сознании. В процессе коммуникации русские имеют следующие характеристики, такие как

- высокконтекстность;

- непосредственная, прямая передача как критики, так и положительной оценки;

- большая ценность когнитивного доверия на работе, а в личном общении – эмоционального;

- иерархизм на работе, в обществе и коммуникации;

- требуется много времени, чтобы начать доверять человеку;

- приоритет собственного мнения при принятии решений во время групповой работы;

- склонность к планированию времени с упором на гибкость;
- избегание конфликта при разногласиях с другими;
- окончательное решение остается на усмотрение лидера;
- дедуктивное умозаключение.

С другой стороны, японцы имеют следующие характеристики, такие как:

- высоконтекстность;
- косвенная, завуалированная передача критического мнения, а прямая, непосредственная передача – положительного;

- эмоциональное доверие на работе и в личном общении;
- иерархизм на работе, в обществе и коммуникации;
- большая ценность мнения окружающих при принятии решений во время групповой работы;

- склонность к планированию времени с упором на гибкость;
- избегание конфликта при разногласиях с другими;
- окончательное решение принимает команда;
- индуктивное умозаключение.

Понять на 100% культурные особенности других наций, конечно, сложно и, наверное, невозможно. Однако для беспрепятственного межкультурного общения с другой стороной необходимо приложить усилия, чтобы понять культурные особенности друг друга. В межкультурной коммуникации, преодолев барьеры различия и непонимания, можно создать новые отношения и ценности с другой стороной. Кроме того, в новом культурном пространстве, созданном вместе, отношение между двумя этническими группами становится еще крепче, и будет способствовать их дальнейшую расцветанию и развитию межкультурной коммуникации.

Целью межкультурной коммуникации должно быть создание условий для развития конструктивного диалога, равноценного по отношению к

представителям других культур. Для этого очень важным становится процесс межкультурной коммуникации.

Процесс межкультурной коммуникации – это специфический род деятельности, который предполагает знание иностранных языков, материальной и духовной культуры другого народа, религии, ценностей, нравственных установок, этикета, истории, мировоззренческих представлений и т.д., в совокупности определяющих модель поведения партнеров по коммуникации. Только сочетание этих двух видов знания – языка и культуры – обеспечивают эффективное и плодотворное общение.

Межкультурная коммуникация – это создание нового культурного пространства. Однако нам приходится понимать, что такое пространство имеет различные формы в системе межкультурной коммуникации. Давайте посмотрим пример 1 на рисунке 2 (Приложение В): культура А и культура В представляет собой культуру, в которой каждая этническая группа родилась и выросла. Ее можно назвать культурой, которой сформирована ваша личность и идентичность. Когда человек, принадлежащий к культуре А проводит коммуникацию с человеком, который из культуры В, большинство людей из культуры А думает как адаптироваться к культуре В, его образу жизни. Даже встречаются люди, которые пытаются контактировать с другими вербальными средствами их культуры. Если человек достаточно знаком с историей и культурным происхождением культуры В, он сможет без проблем общаться с людьми, принадлежащими к этой культуре.

Однако, к сожалению, нельзя сказать, что это совершенная форма межкультурной коммуникации. Это просто форма общения, основанная на культуре В. Пока человек из культуры В не пытается понять историю и происхождение культуры А, проведение эффективной межкультурной коммуникации между культурой А и В никогда не будет. Например, Россия известна как многонациональная страна, однако насколько многие славяне, понимая происхождение и историю других этнических групп, общаются с ними? Мы предполагаем, что не так много, поскольку многие малые

этнические группы в России по крайней мере говорят по-русски, они контактируют со славянами, используя вербальный способ, основанный на славянской культуре. Значит, дело в том, что сегодня славяне обмениваются информацией со многими этносами России, но процесс обмена информацией осуществляется способом общения, укорененным в русской культуре. Это не межкультурная коммуникация, а русская культурная коммуникация.

Так как же наладить межкультурную коммуникацию? Основываясь на предыдущей предпосылке, считается важными создать новую форму культурного пространства представителями обеих культур, в которой представители культуры А будут понимать культуру В, а представители культуры В – культуру А. Это новое культурное пространство может являться новой формой межкультурной коммуникации, что означает создание новой культурной ценности путем принятия различий друг друга.

Однако, хотя композиция кажется простой, создать это новое культурное пространство непросто, так как все давно привыкли к культуре, к которой принадлежат, и принять новую культуру становится сложным. Это совсем не значит, что переход к новой культуре означает отход от вашей собственной культуры. В этом смысле мы говорим о создании «второго лица» для участия в культуре, где межкультурная коммуникация осуществляется как субкультура, при этом имея культуру, в которой устанавливается идентичность.

Однако в стране, где культура, к которой мы принадлежим, укоренилась, можно сказать, что культурных пространств, где налажена такая межкультурная коммуникация, безусловно, мало. На самом деле необходимо ежедневно контактировать с иностранцами и этническими группами других культур, но, к сожалению, таких возможностей не так много. Тем не менее, если вы придерживаетесь своей собственной культуры, вам будет трудно внезапно реагировать, когда вам придется разговаривать с людьми из других культур. Если вы не умеете общаться с людьми из отличных культур, вам сложно создавать с ними новые культурные пространства и ценности.

Итак, как мы можем приобрести знания и должны действовать для общения с представителями разных культур? Мы считаем, что учреждения культуры или учреждения, осуществляющие культурную деятельность, играют важную роль в этом образовании. Можно считать, что, в частности, языковые центры, такие как Научно-образовательный центр, играют роль в предоставлении технологий многим в создании такого культурного пространства. Они обеспечивают нас культурными различиями и знаниями и поддерживают деятельность при временном переходе от культуры, к которой мы принадлежим, в межкультурное коммуникативное пространство. Иногда учреждения культуры вмешиваются, чтобы фактически создать пространство межкультурной коммуникации и предоставить услуги тем, кто его посещает. Помимо того, своей деятельностью, услугами, мероприятиями и проектами они демонстрируют создание межкультурного коммуникативного пространства. Благодаря этому их деятельность интегрирует посетителей и стимулирует интеллектуальное любопытство, создавая для нас возможность участвовать в межкультурном общении. Основываясь на понятия межкультурной коммуникации до этого, далее мы хотели бы упомянуть, какой деятельностью на самом деле занимается Японский центр и какую роль он играет в системе межкультурной коммуникации.

«Японский центр» – это научно-образовательный центр, где можно познакомиться с японской культурой и изучать японский язык. Деятельность японского центра заключается в воспитании новых творческих человеческих ресурсов, и воспитании субъекта, который может работать как представитель японской культуры. Фактически, Японский центр имеет значение не только как место для распространения японской культуры и обучения японскому языку, но и как место для межнационального общения, он выполняет не только функцию языкового центра, но и функцию технологии, стимулирующую к общению представителей разных наций. Однако, играя важную роль и обладая потенциалом в области межнационального общения, Японский центр еще не достиг желаемых результатов. Отсутствие значимых результатов в развитии

межнационального общения связано с клубными видами деятельности. Основываясь на этом, мы проанализировали по методике SWOT-анализа, какие технологии действительно необходимы Японскому центру для поддержки развития межнационального общения на сегодняшний день, а также его недостатки и повышение его значимости.

Результаты анализа представлены в таблице 1 ниже, из которых становится ясно, что причина невысоких результатов работы японского центра заключается в нескольких факторах:

Таблица 1 – Результаты SWOT-анализа деятельности НОЦ «Японский центр СФУ»

Сильные стороны	<ul style="list-style-type: none"> – возможность знакомства с японской культурой, языком, бытом и т.д.; – наличие высококвалифицированных специалистов в области японского языка и культуры; – наличие носителей языка; – наличие клубов по интересам: клуб-оригами, разговорный клуб; – участие и организация мероприятий городского уровня; – наличие постоянных посетителей и посетителей из разных слоев населения; – поддержка со стороны университета, администрации города и Посольства Японии в РФ; – организация учебных стажировок в Японии.
Слабые стороны	<ul style="list-style-type: none"> – неудачное местоположение; – небольшой штат сотрудников; – зависимость от администрации университета; – малый объем финансирования; – недостаточная активность в социальных сетях; – малое разнообразие клубов по интересам; – научная деятельность остаётся почти без внимания; – недостаточно информационного оборудования; – неудачное расположение; – слабое сотрудничество с другими учреждениями культуры.
Возможности	<ul style="list-style-type: none"> – популяризация японской поп-культуры; – создание проектов совместно с университетами и частными компаниями Японии; – участие в общероссийских и международных научных и культурных конференциях; – создание новых курсов, клубов по интересам, кружков; – проведение международного теста на знание японского языка (JLPT).

Окончание таблицы 1

Риски	<ul style="list-style-type: none">– текучка кадров;– политические отношения между Россией и Японией влияют на возможности Японского центра;– незаинтересованность в изучении японского языка и культуры;– малая мотивация преподавателей и студентов;– непредвиденные кризисы (например, мировая пандемия 2020).
-------	--

Есть некоторые проблемы с небольшим количеством клубных мероприятий. Как мы видели в предыдущем анализе, месторасположения Японского центра неудачно, так как располагается, если можно так сказать, на окраине города внутри университета. Если вы не студент этого университета, вероятно, это будет раздражать, потому что придется пройти непростой и неприятный процесс доступа. Это сокращает количество клиентов Японского центра. Если количество невелико, это может снизить мотивацию организатора, Японского центра.

Другая причина уменьшения клубной активности в том, что центре мало сотрудников, поэтому на одного человека приходится много обязанностей. А поскольку у многих людей есть и другая работа, помимо Японского центра, невозможно тратить много времени на клубную деятельность. Во многом эта проблема будет связана с низкими зарплатами и невысокой финансовой поддержкой. По этим причинам многие талантливые люди могут уйти в конкурирующую компанию.

Чтобы заинтересовать другие нации, Японскому центру нужен клуб, который соответствует потребностям постоянных посетителей и потенциальных клиентов. Например, использование таких технологий, как «инфотеймент», «эдьютеймент», «эксейпизм», предоставит посетителям в различных новых областях доступ к другим культурам и мировоззрением других наций. В таблице 2 мы представали возможное расширение клубной деятельности Японского центра в зависимости от технологий.

Таблица 2 – Формы технологий СКД

Критерии сравнения	Инфотеймент	Эдьютеймент	Эксейпизм
Понятие	мероприятие, во время которого информация воспринимается легче за счет развлекательной формы ее подачи.	мероприятие развлекающего и одновременно обучающего характера.	уход от реальности.
Сущность	ориентация на разговор с аудиторией как со своими хорошими приятелями без целей обучения.	Внедрение современных форм развлечения в образовательную систему.	организация деятельности в виртуальном мире, отличном от реального мира.
Разновидности	ток-тайм с носителями языка, мастер-классы по японской культуре, чайная церемония, музыкальный вечер, караоке-соревнование, выставки.	разговорный клуб японского языка, игровые лекции по японской школе для школьников, онлайн-лекция и встречи с студентами из Японии, викторина.	фестивали, включающие косплей, онлайн-игровые соревнования, парфومانс, выставки Кимоно, показ поп-культуры, продаж японской уличной еды, просмотр японского художественного кинематографа.
Функции	улучшение восприятия получаемых информации, привлечение внимание, разряжение обстановки.	предоставляет возможность самореализации и удовлетворения интеллектуальных потребностей.	предоставление индивиду свободы от социальных рамок и социального давления, стимул к раскрытию собственного потенциала

Участвуя в таких клубах и мероприятиях, посетители будут общаться с другими культурами, познакомятся с образом жизни других культур, нациями и этническими группами и их мировоззрением. В этот момент посетители на мгновение отвлекаются от повседневной жизни и связываются с другими нациями и миром. В этом новом пространстве они черпают вдохновение, а также знания и опыт. Они не только получают новые пути развития своей нации и культуры, а также могут создавать новые ценности и субкультуры. Кроме того, по мере формирования и становления среды для межнационального общения все больше и больше людей будут интересоваться несколькими языками. Такие языковые центры, как Японский центр, могут

привлечь много новых изучающих японский язык в результате такой деятельности, а также внесут значительный вклад в популярность японской культуры.

Значит, это соответствует воспитанию нового представителя японской культуры в результате клубной деятельности Японского центра. Иными словами, это означает воспитание новых потенциальных представителей других культур и других наций.

Понятно, что перспектива развития межкультурной коммуникационной среды и технологий в деятельности Японского центра также играет важную роль для города. С другой стороны, что можно сказать о перспективах развития отношений Японии и России в сфере межкультурной коммуникации на государственном уровне? До сегодняшнего дня было предпринято несколько попыток по развитию отношений между Россией и Японией с помощью культуротворческих технологий в сфере межкультурной коммуникации, но эти попытки были безуспешными. Другими словами на сегодняшний день не было принято никаких практических мер по содействию развитию, либо, обе страны, возможно, особо не были готовы решить эту проблему отношений.

Период с 2018 по 2019 год был важным для Японии и России, чтобы стать близкими друг другу. В этот период проходил комплекс мероприятий, объединенных названием «Год Японии в России», на которых предприятия, фирмы, компании, частные и государственные организации и обычные граждане обеих стран смогли продемонстрировать культуру, традиции и моду своей родной страны. Благодаря чему стали видны признаки популярности японской культуры в некоторых городах России.

Однако, к сожалению, не все попытки прошли успешно. Временно были установлены дружеские отношения между Россией и Японией, но из-за последствий экономических санкций в 2022 году уровень успеха в развитии отношений между двумя странами вернулся к нулю. Другими словами можно сказать, что отношения между Японией и Россией настолько хрупкие. Даже если оба народа желают дружбы между Россией и Японией, вмешательство

политических и экономических обстоятельств быстро уничтожает эту возможность.

Помимо того, даже если нет политического и экономического вмешательства, мы могли сразу устанавливать крепкие отношения, несмотря на то, что культурный и исторический фон обеих стран сильно различается? В первую очередь насколько хорошо японцы и русские вообще понимают культуру другой стороны? Фактически, в данном моменте 21 века, большинство японцев до сих пор имеют плохое впечатление о России, многие до сих пор признают Россию социалистической или диктаторской страной. С другой стороны, Япония у многих русских ассоциируется только с японской поп-культурой: аниме, японские машины, мода, музыка, косплей и т.д., и мало кто знает настоящую японскую культуру. То есть, у многих россиян также есть предвзятое представление о Японии.

Несмотря на то, что с момента принятия советско-японской декларации 1956 г. прошло много лет, причина, по которой до сих пор остается такая ситуация, в том, что обе культуры не только не понимают культуру друг друга, но и рассматривают решение подобных проблем с неправильной точки зрения. Этот неправильный подход часто возникает из непонимания культуры другой стороны. Создание среды для межкультурного общения и приобретения навыков между двумя странами будет играть важную роль в повышении взаимопониманий, но, когда обе стороны не имеют особого опыта и навыков в этой сфере, свободное использование технологии межкультурной коммуникации будет сложнее. Поэтому в такой ситуации кажется, что Японский центр будет играть большую роль.

Для развития отношений между двумя странами роль японского центра важная, но на самом деле как сотрудники Японского центра рассматривает этот вопрос? Кроме того, на основе развитии межкультурной коммуникации, какие перспективы между Россией и Японией они видят или хотели бы видеть? Мы задали следующие вопросы сотрудникам Японского центра, которые работают в разных городах.

Анкет о перспективах развития отношений между Россией и Японией с позиции сотрудников Японского центра:

1. Какие вы видели либо видите перспективы отношений между Россией и Японией?
2. Чего не хватает для развития отношений между Россией и Японией в рамках деятельности японского центра?
3. Как вы думаете, что нужно для улучшения развития деятельности японского центра?
4. Какие ивенты, услуги, мероприятия, проекты ваш Японский центр проводит? И какие из них успешно и неуспешно привлекают посетителей японского центра.
5. Какие проекты вы бы хотели реализовать в рамках деятельности японского центра, для создания среды между Россией и Японией?
6. Какие барьеры для перспективы развития отношений между Японией и Россией есть с вашей точки зрения?

На эту анкету ответили сотрудники Японского центра г. Красноярска, Новосибирска. Ответы на вопросы анкеты были следующими:

Таблица 3 – Ответы сотрудников японских центров на анкету

Номер вопроса	Ответы
1	<ul style="list-style-type: none">• Надеюсь, что между Россией и Японией будут крепкие дружеские отношения. На данный момент улучшение отношения между Россией и Японией приостанавливается, так как Япония поддержала экономические санкции. Так что нам придётся ещё долго восстанавливать дружеские отношения.• Ничего не изменится в перспективах. Студенты будут приезжать японские к нам, наши студенты и преподаватели будут ездить на стажировки, будем проводить онлайн-мероприятия и конференции, как раньше.• До 2022 года развитие отношений между Россией и Японией как будто обещали много, можно было надеяться на реализацию многих успешных проектов, разрешение спорных вопросов и т.д. Однако на сегодняшний день сложно говорить о каких-либо перспективах, с учетом введения санкций со стороны Японии, ответных действий со стороны России. Хотя малое количество проектов все еще находится в реализации, однако другое большинство было отменено, это касается как политических и экономических проектов, так и обычных образовательных программ обмена.

Продолжение таблицы 3

2	<ul style="list-style-type: none"> • В данный момент Японскому центру сложнее выполнять свою работу из-за отсутствия гостей из Японии. Если бы в университет смогли приезжать хотя бы студенты, это бы уже помогло начать восстанавливать дружеские связи.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Если бы в Японском центре появился ещё один сотрудник, мы смогли бы больше времени уделять рекламе и популяризации японской культуры в социальных сетях и проводить больше мероприятий для жителей города. • Нехватка сотрудников и связей с другими центрами, которые занимаются японским языком. • Отсутствие интереса с японской стороны к некоторым небольшим регионам России, где функционируют японские центры. В небольших регионах для иностранных инвесторов, в частности для японских, не виден большой экономический потенциал.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Японский центр проводит различные тематические праздники, лекции, мастер-классы, фестивали и т.д., посвящённые японской культуре. Фестиваль японского кино привлекает много зрителей, которые заинтересованы в изучении японского языка и культуры. • Самое успешное - бесплатные мероприятия городские, например в библиотеке, или в центре города, или выставки, или фестивали. После них многие новые студенты начали изучать японский язык в японском центре. С другой стороны, успешные - мероприятия со студентами университета, например день открытых дверей, или Новый год, или Хэллоуин. Это интересно и весело, и мы все равно будем делать, но так как там обычно приходят люди, которые про нас знают уже, новых студентов это не привлекает. • До начала пандемии были успешными мероприятия в школах, на которых мы проводили как мастер-классы по японской культуре, так и мини-уроки по японскому языку, что, несомненно, привлекало более молодых посетителей. Многие международные спортивные мероприятия, в которых сотрудники центра участвовали в качестве и переводчиков, и организаторов развлекательных площадок действительно хорошо нас рекламировали. В последние годы пандемии активно проводились онлайн-встречи российских студентов-японистов и слушателей курсов японского центра с японскими студентами, однако это мало привлекало новых клиентов.
5	<ul style="list-style-type: none"> • Необходимо проводить больше программ обмена, не только студенческих, но и спортивных, научных, культурных и т.д. • Мы бы очень хотели организовать короткие летние стажировки для окончивших курсы, в качестве итогового экзамена, чтобы слушатели прошли курс и поехали в Японию проверить свои знания на практике. • Организовать проведение международного экзамена японского языка в Красноярске.

Окончание таблицы 3

6	<ul style="list-style-type: none">• В данный момент - проблема санкций и закрытых границ.• Недостаток общения с посольством Японии в Москве, которое японскому центру не помогает.• Удаленность от столицы и, соответственно, от более крупных центров, что мешает более тесному контакту внутри России и сплоченности японских центров по реализации проектов. Есть чувство, что другие японские центры ощущают конкуренцию и не желают идти на контакт, приглашать к сотрудничеству и т.д. А если нет сплоченности между организациями внутри одной страны, то об успешном развитии отношений с внешним миром сложно говорить.
---	--

Как очевидно из их ответов, на данный момент сложно увидеть реальные перспективы улучшения отношений, и говорить о вероятности, что Россия и Япония будут смотреть в одном направлении, сложно. У России есть то, чего хочет Россия, а у Японии есть то, чего хочет Япония. То, что считается необходимым для улучшения отношений, – это непредвзятое отношение к другой культуре, но, можно сказать, важным становится создание общей цели между двумя странами.

Ранее считалось, что, объединив имеющиеся ресурсы России и Японии, можно создавать культурные мероприятия, продукты и услуги для внешнего спроса и разворачивать их не только в России и Японии, но и на мировом рынке. Однако, учитывая экономические санкции и текущую ситуацию в мире, многие сотрудники считают, что развития отношений между Японией и Россией на национальном уровне ожидать не приходится.

С другой стороны это не означает, что интерес к японской культуре в России исчез. По словам сотрудников, спрос на японскую культуру и языка не изменился даже после экономических санкций, и, похоже, они осознают, что и даже сегодня способны привлечь много посетителей. Японский центр должен продолжать поддерживать посетителей, не только чтобы они могли приобрести навыки межкультурной коммуникации для будущего развития между Японией и Россией, но и чтобы они выросли в новые творческие потенциальные человеческие ресурсы.

Тем не менее, финансовая поддержка активных японских центров, со стороны таких организаций, как университеты и посольства, необходима для их вспомогательной деятельности. В некоторых японских центрах низкая заработная плата привела к оттоку многих высококвалифицированных специалистов в компании и организации конкурентов, из-за постоянного дефицита кадров бывают ситуации, когда они не могут позволить себе тратить много время для культурной и рекламной деятельности. Помимо того, даже если у японского центра несколько идей активизации своей деятельности, часто также сталкивается с реальностью, что ничего нельзя добиться из-за отсутствия мотивации низкооплачиваемых сотрудников и невозможности получить бюджет для деятельности. Исходя из этого, считается, что финансовые реформы будут необходимы. Ожидается, что финансовая поддержка расширит спектр мероприятий и проектной деятельности, которые может осуществлять Японский центр.

Что мы можем сказать, обобщая мнения каждого сотрудника Японского центра, так это то, что сегодня каждый Японский центр должен сделать - привлекая много новых посетителей, воспитать их как представителей нового культурного пространства в системе межкультурной коммуникации. Если межкультурная коммуникация – это новое культурное пространство и среда, созданная путем преодоления культурных различий, то, чем сотрудники и посетители Японского центра должны заниматься – это создание культурной среды, к которой могут получить доступ многие потенциальные посетители, независимо от расы или возраста, и могут провести совместную деятельность. Можно сказать, что мероприятия японской культуры и сотрудничество с другими учреждениями культуры становятся необходимыми как инструмент, помогающий создать это пространство.

До сегодняшнего дня в России многие японские мероприятия и фестивали проводились в разных городах. Однако на самом деле это стало событием, на котором собираются поклонники аниме и поклонники косплея, и, хотя это радостное событие для существующих постоянных клиентов, оно не

смогло привлечь потенциальных клиентов. Также понятна попытка заставить людей понять культурные особенности посредством мероприятий, но это не имеет смысла, если не продвигаться к дальнейшему развитию отношений двух стран. Суть в том, что нам нужна среда, в которой существующие посетители и потенциальные клиенты могут сотрудничать в новой творческой деятельности с пониманием культурных особенностей другой стороны.

Мы считаем, что в этой новой культурной среде Японский центр может сыграть роль в поддержке круга общения в мультикультурном пространстве. Можно сказать, что создать новую культуру очень сложно, потому что это занимает много времени, но мы думаем, что создать такое культурное пространство, как субкультура, возможно. В первую очередь трудно отойти от культуры, к которой вы принадлежите, и перейти к новой культуре, и это не тот поступок, который следует поощрять, потому что это тоже акт культурной агрессии. Вместо этого, сохраняя собственную культурную идентичность, многие посетители должно иметь лицо представителя второй другой культуры в мире межкультурной коммуникации. Эта культура представляет собой новое культурное пространство, которое должно быть создано совместно между посетителями из разных фонов и которое охватывает разнообразие.

Таким образом, будущее японо-российских отношений на данный момент неопределенно, но сотрудники Японского центра очень надеются на будущее развития крепких отношений между двумя странами. Для будущего развития, необходимо уже начать готовиться к повышению качества человеческих ресурсов и технологий, которые станут инструментами развития, привлечению потенциальных посетителей, проникновению понимания особенностей японской культуры в Россию, развитию новых творческих человеческих ресурсов, приобретению навыков межкультурной коммуникации жителей для успешной адаптации в других культурных пространствах.

В качестве места для их реализации можно считать, что Японский центр ускорит подготовку к возрождению японо-российских отношений, активно продвигая мероприятия и проекты. Для этого необходимо приобрести

финансовые ресурсы для постоянного пополнения бюджета, и расширение сотрудничества с другими учреждениями культуры.

Сегодня очень трудно надеяться на развитие японо-российских отношений с политической точки зрения. Вместо того, чтобы ждать политических изменений, каждому из двух народов необходимо углубить свое понимание и интерес к культурам друг друга и попытаться создать новое культурное творческое пространство, сплавляющее культуры друг друга внутри своей страны. В результате, мы считаем, что это окажет значительное влияние на межкультурную коммуникативную среду. Если этот круг межкультурной коммуникационной среды будет расширяться, то, предполагается, что расширение нового культурного пространства, которое было небольшим, впоследствии окажет большое влияние на политический курс.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Это исследование преследовало несколько целей. Во-первых, изучить и углубить понимание определения межкультурной коммуникации, необходимой городским жителям для адаптации в поликультурном обществе.

В данном исследовании, изучая определения многих отечественных и зарубежных ученых, нам удалось по-новому определить смысл межкультурной коммуникации. И стало очевидно, что, чтобы жители города могли адаптироваться в мультикультурном обществе, специалисты и учреждения культуры должны обеспечить среду, в которой жители города могут реально контактировать с представителями разных культур, а не просто делиться знаниями о межкультурной коммуникации с жителями. Помимо того, такая среда является общим социальным пространством и новой культурной ценностью, которая создается по мере принятия всех наций и глубокого понимания культуры себя и другой стороны. Люди относительно неохотно относятся к новой среде, поэтому мы приходим к выводу, что объекты с большим количеством знаний и навыков межкультурной коммуникации, такие как Японский центр, должны способствовать созданию среды и поддержке общения.

Во-вторых, целью исследования является изучение возможности развития деятельности Японского центра за счет создания кросс-культурной коммуникационной среды и применения ее технологий.

В ходе исследования нам удалось проанализировать текущую ситуацию в Японском центре с помощью SWOT-анализа, прежде чем реализовать создание среды межкультурной коммуникации. Несмотря на то, что Японский центр обладает высоким потенциалом в роли инициатора развития межкультурной коммуникации, он еще не достиг желаемых результатов. Причин этому оказался несколько.

Причинами является малое количество клубных мероприятий, неудачное расположение, низкая финансовая поддержка деятельности, низкая мотивация

из-за нехватки человеческих ресурсов и отток талантливых людей из-за низкой заработной платы. Можно сказать, что причина, по которой Японский центр не активно продвигает создавать клубные мероприятия и среды для межкультурного общения, связана с отсутствием финансовой поддержки к Японскому центру.

Кроме того, нам удалось уточнить ресурсы и технологии, которые может использовать Японский центр в развитии межкультурной коммуникации. Это клубная деятельность и мероприятие с применением «инфотеймент», «эдыутеймент», «эксейпизм». Привлекая горожан участвовать в клубах и мероприятиях, использующих эти технологии, посетители будут общаться с другими культурами, познакомятся с образом жизни других культур, нациями и этническими группами и их мировоззрением. И стало очевидно, что проведение мероприятий играет роль соединения культур и способствует доступу посетителей к другим культурным пространствам и адаптации к ним. В этом новом пространстве они черпают вдохновение, а также знания и опыт. Они не только получают новые пути развития своей нации и культуры, а также могут создавать новые ценности и субкультуры.

Кроме того, будет сформирована среда для межнационального общения. В итоге, было подтверждено, что Японский центр может получить дальнейшее развитие в своей собственной деятельности и межкультурной коммуникации, решая задачи Японского центра и используя технологии.

Во третьих, цель этого исследования состоит в том, чтобы прояснить культурные различия в методах общения между Японией и Россией для будущих перспектив развития отношений.

В нашем исследовании мы приходим к выводу, что выяснение различий между двумя культурами даст возможность преодолеть барьеры межкультурного общения, что считалось трудным или невозможным. Поняв, является ли язык, используемый в собственной и другой культуре, языком низкоконтекстной или высококонтекстной культуры, если каждый понимает,

что не имеет представления о культурном происхождении другого, лучше продолжить разговор в среде низкоконтекстной культуры.

Кроме того, необходимо понимать культурные особенности другой стороны. Например, как показывают результаты нашего исследования, русские должны не только высказывать свое мнение, но также важным становится учитывать мнение другой стороны. С другой стороны японцы должны не только следовать мнению окружающих, но также важно озвучивать им свое мнение прямо. Упорядочивая утверждения и логику высказываний своей и другой сторон, поиск ответов, которые будут убедительными для обеих сторон, создает новые отношения и пространства с людьми из разных культур. Если мы сможем построить такие отношения взаимного доверия, мы сможем гибко реагировать на все ситуации, правильно подходя к конфликту мнений.

Новые отношения с кросс-культурным человеком, которые рождаются после познания своей и чужой культур, прохождения процесса анализа и принятия различия, станут возможностью для создания нового культурного пространства, включающего разные культуры. Новый мультикультурный круг дает нам возможность приблизиться к окончательному решению любого вопроса. С другой стороны, это лишь одна из моделей межкультурной коммуникации между русскими и японцами. Между другими этническими группами имеются другие культурные различия и разные подходы. Однако то, что можно сказать с уверенностью, для создания пространства межкультурной коммуникации необходимо понимать культурные различия друг друга в общении с любым кросс-культурным человеком (между любыми этническими группами).

На сегодняшний день пока что нет конкретного ответа на вопрос о способе межкультурной коммуникации. Вот почему важно принимать различия, создавать свои собственные модели межкультурной коммуникации и вместе подходить к развитию отношений и сосуществованию. В результате создание новой модели может реализовать будущее развитие отношений между Японией и Россией.

ГЛАВА 2. РОЛЬ ЯПОНСКОГО ЦЕНТРА В РАЗРАБОТКЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЛЯ СИСТЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1 Понятие социально-культурного проектирования

Как нам стоит рассматривать социально-культурное проектирование? Для начала следует разобраться, что понимается под словом «проект», обратившись к исследованиям различных ученых.

По определению РМВоК, проект – это «отдельное предприятие с определенными целями, часто включающими требования по времени, стоимости и качеству достигаемых результатов» [РМВоК, 2021]. По словам Фила Бэгьюли, проект – это «последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течение установленного ограниченного периода времени и направлены на достижение неповторимого, но в то же время определенного результата» [Бэгьюли, 2006].

Если мы обратимся к определению А. Г. Ивасенко, Я. И. Никоновой, М В. Каркавина, то увидим, что проект – «это ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы с изначально четко определенными целями, достижение которых определяет завершение проекта, с установленными требованиями к срокам, результатам, риску, рамкам расходования средств и ресурсов и к организационной структуре» [Ивасенко, Никонова, Каркавин, 2006].

По словам В. Н. Фунтов, проект – это «целенаправленная, ограниченная во времени деятельность, осуществляемая для удовлетворения конкретных потребностей при наличии внешних и внутренних ограничений и использовании ограниченных ресурсов» [Фунтов, 2011].

Каждое из этих понятий включает в себя различные и уникальные цели для реализации проекта. С другой стороны, реализация своей идеи и инновации

правда является ли это настоящим социально-культурным проектированием? На самом деле, лучше понимать, что идеи и инновации — это всего лишь инструменты для реализации проектной деятельности. Значение, которое мы вкладываем в «проект», - это деятельность для решения социальной и культурной проблемы ваших регионов, стран и т.д. Следует понимать, что процесс нахождения причины проблемы, визуализация проблемы (задачи), определение ресурсов, которые могут быть использованы, предложение и реализация мер и этот ряд деятельности должны быть особенно ориентированы на социально-культурное проектирование. Хотя это понятие и очень абстрактно и обширно, многие ученые дают его подробное определение.

Социально-культурное проектирование представляет собой комплекс науки и техники с инструментами разработки социологии культуры. Процесс социально-культурного проектирования – это процесс поиска различных средств решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов на основе анализа проблемы и выявления ее причины и характера. Кроме того, можно сказать, что это технология, которая выбирает наиболее подходящее решение после подбора вариантов средства и оформляет его в виде проекта [Ростова А.Т., Кириченко Н.С., 2018, С – 5].

По мнению Григорьевой Е.И. социально-культурное проектирование считается инновационной деятельностью, которая направлена на превращение идеи в конечный результат, имея определенную технологию [Григорьева, 2018]. И что такое определенная технология в этом смысле? А. П. Маркова объясняет это более подробно в своем определении. По ее словам социально-культурное проектирование – «это специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность. Сутью этой технологии является анализ проблемы, поиск причин их возникновения, разработка целей и задач, характеризованные желаемым состоянием объекта, и разработке путей и средств достижения поставленных целей» [Маркова, 2009]. В базе социально-культурного проектирования, несомненно, есть сознание к социальной и культурной проблеме. Можно сказать, что социально-культурное

проектирование является деятельностью, которая пытается преобразить социально-культурную жизнь человека. Такое преобразование всегда требуется обществом. Ключевой вопрос заключается в том, какие инновации могут быть реализованы в социальных и культурных вопросах.

Однако единственное, о чем следует помнить, — относиться к проектной деятельности как к источнику инноваций. По словам Нонаки Икудзи, инновация — это процесс, имеющий социальные последствия, причем не только в технической сфере [Nonaka I., 2007, с. 60]. Сегодня такие процессы создаются в разных местах компаниями и общественными организациями. Кроме того, считается, что основой создания инновации является интеллектуальное творчество. Интеллектуальное творчество можно условно разделить на две категории: неявные знания и явные знания. Неявное знание определяется как «знание субъективного и физического опыта, которое трудно выразить языком или предложениями» [Nonaka I., 2007, с. 65]. Одним словом, интуиция и вдохновение. Явное знание, с другой стороны, определяется как «общие слова и логика, не зависящие от конкретного контекста» [там же]. Проще говоря, теоретическая модель, инструкция и т.д. Таким образом, проходя через процессы «социализации», «экстернализации», «комбинации» и «интернализации», интеллектуальное творчество представляет собой цикл, который имеет функцию передачи неявного знания и явного знания, перехода неявного знания к явному знанию и наоборот. Основываясь на этом, значение инноваций заключается в том, чтобы направлять социальные изменения посредством интеллектуального творчества и «создание хорошего будущего». Нонака Икудзи определяет интеллектуального творчества здесь как «динамический процесс, который социально оправдывает веру человека в истину» [Nonaka I., 2007, с. 68]. Другими словами, проектную деятельность и инновации можно рассматривать как отдельные вещи. Важно заставить их взаимно работать должным образом и найти решение.

Специалисты, принадлежащие работе социально-культурного проектирования, должны играть роль консультанта, который понимает, что

надо делать для решения фундаментальных задач. Помимо того, эта деятельность социально-культурного проектирования важна не только для учреждения культуры, но и для работы правительств, компаний и различных организаций. И конечно также считается, что социально-культурное проектирование тесно касается с деятельностью Японского центра.

Когда рассматриваем социально-культурное проектирование в рамках деятельности НОЦ «Японский центр СФУ», одной из основных задач социально-культурного проектирования является вовлечение жителей Красноярска и Красноярского края в общественно-полезную социальную деятельность, что в дальнейшем дает возможность, экспериментировать, реализовывать свои идеи, развивать нестандартное мышление и самоопределяться в дальнейшей профессиональной деятельности. Те, которые участвуют в проектной деятельности, учатся действовать в соответствии с задуманной идеей, поставленной целью и задачами, которые необходимо реализовать. Также им приходится искать способы реализации собственного проекта, анализировать полученные результаты, работать над перспективами развития своей идеи, выстраивать программу саморазвития и самообразования.

Социально-культурное проектирование — это инновационная деятельность, направленная на окончательное преобразование своих идей в услуги или продукты с использованием определенных технологий. Эта деятельность может быть эффективно использована во всех областях. Часто кажется, что это социально-культурное проектирование будет разрабатываться и использоваться учреждениями культуры, но следует понимать, что его должны использовать все учреждения, а не только учреждения культуры. В настоящее время развитие социальной культуры настолько важно, что компании, университеты и другие учреждения также придают этому значение. Социально-культурное проектирование также является деятельностью, создающей новую ценность. Кроме того, эту деятельность, в которой сам проект является инновационным, можно рассматривать как неизбежно не

только стимулирующую интерес молодых людей к творчеству и общественной деятельности, но и побуждающую к доступу к их инновационной деятельности.

В социально-культурной деятельности необходимо не только обеспечить среду, в которой объекты, продвигающие каждый проект, создают инновационные возможности, но и обучать посетителей, чтобы они могли реализовать свои идеи в будущем. Ожидается, что эта инновационная идея сыграет важную роль в среде, где собираются люди из разных культур, например, в межкультурном пространстве. Понятно, что люди с разной историей и бэкграундом не только стимулируют ценности друг друга, но и создают новые инновации, сосуществуя в пространстве одного проекта. Японский центр, являющийся предметом данного исследования, является учреждением, которое может предоставить для этого возможность.

Когда мы рассматриваем социальные и культурные задачи Красноярска с точки зрения социально-культурного проектирования, имея в виду предназначение НОЦ «Японский центр СФУ», мы пытаемся раскрыть социальные и культурные проблемы в городе Красноярска. Для раскрытия проблем мы собрали мнения 20 человек, в их числе жители Красноярска, иностранцы, сотрудники японских центров разных городов России. Результаты анкет показаны в таблице Г.1 (Приложение Г).

Из таблицы Г.1 очевидно, что на сегодняшний день в Красноярске существуют различные социальные и культурные проблемы по разным категориям. Было бы сложно решить все эти проблемы одним проектом. Однако важно, чтобы эффект от одного проекта постепенно распространялся, и, в результате, он становился триггером для решения многих проблем.

Основываясь на этих социальных и культурных проблемах, решая задачи, мы посчитали необходимым иметь такой городской дизайн, который способствовал бы развитию межкультурной коммуникации. Во-первых, среда становится очень важными для развития межкультурной коммуникации в Красноярске. Во-вторых, человеческий ресурс станет критерием оценки готовности такой среды. Однако, даже если Японский центр подготовил среду

и образование для межкультурной коммуникации, размер аудитории, которая пользуется услугами и мероприятиями Японского центра, невелик, и крайне маловероятно, что деятельность Японского центра будет способствовать большому изменению города и даст большой эффект. К тому же не каждый житель Красноярска хочет такие перемены. Следовательно, важно в первую очередь решить социальные проблемы, что требуется от жителей Красноярска, и в процессе проектной деятельности социально-культурного проектирования для города, мы задались вопросом, может ли НОЦ «Японский центр СФУ» сыграть какую-нибудь свою весомую роль. Поэтому рассматриваемые нами направления проектной деятельности — создание креативных кластеров городская и ИТ-реформа как внешний фактор.

Прежде чем объяснять конкретно суть проекта, мы хотели бы дать некоторые определения того, что такое «креативный кластер» и «ИТ-реформа». Креативный кластер – это место, где есть искусство, театр, музыка, танцы, кино, образование, конференции, библиотека, рестораны и бары для «творения, роста, общения, отдыха, присоединения, исследования, вдохновения, покупок, игр, есть, открывать, смотреть, думать и так далее. По словам Гончарик А., креативный кластер – «особое место, несколько предприятий, фирм, мастерских, офисов, объединенных в общем пространстве и занятых в секторе творческих индустрий. В кластере возникает общая, специфичная, открытая творческая среда для коммуникации и сотрудничества, формируются новые сети взаимоотношений как альтернативу социальному капиталу, на основе которых происходит обмен идеями. Главной чертой творческих кластеров является общая атмосфера творчества и бизнеса, способствующая производству творческого продукта» [Гончарик, 2009].

И также, по словам Хакимовой Е. Р., креативный кластер – «совокупный комплекс, который включает в себя учреждение культуры, некоммерческие предприятия, арт-центр, научные и медиа-центр и т.д.. Внутри этого комплекса не просто продукты производятся, но и активно потребляются. Другими словами креативный кластер – это действительно место, где цикл производства,

продажа и покупки. Креативные кластеры отличаются от культурных институций тем, что не требуют в качестве основы исследовательского центра» [Хакимова, 2013]. То есть, это означает, что любой может получить доступ к креативному кластеру, и любой может быть субъектом (резидентом) для креативной индивидуальной деятельности. Кроме того, креативный кластер не только способствует деятельностью каждого индивида, с их помощью можно оценить потенциал инновационного развития вашего региона, они являются индикатором развития творческого потенциала [Хакимова, 2013].

Помимо того, по словам Суховской Д.Н., креативные кластеры также «становятся местом отдыха, рекреации, коммуникации и взаимодействия горожан и туристов. И развивающиеся в регионе креативные кластеры способствуют появлению новых рабочих мест для молодежи, разработку инфраструктуры и инновационных творческих возможностей, благоустройству городской среды, притоку туристов» [Суховская, 2016].

В концепции креативной среды Ч. Лэндра говорится, что креативный кластер очень важен для создания и развития креативной среды. Можно сказать, что креативные кластеры играют роль в изменении окружающей среды [Хакимова, 2013]. Целью креативного кластера является создание результатов творческого труда, а также их последующую реализацию. Организация окружающей среды создает условия для развития культурного потенциала и талантливой молодежи. Окружающая среда стимулирует их креативную деятельность и приводит к реализации творчества. То есть, по словам Костенко А.И., в результате улучшение среды означает создание будущего творческого потенциала. В частности, креативный кластер эффективен как единица с производственными аспектами и сетевыми функциями для развития творческого потенциала [Костенко, 2016].

Когда приходит понимание сути креативного кластера, появляется причина, почему мы так обращаем внимание на креативный кластер в части городской реформы. Это потому что кластеры имеют эффект, который способствует конкурентной среде для определенного региона. Такой эффект

приведет к развитию бизнеса рядом с территорией кластера, а не только бизнеса внутри кластера. Из этого ожидается, что количество туристов и жителей увеличится, а также ожидается рост среднего дохода внутри и за пределами кластера. По мере роста населения общество вокруг кластера, естественно, будет становиться более популярным, но, с другой стороны, по мере увеличения доступных средств все больше людей будут пытаться использовать средства, чтобы стать «уникальными». Считается, что такой подход к «уникальности» стимулирует желание и потенциал людей к творчеству. Это возможно увеличит количество людей, пытающихся создать новые кластеры, и мы можем ожидать, что креативное воздействие распространится по всему городу. В результате креативные кластеры приведут к росту ВВП, увеличению доходов бюджета и процветанию местной экономики.

С другой стороны, для развития города необходимо не только решение социокультурных проблем, но и развитие самой экономики города. Однако экономического развития Красноярска в настоящее время, к сожалению, не наблюдается. Город продвинулся вперед благодаря экспорту алюминия и развитию заводов, но реальность такова, что других сильных сторон у города нет. Кроме того, можно сказать, что туристическая отрасль не достигла желаемых результатов из-за плохой экологии и холодного климата, свойственного Сибири. Проще говоря, Красноярск можно назвать экономической моделью, специализирующейся на внутреннем спросе, которая не смогла привлечь иностранный капитал. Факторы, лежащие в основе развития этой экономической модели внутреннего спроса, как правило, пропорциональны росту численности населения, но, к сожалению, население малочисленно, а ресурсов, чтобы быть сильным, в Красноярске нет, большого развития ожидать не приходится на данном моменте. Вот почему мы должны думать, что необходимо преобразовать город в экономическую модель, специализирующуюся на внешнем спросе. В деятельности по преобразованию экономической модели Японский центр также может сыграть роль: поделиться

примерами и стратегиями городов Японии или всего мира, которые действительно преуспели в региональном возрождении.

Кроме того, выступая в качестве посредника, Японский центр сможет сыграть роль в налаживании связи между зарубежными экспертами в каждой области и администрацией Красноярска. Например, в Осаке, Япония, были реализованы среднесрочные и долгосрочные стратегии, такие как привлечение иностранных компаний за счет снижения корпоративного налога и смягчения юридических ограничений для иностранных компаний. В результате, сегодняшняя Осака начала превращаться в самый глобальный город в Японии. Увеличение числа многонациональных компаний трансформируется в общество, которое не только повышает конкурентоспособность отечественных и иностранных компаний, но и поощряет смелые вызовы молодого поколения в сфере бизнеса. Мы также считаем, что это будет не только стимулировать ликвидность города, но и трансформировать структуру промышленности. И дополнительный бюджет, заработанный по этому полюсу, можно реинвестировать в другие районы и объекты города.

Прежде всего, аспект внешнего спроса города имеет большую отдачу для инвесторов в каждой стране, и в результате мы считаем, что можем привлечь большое количество иностранных инвесторов. В этом случае такое учреждение, как Японский центр, может сыграть посредническую роль в содействии их переговорам. Кроме того, мы считаем, что Японский центр может заранее провести лекции о культурных различиях для обеих сторон, совершающих сделки, и это позволит укрепить общее понимание обеих сторон.

В социально-культурном проектировании проекты, нацеленные на такую концепцию, очень грандиозны, и дизайнеру проекта сложно реализовать новаторство самому. Однако в этом социально-культурном проектировании конечным результатом является создание среды, которая может реализовать развитие ИТ-реформа города и создание креативного кластера. Именно поэтому необходимо найти аспекты, которые могут стать основой сотрудничества, а не пытаться реализовать проект силами одного дизайнера.

Как утверждает Аронов А. А., «продуктивное проектирование среды возможно только при взаимодействии двух сторон — дизайнера и правительственной организации» [Аронов, 2011], в проектах городского развития также важно, насколько государственные органы финансово готовы развиваться в направлении социально-культурного развития. Основываясь на этой предпосылке, мы хотели бы подробно остановиться на фактических деталях проекта в следующей главе.

2.2 Проектное решение «Инициативный проект «JC Project»

Мы считаем, что окружающая среда и человеческие ресурсы являются важными факторами в развитии систем межкультурной коммуникации. И, можно сказать, предпосылка роста человеческих ресурсов всегда требует развития инфраструктуры, которая воспитает их потенциал. Однако в настоящее время, даже если есть Японский центр, который может предоставить технологии межкультурной коммуникации, реальность такова, что технологии не предоставляются жителям или не требуются от жителей города в достаточной степени. Это связано с тем, что случаев, когда для жизни в Красноярске требуется межкультурное общение, очень мало. Кроме того, существует реальность, в которой жители мало интересуются другими культурами и мало знают о них. Однако цель Японского культурного центра – популяризация японской культуры в Красноярске – считается сложной темой для жителей Красноярска, имеющих свою культуру, потому что им не так легко представить сосуществование с другой культурой.

Проникновение других культур требует длительного процесса. Либо, если в жизни не возникнет ситуации, принуждающей к принятию других культур, маловероятно, что большинство жителей будут добровольно активно участвовать в коммуникации с другими культурами. Так что, на сегодняшний день не так много проектной деятельности, которая может сделать Японский культурный центр для развития межкультурной коммуникации в г. Красноярске.

Мы пытались рассматривать с другой точки зрения, что нужно делать для развития межкультурной коммуникаций, и обратили внимание на то, почему миграция иностранцев и других этнических групп невелика в Красноярске. В ходе исследования стали очевидны непривлекательные для иностранцев условия города, ситуация, когда межкультурная коммуникация не распространяется, социальные проблемы г. Красноярска. Считается, что инновационная деятельность, которая может решить эти проблемы, создает новые городские формы и отрасли. Преобразование в новый город привело к увеличению числа иностранных жителей и предприятий. Это означает преобразование в общество, которое неизбежно требует навыков межкультурного общения. Среди них мы подумали, что Японский центр мог бы сыграть роль посредника в общении между г. Красноярском и иностранными компаниями и иностранцами, а также роль создания среды (пространства), в которой жители и иностранцы могут работать вместе. Создавая эту среду в сотрудничестве с правительством, Японским центром и дизайнерами, мы думали, что среда будет способствовать новому процветанию в городе и новым культурным творческим человеческим ресурсам и потенциалам. И глобализация, и диверсификация городов неминуемо повлияют на развитие межкультурной коммуникации г. Красноярска.

Перед реализацией социально-культурного проектирования мы проводили исследование в несколько этапов:

1-ый этап исследования: сбор и анализ научной литературы, анализ социально-культурных проблем г. Красноярска и причин их возникновения;

2-ой этап исследования: визуализация задач, основываясь на проблемах. Поиск и изучение доступных технологий и инноваций для решения задач. Предложение наиболее эффективных мер для решения задач;

3-ий этап исследования: Формирование выводов по итогам проведенного исследования.

Название проекта: Инициативный проект «JC Project»

Сфера проектирования: Культурно-досуговой деятельности.

Актуальность:

Влияние, которое Японский центр оказывает на развитие межкультурной коммуникации в городах своими силами, может быть ограниченным. Помимо деятельности Японского центра, мы считали, что развитие межкультурной коммуникации требует усилий и сотрудничества других учреждений культуры и проектов. С другой стороны, если мы хотим преобразований в системе межкультурной коммуникации в рамках социально-культурного проектирования, нам необходимо проектировать новую концептуальную стратегию для города, используя исследование и анализ проблем и задач Красноярска, доступные ресурсы и идеи, а не только для выполнения цели Японского центра.

Если бы Японский центр взял на себя инициативу в этих подходах, то можно было бы продвигать новую среду для межкультурного общения в городе. Когда мы рассматривали цель Японского центра и социальную проблему Красноярска, мы думаем, что для одновременного достижения творческого развития города и развития межкультурной коммуникации необходим новый подход, которого еще нет в Красноярске, создание творческих кластеров будет первым шагом решать эти проблемы и достижения целей.

С другой стороны, понятно, что не только проектировщик, но и государственная поддержка необходимы для разработки кластеров и креативных индустрий, и для Японского центра как проектировщика важным становится возможность привлечения интереса государственных органов к проекту после проектирования идей новой кросс-культурной коммуникационной среды и креативной концепции города. На данный момент, хотя Красноярск и имеет потенциал как туристическое направление, вместе с тем существуют и такие проблемы, как замедление роста населения, замедление экономического развития, плохое обеспечение безопасности, отток человеческих ресурсов, низкая средняя заработная плата и этнические проблемы. В будущем развитие городов и социально-культурной деятельности

потребуется мер по решению этих проблем, и, исходя из этих проблем, считается, что триггером этих проблем станут креативные кластеры.

Развитие креативных кластеров может оказать существенное влияние на экономическую и творческую стороны жизни жителей города, и это непосредственно приведет к развитию человеческих ресурсов (например, художников и других творческих людей), активизации социально-культурной деятельности молодежи, формированию культурного пространства, притоку потенциальных человеческих ресурсов в город, активизации деятельности других учреждений культуры, активизации существующего и возникновению нового бизнеса в городе, повышению интереса инвесторов, и привлечению иностранных компаний. Это еще косвенно приведет к росту населения, появлению новых талантов, сохранению идентичности города, активизации социально-культурной деятельности, экономическому развитию и финансовой марже города. По этой причине необходимо, чтобы Японский центр создал креативный кластер, который будет иметь такие функции, как новые культурные и творческие пространства и многофункциональный центр в городе.

С помощью проекта мы можем решить следующие **проблемы**:

- Проблема дискриминационного мышления человека в отношении определенной культуры;
- Проблема отсутствия развития межрегиональных и международных культурных связей в целях дальнейшей интеграции Красноярского края в культурное пространство;
- Проблема отсутствия культурных объектов и мероприятий, способствующих развитию межкультурного взаимодействия;
- Проблема отсутствия образования и воспитания о межкультурной коммуникации;
- Проблема оттока талантливых художников и предпринимателей.

Помимо того, в этой части рассматриваются социально-культурные проблемы повседневной жизни г. Красноярска. Для более понятной демонстрации результатов мы разделили их на несколько категорий, которые

отображены в таблице Г.1 (Приложение Г).

Приоритетные направления проектирования:

- Поле жизнедеятельности: художественная, социально-психологическая и духовно-нравственная среда обитания.
- Сфера жизнедеятельности человека: образовательная, производственная, досугово-рекреационная и информационная.

Аудитория проекта: Все жители г. Красноярска, иммигранты, учреждения культуры г. Красноярска и коммерческие компании со всего мира и внутри России.

Особенности аудитории:

- Высокая потребность в межкультурной общении;
- Потребность к саморазвитию и самотворчеству;
- Любознательный и открытый новому;
- Активность к самодеятельности, энергичность;
- Неудовлетворенность текущей ситуацией;
- Социальная принадлежность.

Основная идея:

Мы предполагали, что внедрение многофункционального центра, такого как Креативный кластер, может создать новую творческую среду и стать катализатором развития среды межкультурной коммуникации в городе. Креативный кластер призван развивать творческий потенциал жителей города и увеличивать количество новых уникальных талантов.

На сегодняшний день в Красноярске много этнических групп и иностранцев, но нынешняя ситуация такова, что они не сосуществуют с жителями города из-за отсутствия понимания между ними. Поэтому мы подумали, что создание пространства, к которому иностранцы и горожане могли бы свободно получить доступ, наладит общение между ними и создаст новые общие культурные ценности при понимании культурных особенностей друг друга.

Японский центр может способствовать развитию и распространению среды для межкультурного общения в городе путем комплексного проектирования создания среды и предоставления технологий межкультурного общения. Продолжая этот проект систематически, мы ожидаем появления интереса к решению социальных проблем города, стимулирование предпринимательской и деловой активности, формирование творческих талантов, развитие туризма, возникновение новых видов досуга и индустрии.

Цель:

Создание креативного кластера с многонациональными культурными и языковыми центрами.

Миссия:

Создание среды межкультурной коммуникации и обеспечение её технологиями при социально-культурном проектировании с помощью Японского центра.

Задачи:

1. Провести мероприятия и фестивали Японского центра для привлечения интереса жителей к другим культурам;
2. Создать языковой центр в кластере и коммуникативное пространство, в котором посетители могут освоить навык межкультурной коммуникации;
3. Воспитать креативные человеческие ресурсы в качестве представителей новой межкультурной коммуникации в кластере и в городе, поддерживая их потенциал;
4. Обеспечить посещающим и резидентам рабочие и досуговые места для саморазвития творческого потенциала и технологий межкультурной коммуникации;

Форма реализации проекта: Креативный кластер с полиязыковым и культурным центрами.

Содержание проекта:

В целях реализации межкультурной коммуникативной среды в г. Красноярске НОЦ «Японский центр СФУ» возьмет на себя инициативу по

созданию креативного кластера с функциями полиязычного и культурного центра. На создание креативного кластера нужно потратить около года. Мы считаем, что креативные кластеры имеют значение как новое культурное пространство города. Креативный кластер – это центр творчества, где многие художники, музыканты, предприниматели и т.д. могут реализовать свою творческую деятельность.

С другой стороны, это новый объект досуга жителей города и место, где активно осуществляется потребительская деятельность. А введение в такой кластер многоязычного и культурного центра даст людям новые ценности и вдохновение через творчество, традиции, культуру, мысли, идеи, искусство и вещи. Кроме того, будет сформировано новое культурное пространство, в котором сосуществуют несколько наций. Это не только вдохновит творческие таланты в городе, но и побудит людей к созданию межкультурной коммуникационной среды, распространению знаний и приобретению навыков. Целью создания такого креативного кластера является содействие проникновению и расширению системы межкультурной коммуникации в городе.

Проект будет возглавляться Японским центром и теми учреждениями, которые согласны с его идеями для выполнения всех необходимых процессов, кроме развития инфраструктуры.

Основное содержание проекта: формирование команды, позиционирование, анализ рынка, планирование, поиск спонсора, рекламная деятельность, поиск источника финансирования, поиск доступных ресурсов, оформление документов, снижение рисков, привлечение резидентов, открытие кластера, проведение различных тематических мероприятий, фестивалей, клубов, управление креативным кластером.

После создания кластера основными направлениями деятельности Японского центра станут: управление всеми мероприятиями и самим кластером для развития межкультурной коммуникации, воспитание знаний и навыков межкультурной коммуникации у посетителей и резидентов, а также роль

посредника для различных видов деятельности. Стимулируя интеллектуальное любопытство и творчество жителей города, японский центр и креативный кластер поощряет уникальные культурные ценности и пространства, развитие новых творческих человеческих ресурсов и уникальную деятельность.

В результате создать межкультурную коммуникационную среду в городе, а также, кроме того, одной из целей Японского центра является создание человеческих ресурсов, которые могут подойти к развитию отношений между странами, таких как японо-российские отношения, со всех сторон.

Направление деятельности:

- Образование и просвещение межкультурной коммуникации;
- Управление креативным кластером;
- Клубная и рекреационная деятельность.

Содержание деятельности:

Японский центр будет работать над развитием и созданием межкультурной коммуникационной среды в городе. Его подробная деятельность включает образовательную и просветительскую деятельность посредством лекций и мастер-классов, клубную деятельность, такую как проведение мероприятий и фестивалей, а также рекреационная деятельность. И создание, и управление креативным кластером, осуществляющим эту деятельность.

Зачем нужен творческий кластер с функцией языкового и культурного центра? Ведь в развитии межкультурной коммуникации людям необходимо расти как представителям новых культурных пространств. Для этого необходимы не только просвещение и образование, но и среда, в которой каждый человек может постоянно развивать свой творческий потенциал, и пространство, где он всегда может общаться со многими народами, а в г. Красноярске такого места еще нет. Поэтому необходимо создать креативный кластер с языковой и поликультурной функциями.

Основное содержание деятельности: проведение мероприятий на различные культурные темы, проведение языковых клубов и курсов, лекций,

мастер-классов, выставок, ярмарок, аренды пространства. Межкультурная коммуникация необходима для создания нового культурного пространства между разными расами, но это еще не все. В кластере посетители могут найти общие части, таких как хобби, досуг, отдых, произведения искусства, мысли и философские идеи. Небольшой круг людей, родившихся там, может привести к созданию нового культурного пространства.

Межкультурная коммуникация – это технология плавного общения, позволяющая не упустить эти возможности. Японский центр управляет кластером, проводя мероприятия, клубы, фестивали, досуг, образование и просвещение, помогая создавать большие возможности для всех посещающих и резидентов. Также есть такие виды деятельности, как подготовка необходимых документов для резидента, выполнение функций посредника для связи иностранных делегаций с городскими учреждениями, перевод.

В частности, функции Японского центра и творческого кластера заключаются в следующем.

Таблица 4 – Функции креативного кластера и Японского центра в нем

Функция самого креативного кластера	Функция японского центра в креативном кластере
<p>Роль центра межкультурной коммуникации как среды города; Содействие активизации коммуникационного обмена для установления правильного понимания культуры между жителями и различными этническими группами; Предоставление базы для творческой деятельности молодежи города; Содействие развитию городской творческой деятельности; Предоставление мест стартапов для предпринимателей; Способствовать активизации бизнеса, искусства, культуры и творчества внутри и за пределами кластера; Предоставление места для мероприятий и галерей; Предоставление нового досуга горожанам;</p>	<p>Управление кластером; Проведение рекламной деятельности кластера; Создание среды межкультурной коммуникации и ее предоставление технологий; Роль посредника в сотрудничестве между различными учреждениями культуры, организациями, предприятиями т.д; Роль помощи для бесперебойной деятельности резидента; Просвещение для понимания различных культур путем проведения японских культурных мероприятий и лекций; Деятельность по привлечению мероприятий, организаций, различных компаний; Роль переводчика; Роль посредника между иностранными делегациями и административными органами Красноярска.</p>

Окончание таблицы 4

<p>Поддержка активизации деятельности учреждений культуры: лекции, мастер-классы; Роль новой туристической достопримечательности в городе; Продажа товаров и услуг, активизация потребительской деятельности; Повышение безопасности в районе расположения кластера за счет экономического влияния кластера; Содействовать сотрудничеству различных учреждений культуры города; Привлечение различных бизнесов и предпринимателей; Способствовать росту населения внутри и за пределами кластера; Создавать новый творческий потенциал в городе; Создавать ценности для неиспользуемых зданий.</p>	<p>Организация волонтерского клуба; Содействие развитию городских языковых клубов; (клуб, концерт, караоке-соревнование и т.д.) Способствовать активизации деятельности Японского центра и других языковых центров в городе; Создание новой культурной ценности и обучение представителей между Японией и Россией или Россией и другими культурами; Прием делегаций; Проведение разных настольных игры; Открытие коворкинга; Проведение разговорного клуба и языкового клуба; Проведение ярмарки японской литературы и комиксов; Проведение ярмарки японских продуктов, как еда, конфеты, лапша и т.д; Проведение тематических мероприятий и фестивалей; Проведение Музыкального вечера (ночной клуб, концерт, караоке-соревнование и т.д.)</p>
--	---

Мероприятия в рамках проекта:

1. Лекция о технологиях межкультурной коммуникации, о различии методов коммуникации различных культур, об особенностях разных культур, о возможностях укрепления отношений между разными странами путем получения навыков межкультурной коммуникации.

2. Встречи с представителями разных культуры и организация совместного разговорного клуба с иностранными студентами, учащимися в вузах г. Красноярска, и с малыми этническими группами, живущими в Красноярском крае. Целью этого клуба является, на самом деле, получение опыта знакомства с другими культурами во время встречи и общения с разными нациями.

3. Бесплатный языковой курс. Проведение языкового курса планируется для посещающих и резидентов креативного кластера, в целях привлечения их к знакомству с иностранными языками и культурами, а также для предоставления возможности сделать первый шаг к межкультурной

коммуникации.

4. Мастер-классы от сотрудников японского центра и партнеров. Проведение мастер-классов планируется как для всех посещающих, так и для резидентов, временно прибывающих в креативный кластер. Целью является привлечение прибывающих к другой культуре, традициям, играм, литературе, новым знаниям, стимулирование их креативного потенциала и потребности саморазвития, и предоставление нового культурного пространства.

5. Проведение тематических мероприятия и фестивалей японской и других культур. Например, сезонный фестиваль, музыкальный вечер, караоке-вечер и кинофестиваль Японской культуры либо других культур при сотрудничестве с иностранными студентами, в целях привлечения посетителей, общения с другими культурами, знакомство с образом жизни других культур, нациями и этническими группами и их мировоззрением, отвлечения от повседневной жизни, знакомства с другими традициями и новым миром, углубления их знаний о межкультурной коммуникации, и воспитание нового представителя новой культуры.

6. Конкурс выступлений по теме сравнения своей и другой культуры в виде презентации. Целью является открытие новых особенностей своей и другой культуре. Виды и темы не ограничены. В ходе изучения культуры своей и другой участники могут углубить знание о межкультурной коммуникации и открыть новый подход развития отношений между русской и другими культурами.

7. Конкурс идей. В этом конкурсе можно рассказать свою идею и мысли любой темы на любом языке. Данный конкурс, помимо того, что будет способствовать творческому мышлению, саморазвитию, социальной принадлежности, самоутверждению и самореализацию участников, также будет способствовать новому кругу обсуждения между участниками, открытию нового партнера и друзей и созданию новых ценностей.

8. Проведение временных выставок и галерей в целях реализации самодетельности резидентов и художников г. Красноярска. Данный конкурс

будет способствовать творческой деятельности резидентов и художников г. Красноярска, также будет способствовать связи с посещающими и креативными потенциалами с помощью творчества.

Инструменты:

Для успешного продвижения проекта мы рассматривали доступные используемые инструменты:

Таблица 5 – Инструменты реализации креативного кластера

1	Культурно-творческие технологии	Для восстановления и развития города человеческие ресурсы становятся очень важным. Однако, если на территории без развития новых творческих и талантливых людей, развитие городской культуры остановится. Поддерживание этой технологии имеет значение, потому что мы изучаем историю и самобытность города, опираясь на жизнь жителей. Когда жители останавливают развитие и прогресс, будущее города будет в тумане. В развитии города важно продолжать развивать человеческие ресурсы, чтобы использовать их самобытную историю и индивидуальность, а не подражать другим успешным городам. И это воспитание человеческих ресурсов также играет роль в передаче культурной ценности города из поколения в поколение.
2	Культурно-охраненные технологии	Создавать креативную индустрию и кластер – это не просто создавать место для инноваций, предпринимателей и различных художников, но и восстановить культурную ценность и историю города. Кластер и индустрия не должны быть копией какого-то другого кластера, а должны быть оригинальными и уникальными. Уникальность и оригинальность возникает из взаимодействия между идентичностью города и новой идеей. Чтобы не забывалась идентичность города, необходимо сохранить и восстановить культурные ценности: объекты культуры и достопримечательности, которые могут быть символами города, потому что такие культурные объекты до сегодняшнего дня создавали историю города.

Продолжение таблицы 5

3	<p>Мероприятие научно-образовательного центра СФУ</p>	<p>Создание креативного кластера, индустрий и бизнес-центров, касается изменение атмосферы города. При реализации этого проекта считается, что Красноярск посетят больше иностранцев и этнических групп, чем когда-либо прежде. Большое количество посетителей означает, что могут появиться новые культурные пространства. При этом Красноярск должен адаптироваться к изменению города, и каждый должен овладеть навыками межкультурной коммуникации, чтобы реагировать на эти полиэтнические изменения. Так что роль НОЦ «Японский центр СФУ» становится важной. На современном этапе, как очевидно, каждый университет играет важную роль в сфере социально-культурного проектирования, в частности в случае с СФУ научно-образовательные центры как Японский центр представляют различные мероприятия и проекты, чтобы жители Красноярска могли познакомиться с образом межкультурной жизни. Подобные мероприятия и проекты также дают жителям возможность узнать, как мы должны вести себя в межкультурной среде. Создаваемая ими среда не только даст жителям новые знания и навыки, но и будет стимулировать их интерес к новым видам деятельности. Есть вероятность, что благодаря мероприятиям в Японском центре будут созданы новые культурные пространства и субкультуры посетителями.</p>
---	--	--

Продолжение таблицы 5

4	<p>Эдьютеймент, инфотэйнмент и Экспейпизм</p>	<p>Чтобы жители реагировали на изменения кросс-культурной среды города, необходимо устранить сопротивление жителей другим культурам. Во многих случаях люди очень неохотно делают что-то новое, потому что предпочитают следовать привычкам. Поэтому необходимо иметь механизм, облегчающий доступ к другим культурам. И мы подумали, что добавив развлекающий элемент, а не просто транслируя образование и информацию в аудиторию, это вызовет интерес у многих жителей. И считается, что эдьютеймент, инфотэйнмент, экспейпизм могли бы сыграть эти роли. Например, Японский центр может реализовать следующие мероприятия этими технологиями; ток-тайм с носителями языка, мастер-классы по японской культуре, чайная церемония, музыкальный вечер, караоке-соревнование, выставки, разговорный клуб японского языка, игровые лекции по японской школе для школьников, онлайн-лекции и встречи со студентами из Японии, викторины, фестивали, включающие косплей, онлайн-игровые соревнования, перфомансы, выставки кимоно, показ поп-культуры, продажа японской уличной еды, просмотр японского художественного кинематографа. В результате полученная информация улучшает восприятие аудитории. Мероприятия с использованием этих техник также дают возможности для самореализации и удовлетворения интеллектуальных потребностей. Кроме того, они приведет к предоставлению индивиду свободы от социальных рамок и социального давления, стимул к раскрытию собственного потенциала. Используя культурные мероприятия, в которых используются эти методы, мы считаем, что жители будут больше узнавать о других культурах и что существует высокая вероятность того, что межкультурная коммуникация будет распространяться.</p>
---	--	--

Окончание таблицы 5

5	Информационно-коммуникационные технологии	<p>Можно сказать, что передача информации очень важна для расширения понимания других культур. Считается, что во многих случаях отсутствие информации вызывает предвзятые стереотипы и дискриминационное мышление. Чтобы не создавать этих проблем, можно сказать, что просветительская деятельность с использованием Информационно-коммуникационных технологий необходима. Воспитание через просветительную деятельность формирует личность и индивидуальные способности. И, кажется, что мы можем поддержать деятельность, которую каждый из людей хочет осуществить с помощью информации. Японскому центру необходимо делиться и просвещать общественность обширной информацией о межкультурной коммуникации. Эта информация о межкультурной коммуникации может помогать вызвать у посещающих креативный кластер интерес к общению с другими, эффективно использоваться для собственной деятельности, стимулировать активное самообучение и самореализацию, иметь подтверждение(уверенно) своей собственной активности.</p>
6	Технология по организации самострельного художественного творчества в учреждениях социально-культурной сферы	<p>Само собой разумеется, что наличие креативного кластера необходимо не только для развития многофункционального центра, но и для деятельности резидентов, которые могут там работать. Кроме того, считается, что молодые люди, у которых еще нет цели или четкой личности, нуждаются в социокультурном поле, где они могут осуществлять свою собственную художественную или собственную деятельность. Создание креативного кластера — это место, где молодежи могут увидеть и пообщаться с художниками, как они на самом деле занимаются своим искусством или корпоративной деятельностью.</p>

Сроки:

План реализации проекта отображен на Рисунке Д.1. (Приложение Д).

От планирования до реализации креативного кластера потребуется около года. Планирование – это первая задача, которая является важным фактором в определении направления креативного кластера. Поэтому, можно сказать, что Японскому центру необходимо разработать подробный и привлекательный план в качестве проектировщика.

После того, как план в какой-то степени определен, необходимо приступить к анализу текущей ситуации, выяснив проблемы, которые являются препятствиями для проекта, и точки улучшения, которых хотят жители. Также уточнение списка доступных ресурсов облегчит подход к задаче. После выяснения предварительных условий перед этими подходами необходимо определить четкие цели и задачи проекта. Если все пойдет хорошо, придется решить, где на самом деле создать кластер из некоторых кандидатов, упомянутых в предпосылке. В то же время параллельно придется найти культурные учреждения, компании, спонсоров и т. д., которых привлекают эти условия.

Целью здесь является получение новых источников финансирования. Если до этого момента процесс пойдет гладко, будет возможным сразу приступить к ремонту здания. Мы считаем, что из всех задач ремонт здания займет наибольшее количество времени. Все, что должен сделать организатор в этот период, это найти и пригласить резидентов к открытию кластера. Необходимо создать условия, облегчающие им деятельность и обеспечивающие среду для появления многих творческих людей из Красноярска. Под творческим талантом здесь понимаются предприниматели, художники, дизайнеры-ремесленники, IT-специалисты, лингвисты, музыканты, фотографы, специалисты по СКД и многие другие. После того, как здание будет отремонтировано, кластер будет открыт. Ремонт этого здания – минимальная работа по обеспечению безопасности. Мы считаем, что интерьер и дизайн внутри здания должны основываться на оригинальных идеях и уникальном творчестве каждого резидента.

Путь развития проекта:

В рамках установленного срока реализации проекта мы раскрыли более подробно пути развития проекта:

Таблица 6 – Пути развития креативного кластера

1	Изучение рынка	Необходимо уточнить характеристики рынка, требования и задачи создания креативного кластера, разделяя его с помощью технологии SOM (обслуживаемый доступный рынок), SAM (обслуживаемый доступный рынок), TAM (общий адресный рынок), и используя такие методы анализа, как swot-анализ, 4P, pest-анализ, 5F.
2	Определение постоянных и потенциальных посетителей	Отделяя существующих посетителей, таких как слушатели Японского центра, от потенциальных клиентов, которые могут использовать творческий кластер, мы создадим и реализуем стратегии, подходящие для каждого из них.
3	Решать, каким будет наш бренд	Давая понять аудитории предоставляемые услуги, можно прояснить значимость существования креативного кластера. Поэтому необходимо иметь политику брендинга, чтобы люди понимали, что это креативный кластер с функцией межкультурной коммуникации.
4	Оформить юридическое лицо	Помимо создания и оформления документов для работы креативного кластера, необходимо также подготовить документы, важные для работы резидента.
5	Найти сооснователя (человека, который поддержит идею)	Необходимо найти не только сотрудников Японского центра, но и специалистов социально-культурной деятельности, учреждений культуры, компаний и организаций, поддерживающих эту идею.
6	Постановка цели и задач и поиск решения	На основе анализа необходимо уточнить цель и задачи создания креативного кластера. Это решение будет очень полезно при планировании проекта.
7	Составить планирование проекта	При создании плана придется составить четкий план, например, как долго будет выполняться проект, исходя из таких предположений, как анализ и цель.

Продолжение таблицы 6

8	Собрать команду (если это необходимо)	Необходимо собрать доступные ресурсы и человеческие ресурсы, необходимые для выполнения плана, прежде чем мы действительно перейдем от планирования к выполнению.
9	Выбрать офис/коворкинг	На самом деле, этот проект рассчитан не просто только на один год, но и ясно, что в этот период придется приложить немало усилий. Необходимо выбрать базу, на которой сотрудники и поддерживающие проекта смогут вместе работать над проектом.
10	Привлекать инвестиции и создать краудфандинг	После того, как мы заложили основу для проекта, необходимо собрать средства, необходимые для его фактической реализации. По этой причине, мы думаем, нам нужно найти какие-то источники финансирования. Мы считаем, что есть несколько вариантов, таких как государственная поддержка, фонды, корпоративные инвестиции и краудфандинг.
11	Получить поддержку	После того, как планы и мероприятия определены, необходимо провести мероприятия по привлечению спонсоров. Это делается не только для получения нового второго источника финансирования, но и для косвенного расширения спонсируемой рекламной деятельности. С этой целью мы пригласим несколько учреждений и компаний для проведения презентаций для привлечения спонсоров.
12	Строительство кластера	Начнем ремонт здания силами строительной компании. На этом этапе необходимо продолжать непрерывную работу по подтверждению.
13	Собрание резидентов	При этом Японскому центру необходимо будет провести рекламную деятельность по сбору резидентов для открытия кластера. Помимо активного использования ВКонтакте и Telegram эффективным будет создание специализированного сайта, посещение артистами других культурных объектов, рекламная деятельность в вузах.

Окончание таблицы 6

14	Проверка перед открытием креативного кластера	После того, как здание будет отремонтировано, необходимо будет проверить документы для открытия и подтвердить инфраструктуру. Мы также должны помочь резиденту начать работу.
15	Завершающий этап (открытие креативного кластера)	После завершения всех вышеперечисленных процессов кластер будет готов к работе. Необходимо повторно подтвердить проблемы и задачи, возникающие после начала эксплуатации, и приступить к анализу и исследованию для дальнейшего развития.

Бюджет:

Есть несколько потенциальных мест, где возможно создание новых творческих кластеров. Чтобы примерно оценить бюджет, мы рассчитали бюджет исходя из того, что будем создавать креативный кластер в Котельная ОАО «Красфарма» в городе Красноярск. В Таблице 7 перечисли основные статьи бюджета на создание креативного кластера.

Таблица 7 – Перечень расходов для реализации проекта креативного кластера

Категория	Содержание	Количество	Стоимость (руб.)	Общая сумма (руб.)
Оплата труда (предполагаемая заработная плата)	Организатор	10 месяцев (4 человека - Сотрудники японского центра)	20 000	800 000
	Поддерживающие идею японского центра	4 месяца	20 000	80 000
	Маркетолог	2 месяца	50 000	100 000
	Охранник во время строительства кластера	7 месяц	20 000	20 000
Всего: 1 000 000				
Затраты на ресурсы	Кровельные работы	1161м2	от 300 руб/м2	348 300
	Фасадные работы	2464м2	от 200 руб/м2	492 800
	Капитальный ремонт и отделка помещений	10875м2	от 1000 руб/м2	10 875 000
	Монтаж инженерных систем	3483м2	от 500 руб/м2	1 741 500

Окончание таблицы 7

	Аренда помещения	6 месяца	-	–
	Мебель для переговорных коворкинга	1 шт.	76 253	76 253
	Кресло для переговорных коворкинга	8 шт.	2553	20 424
	Журнальный стол	1 шт.	4 476	4 476
	Офисные диваны	1 шт.	17 196	17 196
	Набор бумаги А4	20 шт.	200	4 000
	Набор гелевых ручек 9 цветов	10 шт.	250	2 500
	Доска магнитно-маркерная на стенде	1 шт.	17 826	17 826
	Набор ручки	5 шт.	100	500
	Проектор	1 шт.	4 999	4 999
	Ноутбук Lenovo для сотрудников	4 шт	60 749	242 996
	Принтер HP	1 шт.	12 399	12 399
Всего: 13 861 169 ±				

Итоговая сумма до завершения проекта: 14 437 600 рублей.

Итоговая сумма предполагает значительные финансовые вложения со стороны инициатора проекта, однако сокращение бюджета на создание творческого кластера возможно при выборе другого места. Также будут отличаться от позиционирования кластера и концепции дизайнера и организатора. Таким образом необходимо понимать, что заложенный бюджет не всегда включает в себя расходы только на ремонт здания. Однако мы считаем, что значимость расчета этой суммы заключается в возможности информирования индивидуальных инвесторов, банков, компаний и спонсоров о приблизительной стоимости проекта в случае, если не будет финансовой

поддержки со стороны государственных учреждений.

Таблица 8 – Перечень статей ежемесячных расходов на управление креативным кластером

Категория	Содержание	Стоимость (руб.)	Общая сумма (руб.)
Ежемесячная оплата труда (предполагаемая заработная плата)	Генеральный директор	60 000	60 000
	Сmm-менеджер	60 000	60 000
	Менеджер отдела аренды	60 000	60 000
	Руководитель языкового-культурного центра	60 000	60 000
	Уборщица	30 000 /чел	60 000
	Охранник	15 000 /чел	30 000
Всего: 240 000			
Прочие расходы	Аренда помещения	-	-
	Коммунальные услуги	-	-
Всего: 330 000 +			

Итоговая сумма: 330 000 рублей

Нормативно-правовой ресурс проекта: Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 г. № 596Г; Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 14.02.2022 № 59; Приказ Минпросвещения России от 03 августа 2021 г. № 515; Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р; Постановление Правительства Российской Федерации от 24.12.2021 № 2464; Постановление Правительства Российской Федерации от 24.12.2021 № 2441; Основы законодательства РФ о культуре от 09.10.1992 N 3612-1; Закон о культуре Красноярского края от 28.06.2007 N 2-190; Проект распоряжения Правительства Российской Федерации об утверждении плана мероприятий по реализации в 2022–2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их

государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года.

Риски:

Таблица 9 – Риски и решения при реализации креативного кластера

№	Риски	Решение
1	<p>Отток творческих талантов из города: Многие перспективные красноярские художники стремятся переехать в Москву, Санкт-Петербург и др. города, где развивается арт-рынок и креативная индустрия, чтобы расширить свою деятельность и возможности. В свою очередь, это означает, что в Красноярске меньше пространства для развития творческой и художественной деятельности, и рынок мал.</p>	<p>Ускоренное создание творческих кластеров: К сожалению, в Красноярске сейчас нет такого места, как творческий кластер, где молодые предприниматели и художники могли бы с удовольствием работать за низкую арендную плату. Поэтому создание творческих кластеров скрашивает будущее их деятельности. Можно ожидать, что благоприятные условия для деятельности молодых творческих кадров будут способствовать предотвращению оттока кадров в другие города.</p>
2	<p>Отсутствие знания и навыков человеческих ресурсов как специалистов: После завершения кластера, вопрос, который возникает в первую очередь, заключается в том, смогут ли сотрудники Японского центра выполнять свои обязанности лица, ответственного за кластер. Этот кластер также функционирует как полиязычный, поликультурный центр Красноярска, а также как новое культурное пространство города. В этом пространстве нам понадобится работа специалистов социально-культурной деятельности, которые могут оказать поддержку в различных областях, таких как СКД, экономика, маркетинг, менеджмент, политика, продюсирование и т.д. Сотрудники Японского центра также имеют навыки обеспечивать создание и технологию межкультурных коммуникативных пространств и управлять, но вряд ли у них есть другие функции, которые есть у специалистов скд.</p>	<p>Скаутинг человеческих ресурсов СКД, укрепление знаний и навыков персонала посредством сотрудничества с учреждениями культуры, богатыми человеческими ресурсами СКД: Управление кластером одним самостоятельно почти сложно. Можно сказать, что требуется тщательно продуманная структура. Таким образом, одним из решений было бы закрепление человеческих ресурсов, которые знакомы с СКД в качестве сотрудников, вместо того, чтобы работать только сотрудниками Японского центра. Это не только предлагает преимущества Японскому центру, но также дает новые возможности трудоустройства для студентов, окончивших СКД. Кроме того, специалисты СКД также могут пользоваться навыками межкультурной коммуникации от Японского центра, поэтому есть вероятность, что они овладеют иностранным языком, что является важным элементом специалистов СКД. Кроме того, у Японского центра есть недостаток, заключающийся в большом оттоке человеческих ресурсов, но за счет этой деятельности можно будет закрепить новые человеческие ресурсы. Кроме того, получение человеческих ресурсов СКД также выгодно персоналу Японского центра, который отвечает за работу, и означает, что знания, необходимые для кластера, могут быть получены из новых человеческих ресурсов.</p>

Продолжение таблицы 9

<p>3</p>	<p>Нехватки бюджета Для развития кластера необходимы первоначальные затраты. Если государственная поддержка недоступна, необходимо будет найти новые источники финансирования.</p>	<p>Получение бюджета от посольства Японии или получение спонсора: Одной из задач Посольства Японии в России является активизация культурного обмена и популяризация японской культуры. Кластер, возглавляемый Японским центром, считается полезным инструментом для решения этих вопросов. Считается, что это также играет большую роль в рекламе японской культуры. Поэтому мы считаем, что деятельность этого Японского центра может быть поддержана посольством Японии. С другой стороны, создание кластера не обязательно требует государственной поддержки. Компании и банки, заинтересованные в этом проекте, также могут активно инвестировать в развитие в качестве первого шага в городских преобразованиях и инициативах. Кластер также имеет активную потребительскую активность, что является возможностью для некоторых компаний или банков получить новых клиентов, а также может быть постоянной базой для рекламы в городе, что считается большим преимуществом. Поэтому необходимо проводить презентации в японских посольствах, компаниях, банках и т. д. для получения спонсоров и инвестиций.</p>
<p>4</p>	<p>Сложность поиска спонсора Необходимо понимать, что даже при проведении вышеперечисленных мер может оказаться невозможным получение источников финансирования.</p>	<p>Краудфандинг: Краудфандинг ищет поддержки у людей, которые поддерживают цели Японского центра. В качестве компенсации сторонникам мы предлагаем бесплатные полугодовые курсы японского или других языков для сторонников, скидку или освобождение от платы за аренду помещения в течение полугода, а также бесплатное использование площади в качестве места проведения мероприятий/фестивалей. Мы считаем, что эти выгоды будут представлять большой интерес для многих индивидуальных предпринимателей, предприятий, языковых центров, художников и культурных учреждений. Мы также считаем, что обеспечение языкового обучения создаст коммуникативную среду внутри кластера, что в конечном итоге приведет к развитию межкультурной коммуникации. Через шесть</p>

		<p>месяцев, кажется, что мы сможем направлять людей, которые больше интересуются языком, на курсы Японского центра или других языковых центров. это станет новым источником дохода для языкового центра и сотрудников. С другой стороны, многие иностранные студенты в Красноярске могут стать источником дохода в виде подработок.</p> <p><i>Начните с малого масштаба:</i> Если финансы не хватает, то лучше попытаться создать кластер любого размера, насколько позволяют деньги. Цель состоит в том, чтобы стимулировать посетителей к созданию различных креативных кластеров, узнавая о прототипах креативных кластеров и их привлекательности для жителей Красноярска.</p> <p><i>Уделите первоочередное внимание привлечению иностранных компаний, ослабив корпоративные налоги и юридические ограничения, которые являются внешними факторами:</i> Цель состоит в том, чтобы расширить рынок творческой деятельности в городе, уделяя первостепенное внимание преобразованиям и политике, которые способствуют экономическому развитию города. Увеличение и развитие количества российских компаний и иностранных компаний не только развивает экономику города, но и приводит к увеличению численности населения и населения разных национальностей. Для того чтобы иммигранты могли без проблем общаться с жителями города, им необходимо пространство для развития межкультурной коммуникации, а для ее реализации будет необходим творческий кластер с функцией языкового центра. Для того, чтобы побудить правительство инвестировать в него, необходимо сначала создать дополнительный бюджет, который будет получен за счет экономического эффекта от развития иностранных компаний и существующего отечественного бизнеса</p>
--	--	--

Продолжение таблицы 9

<p>5</p>	<p>Проблема дискриминации Необходимо изменить нынешнюю ситуацию, в которой существует дискриминация в отношении определенной этнической группы. Одной из возможных причин, по которой возникает дискриминация, является отсутствие правильного понимания культуры другого человека. Кроме того, когда возникает социальное недовольство, такое как экономический спад, люди склонны нападать на определенные группы или уязвимые группы. Причинами этих проблем могут быть недостаточное образование в сфере дискриминации и недостаточный уровень осознанности для контроля эго расистов.</p>	<p>Просветительская деятельность Японского центра и учреждения культуры, и экономического развития города: Считается, что осознание дискриминации связано с влиянием среды, в которой субъект вырос. Иногда одной из причин может быть образование, зависимо с предвзятым знанием, и домашнее обучение. Хорошо это или плохо, но если культура, к которой принадлежит субъект, является дискриминационной по отношению к определенной этнической группе, этот субъект, несомненно, с большим процентом, превратится в дискриминирующую личность. В качестве шага к решению проблемы мы должны обучать молодое поколение, чтобы межкультурные и мультикультурные представители и культурные учреждения могли избавиться от этих вредных привычек. Необходимо, чтобы каждое культурное учреждение и Японский центр устраняли источник дискриминационного сознания, сообщая жителям правильные культурные особенности конкретной культуры. Мы считаем, что использование технологии СКД на каждом объекте окажет значительное влияние как подход к этой деятельности. Кроме того, как внешний фактор, экономическое развитие города необходимо для устранения недовольства общества, например экономического спада. Для подхода к экономическому развитию важно превратить город, который представляет собой экономическую модель, ориентированную на внутренний спрос, в экономическую модель, ориентированную на внешний спрос. Чтобы привлечь иностранный капитал, привлечь иностранные компании и привлечь инвесторов, мы должны создать преимущества наличия бизнес-базы в Красноярске. Одним из решений является снижение корпоративного налога и либерализация или смягчение законодательства для бизнеса.</p>
----------	--	--

Продолжение таблицы 9

<p>6</p>	<p>Мало мотивации сотрудников Понятно, что низкий среднегодовой доход — одна из социальных проблем Красноярска. Также есть данные о том, что зарплата людей, занимающихся социально-культурной деятельностью, почти вдвое ниже, чем в соседнем Новосибирске. К сожалению, учитывая жизнь, финансовые условия не могут быть проигнорированы. Люди с более высокой мотивацией выберут работу с хорошими условиями, а люди с низкой мотивацией будут выполнять только работу, соизмеримую с их зарплатой. Проще говоря, сложно ожидать результаты выше, чем зарплата.</p>	<p>Создание места в качестве побочного бизнеса для сотрудников: Не обязательно, что управление креативным кластером должно быть основной работой для сотрудников. Важно понимать, что креативный кластер — это место, где сотрудники могут получить дополнительный источник дохода помимо основной деятельности. Что еще более важно, креативные кластеры должны быть местом, где деньги не являются главным приоритетом и способствуют наращиванию потенциала, саморазвитию, сложному опыту и деятельности.</p> <p>Предоставление студентам подработки или места для практического обучения: Мы считаем, что от многих студентов требуется возможность раскрыть свою творческую деятельность и найти жизненные цели. Некоторые студенты не ставят деньги на первое место. Стимулируя их мотивацию к творческой деятельности и поощряя чувство выполненного долга, улучшение способностей, саморазвитие и удовлетворение от работы неполный рабочий день, это приводит к развитию высоко мотивированных сотрудников. Мы также сможем предоставлять место для практических занятий в рамках обучения студентов, сотрудничая с местными университетами и создавая программы.</p>
<p>7</p>	<p>Компания не приезжает в Красноярск Причина, по которой иностранные компании не приезжают, заключается в том, что внутренний спрос в России выгоден, а отдача от инвестиционных компаний и инвесторов незначительна. Также причина, по которой компании в России не продвигаются, заключается в том, что размер рынка Красноярска невелик, и соответственно ожидаемая доходность не реализуется.</p>	<p>Активное развитие инфраструктуры города: Как упоминалось выше, важно подготовить политику и инфраструктуру для привлечения компаний, пользующихся иностранным спросом, но рост населения по-прежнему необходим для расширения рынка. Нужна городская трансформация, которая заставит людей хотеть иммигрировать в Красноярск. Одним словом, это развитие инфраструктуры. культурно-охранные технологии должны превратиться в город, жители которого смогут комфортно жить, сохраняя и реконструируя ценность и самобытность города. Например, развитие новых бизнес-центров, развитие кондоминиумов, решение транспортных проблем, повышение безопасности города, развитие туризма и достопримечательности и т. д.</p>

Окончание таблицы 9

8	<i>Обрушение зданий из-за стихийных бедствий</i>	<i>Заключить договор на услуги страховой компании.</i>
---	--	--

Источники финансирования:

Для реализации проекта необходима поддержка различных организаций, в том числе мы планируем привлечь следующие источники финансирования: университет, посольство Японии в России, бюджет города Красноярск в рамках госзадания, Красноярское государственное бюджетное учреждение культуры «Центр культурных инициатив»; фондовая поддержка (Благотворительный фонд Владимира Потанина, благотворительный фонд Михаила Прохорова, Фонд президентских грантов).

Это очень масштабный проект, так что важны постоянные инвестиции. Что касается кластеров, мы можем их создавать, даже если они небольшие, но мы подумали, что есть необходимость в партнерах, потому что эта креативная индустрия большая. Если сам город уже ориентирован на экономическую модель внешнего спроса и инвесторы могут рассчитывать на большую прибыль, можно будет привлечь много иностранных инвестиций и иностранного капитала. Однако, если город остается в состоянии модели внутреннего спроса как Красноярск, нельзя говорить о хороших условиях для инвесторов, поскольку маловероятно ожидать больших доходов за инвестиции. По крайней мере, город должен подготовить собственную инфраструктуру, чтобы преобразовать ее в модель внешнего спроса. Для этого необходимо получить относительно большой объем средств внутри страны. Помимо активных инвестиций в инфраструктуру из бюджета государства, необходима активная помощь городских банков и фондов. Они посчитают этот проект достойным инвестиций, учитывая отдачу от продолжительного развития, и им потребуется подробная презентация этого проекта.

Кроме того, если создание кластеров можно поддерживать по относительно низкой цене, краудфандинг может быть одним из способов сделать это. Помимо того, то, что мы хотим попробовать запросить у администрации и государства, - это снизить корпоративный налог и

дерегулировать закон. Развитие города с множеством глобальных ИТ-компаний будет не только создавать новые бизнес-отрасли, но и стимулировать рост населения, развитие малого и среднего бизнеса Красноярска и увеличение среднегодового дохода. Когда все это сработает, ожидается, что количество туристов тоже увеличится.

Проясняя риски и решения, можно не только избежать рисков, но и минимизировать ущерб в маловероятном случае. Всегда предвидя худшее, планируя и принимая меры на этой основе, мы можем повысить вероятность достижения успеха проекта.

Ожидаемый результат:

При продвижении данного проекта ожидаются следующие результаты на территории Красноярска:

- Повышение креативного потенциала г. Красноярска
- Повышение среднего дохода жителей г. Красноярска
- Появление новых бизнеса, предпринимателей и креативных

пространств и ресурсов

- Активизация бизнеса г. Красноярска
- Увеличение населения г. Красноярска
- Активизация учреждения культуры г. Красноярска и креативной

деятельности жителей

- Улучшение социальной обстановки города
- Появление новой среды межкультурной коммуникации
- Увеличение количества туристов
- Рост валового внутреннего продукта
- Развитие ИТ-сферы г. Красноярска
- Увеличение количества международных компаний в г. Красноярске
- Активизация культурно-охранных технологий культурного наследия г.

Красноярска благодаря появлению дополнительного бюджета

- Развитие бизнеса, учреждений культуры, деятельности жителей в

сфере креатива

- Инновация туристических достопримечательностей
- Привлечение новых инвесторов и источников дохода за счет прихода иностранных компаний
- Стимулирование креативного потенциала жителей города
- Содействие развитию конкуренции в области культуры
- Содействие обеспечения предоставления дополнительного образования детям, среднего профессионального и дополнительного профессионального образования в области культуры
- Содействие обеспечению развития межрегиональных и международных культурных связей в целях дальнейшей интеграции Красноярского края в культурное пространство
- Содействие обеспечению создания условий для сохранения и развития культур наций и народностей, населяющих территорию Красноярского края.

Долгосрочная перспектива и роль Японского центра для разработки будущей IT–реформы:

Реализовать снижение корпоративного налога и дерегулирование законов и правил корпоративной деятельности как внешнего фактора развития города и разработки инфраструктуры IT-сферы при сотрудничестве с администрацией города.

Зачем нужна IT-реформа? На первый взгляд, некоторые могут подумать об этом проекте как о проблеме, выходящей за рамки социально-культурной деятельности. Однако социально-культурное развитие и экономическое развитие города неразрывно связано. В г. Красноярске по-прежнему много социальных проблем, многие из которых связаны с социальным недовольством по экономическим причинам. Кроме того, серьезными проблемами можно назвать отток населения и низкую заработную плату. В настоящее время потенциал для экономического развития небольшой, поэтому из г. Красноярска будут продолжать уезжать много талантливых людей.

Нет и прироста новых иммигрантов, а у людей с низким уровнем дохода более узкий спектр досуговой и самостоятельной деятельности. Когда такие

люди составляют большинство, массы могут стать одномерными. Проще говоря, быть уникальным недопустимо по финансовым причинам. Чтобы выйти из этой ситуации, молодые люди, чей разум еще не полностью развился, могут быть правонарушителями. Также в неизменном окружении у людей может начать проявляться пассивно-нигилистическая личность или психология resentment. В современном российском капиталистическом обществе экономическое богатство означает свободу деятельности и выбора. Таким образом, экономические проблемы напрямую связаны с социальными проблемами, и их решение требует соответствующего действия социально-культурной деятельности и экономической деятельности.

Мы решили создать творческий кластер для этого проекта, потому что хотели создать среду, в которой молодые люди, художники и предприниматели, которые не могли себе этого позволить, могли взяться за новые задачи и заняться творческой деятельностью. Верно и то, что в г. Красноярске останутся талантливые и перспективные кадры для создания новых инноваций, но художникам и предпринимателям из других городов тоже нужна среда, которую они смогут найти в Красноярске.

Как характерно для творческих кластеров, процветание кластера также влияет на развитие бизнеса вокруг кластера. Это также порождает более активную деятельность потребления внутри и за пределами кластера. Используя кластеры, мы бы хотели создать повод и возможность для экономического возрождения города. С другой стороны, зачем Японскому центру создавать такой кластер? Резидент кластера не ограничиваются россиянами. Велика вероятность привлечения иностранцев.

Мы также считаем, что нужна поддержка зарубежных артистов и многих компаний, которые перенесут свои офисы в Красноярск, как внутрь, так и за пределами кластера.

Однако маловероятно, что иностранная компания придет в Красноярск, если нет перспективы прибыли. Вот почему Японский центр также может предложить модель экономической трансформации для развития города. Одной

из политик является смягчение законов и правил и снижение корпоративного налога. Это также одна из политик экономического развития, реализуемая в Осаке, Япония: в результате в городе увеличилось количество иностранных компаний, и стал очевиден экономический рост. Японский центр также может взять на себя роль исследования таких кейсов по запросу. Он также может выступать в качестве посредника между государственными органами и местным бизнесом для поддержки переговоров, когда после реализации кластера в Красноярск будут приезжать много иностранных делегаций. Если эти потоки будут реализованы, в Красноярск потечет много иностранного капитала и инвестиций.

Кроме того, увеличение количества иностранных компаний предоставит горожанам новые возможности трудоустройства. Это может быть возможностью вдохновить молодых людей в городе на создание новых вещей. Это также может оживить бизнес местных компаний. Увеличение бюджета Красноярска за счет увеличения иностранного капитала также может способствовать улучшению городской инфраструктуры. Улучшение инфраструктуры может усилить защиту объектов, сохранивших драгоценную идентичность Красноярска, и увеличить его потенциал как туристического направления. И число иностранных иммигрантов будет увеличиваться. В результате возрастет потребность в большем количестве межкультурных коммуникаций, и потребность в таких существах, как Японский центр, будет признана очень важной. Из этого необходимы мероприятия, которые помогут горожанам адаптироваться в среде межкультурного общения и будут способствовать глобализации города.

Таким образом, роль Японского центра заключается в следующем;

- Роль поддержки зарубежных деятелей культуры и компаний при открытии их офисов в г. Красноярск.
- Предложение модели экономической трансформации для развития города на основе опыта обилия зарубежных знаний.

- Научно-исследовательская работа по заказу государственных органов и предприятий Красноярска.

- Когда в Красноярск приезжает много иностранных делегаций, они выступают посредниками между государственными органами и местными компаниями для поддержки переговоров.

- Помощь в адаптации городских жителей к межкультурной коммуникационной среде в ответ на глобализацию.

- Помощь в адаптации растущего числа иностранцев в Красноярске.

Вывод проекта:

Таким образом, можно сказать, что применение социально-культурного проектирования очень эффективно для создания среды межкультурной коммуникации и передачи аудиториям ее технологий. Для реализации проекта необходимо принимать наиболее вероятные меры, основываясь на тщательном анализе цели, задач, социальных проблем, исследуя какие инновации стоит внедрять.

В данном исследовании упоминалось, как реализовать деятельность, направленную на развитие среды межкультурной коммуникаций японским центром в городе. В ходе нашего исследования мы проанализировали социокультурную ситуацию и рынок г. Красноярска, а не полагались только на идеи, с целью выбрать необходимые меры, в связи с чем, стало ясно, что мы должны делать конкретно: создание креативного кластера с многообразными функциями и функциями полиязычного и поликультурного центра. Некоторые эксперты считают создание креативного кластера сложным проектом, которого еще нет в Красноярске, но с учетом развития межкультурной коммуникативной среды, развития творческого потенциала, трансформации города, возрождения туристической сферы, креативный кластер станет первым шагом к решению всех этих проблем.

Также, учитывая потенциальные результаты креативных кластеров, можно сказать, что это проект, который необходимо реализовать. Поэтому мы считаем, что Японский центр как проектировщик будет играть важную роль в

следующих аспектах: проектирование системы проекта и его планирование, привлечение людей, сотрудников и организаций, необходимых для создания команды, поиск и получение источников финансирования, поиск доступных ресурсов, рекламная деятельность по сбору резидентов и др. При продвижении этого проекта в г. Красноярске будут созданы новые разнообразные и поликультурные пространства и ценности, помимо того система межкультурных коммуникаций получит новое развитие.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Таким образом, социально-культурное проектирование можно назвать инновационной деятельностью, которая в системе межкультурной коммуникации сыграет важнейшую роль в активизации деятельности Японского центра и создании новых изменений в городе.

Вместо того чтобы просто внедрять изменения и базу идей, тщательно изучив и проанализировав текущую ситуацию, например, какие социокультурные проблемы есть в городе и чего хотят жители, можно заранее прояснить предпосылки к изменениям и улучшениям. Основываясь на этой предпосылке, необходимо узнать, какие ресурсы доступны. Кроме того, делаясь идеями и классифицируя их, мы можем найти ключ к четкому определению решения проблем. Следуя этим предположениям, можно сказать, что идеальные и реалистичные стратегическое планирование и подход являются новой интонацией в социально-культурном проектировании.

Из анализа текущего положения НОЦ «Японский центр СФУ» была выдвинута гипотеза о том, что в системе межкультурной коммуникации существует предел деятельности, которую они могут выполнять независимо, и влияния, которое они могут оказывать.

Исходя из этого, в данном исследовании на примере г. Красноярска мы предложили проект, который может реализовать НОЦ «Японский центр СФУ» в качестве проектировщика с целью создания и развития системы межкультурных коммуникаций и творческого прогресса в городе. Содержание проекта – создание креативного кластера с функциями поликультурного и полиязыкового центра.

Стало очевидно, что в продвижении исследований проекта есть некоторые препятствия. Например, отток творческих талантов из города, отсутствие знания и навыков человеческих ресурсов как специалистов, нехватка бюджета, сложность поиска спонсора, проблема дискриминации, мало

мотивации сотрудников, сложность привлечения компании в Красноярск, поиск источников финансирования.

Прогнозировалось, что следующие результаты будут получены в г. Красноярске за счет снижения этих рисков и эффективного использования имеющихся ресурсов и инструментов: повышение креативного потенциала г. Красноярска, повышение среднего дохода жителей г. Красноярска, появление новых бизнеса, предпринимателей и креативных пространств и ресурсов, активизация бизнеса г. Красноярска, увеличение населения г. Красноярска, активизация учреждения культуры г. Красноярска и креативной деятельности жителей, улучшение социальной обстановки города, появление новой среды межкультурной коммуникации, увеличение количества туристов, рост валового внутреннего продукта, развитие ИТ-сферы г. Красноярска, увеличение количества международных компаний в г. Красноярске, активизация культурно-охранных технологий культурного наследия г. Красноярска благодаря появлению дополнительного бюджета, развитие бизнеса, учреждений культуры, деятельности жителей в сфере креатива, инновация туристических достопримечательностей, привлечение новых инвесторов и источников дохода за счет прихода иностранных компаний, стимулирование креативного потенциала жителей города, содействие развитию конкуренции в области культуры.

И, используя социально-культурное проектирование, решая социальные проблемы города, создавая новое креативное культурное пространство как креативный кластер и экономическое и глобальное преобразование города в сторону диверсификации, необходимо главным образом прибегать к технологиям межкультурной коммуникации, а также, мы предположили, что Японский центр с этими технологиями может сыграть большую роль в этом.

В таких условиях Японский центр должен не только поддерживать сам проект, но и продолжать поддерживать жителей города в рамках межкультурной коммуникации, используя доступные ему инструменты, чтобы жители могли плавно адаптироваться к изменениям в городах и

межкультурных обществах. И после этого, если Японский центр подготовит площадку, позволяющую посетителям реализовать собственные творческие идеи, считается, что город трансформируется в новую идеальную форму, что поспособствует его эволюции и дальнейшему развитию межкультурной среды. Можно сказать, что существование Японского центра необходимо как опора для этой эволюции и как член основной части проектной деятельности социально- культурного проектирования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе написания выпускной квалификационной работы, в теоретической главе мы исследовали сущность межкультурной коммуникации и фундаментальные причины возникновения недопонимания между представителями разных культур в системе межкультурной коммуникации. Помимо того, основываясь на гипотезе, в практической главе мы доказали, что социально-культурное проектирование может играть инновационную роль в развитии системы межкультурной коммуникации в городе. Можно сказать, что межкультурная коммуникация представляет собой процесс обмена информацией между этническими группами с различным историческим и культурным прошлым, но ее сущностью является новое культурное пространство, созданное различными этническими группами для сосуществования.

В ходе исследования стало очевидно, что для создания такого пространства необходимо приложить усилия для преодоления культурных различий, мешающих развитию взаимоотношений двух культур, и для понимания друг друга. Кроме того, чтобы создать среду, в которой обе этнические группы могут сосуществовать без дискриминации, становится легче понять культуру другого человека, детально изучив культурные особенности, которыми мы сами наделены.

Используя культурную карту Эрин Майер как средство прояснения культурных различий, мы смогли визуализировать различия в подходе ведения коммуникации между русской культурой и японской культурой. Это прояснение различий в коммуникации между русской и японской культурами лишь один пример, но мы убеждены, что эта культурная карта в качестве инструмента поможет обнаружить культурные различия между всеми этническими группами. Кроме того, этот инструмент не только выявляет особенности своей и чужой культуры, но и выявляет недостатки, которые

обеим этническим группам требуется исправить. Преодоление культурных различий и непонимания своей и чужих культур также может стать катализатором открытия новых перспектив для отношения между культурами. И можно понять, что соответствующее коммуникативное взаимодействие представителей разных культур создает новое понимание, ценности, творчество и культуру воспитания обоих народов. Одним словом, удалось подтвердить, что формирование среды межкультурной коммуникации представляет собой творческие и образовательные процессы, которые направлены на установление взаимодействия с представителями различных этнических общностей и обеспечивают навыками общения всех членов многонационального общества.

Также стало ясным, что существование субъекта межкультурной коммуникационной деятельности, уже обладающего технологиями и знаниями, необходимо для развития и создания такой среды межкультурного общения, и что Японский центр может сыграть важную роль в воспитании такого субъекта. В частности, можно сказать, что за счет применения не только оригинальной технологии, но и социально-культурного проектирования в такой организации появится возможность создавать новые инновации и решить социальные проблемы в городе в системе межкультурной коммуникации.

Кроме того, стало очевидным, что инновационная деятельность оказывает непосредственное влияние на жизнь жителей, количество населения, бизнес, туризм, экономику и социально-культурную деятельность городов. Необходимым становится создать в городе креативный кластер как центр его инновационной деятельности, и мы убеждены, что Японский центр сможет предоставить технологию межкультурной коммуникации всем приезжающим туда гостям и резидентам кластера. В результате мы смогли продемонстрировать, что применение социально-культурного проектирования будет способствовать активизации инновационной деятельности для создания новых ценностей тех, кто обладает навыками межкультурной коммуникации посредством своего творчества и проектной деятельности.

Таким образом, роль социально-культурного проектирования в системе межкультурной коммуникации на материале японского центра определяется тем, что:

1. Межкультурная коммуникация преодолевает непонимание и границы обеих этнических групп и дает новое понимание, навыки межкультурного общения, ценности, творчество и культуру воспитания;

2. Социально-культурное проектирование стимулирует способность субъектов межкультурной коммуникации решать проблемы, а процесс инновационной деятельности – реализацию идей;

3. Японский центр является основным субъектом, который создает межкультурную коммуникационную среду и предоставляет технологии для аудитории, и в то же время обладает потенциалом, который имеет способность создавать и приводить в жизнь преобразования и инновации в городе с применением социально-культурного проектирования в качестве проектировщика.

Применение социально-культурного проектирования в системе межкультурной коммуникации на материале Японского центра – это проектная деятельность по обеспечению правильного образования в сфере культуры разным этническим группам и совместного создания нового творческого культурного пространства, и также инновационная деятельность, создающая новые возможности и ценности.

Наша гипотеза, о формировании среды межкультурной коммуникации представляет собой творческий и образовательный процессы, которые направлены на установление взаимодействия с представителями различных этнических общностей и обеспечивают навыками общения всех членов многонационального общества. Кроме того, применение социально-культурного проектирования будет способствовать активизации инновационной деятельности для создания новых ценностей тех, кто обладает навыками межкультурной коммуникации посредством своего творчества и

проектной деятельности подтвердилась в ходе исследования этой выпускной квалификационной работы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексов М. А. Кластеры как долгосрочная стратегия актуализации социально // Экономического потенциала творческих индустрий // E-Scio. – 2021. – №1 (52). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klastery-kak-dolgosrochnaya-strategiya-aktualizatsii-sotsialno-ekonomicheskogo-potentsiala-tvorcheskih-industriy> (дата обращения: 13.04.2022).
2. Алексеева Е. А. Инновационная культура России и социально-культурное проектирование // Россия: тенденции и перспективы развития – 2011. – №6-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-kultura-rossii-i-sotsialno-kulturnoe-proektirovanie> (дата обращения: 01.04.2022)
3. Аронов А. А. Социально-культурное проектирование среды: проблемы и перспективы // Вестник МГУКИ. – 2011. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-sredy-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 02.03.2022).
4. Бэджюли Ф. Управление проектом: пер. с англ. / Ф. Бэджюли – М.: Гранд ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 202 с.
5. Вилкова А. С. Высококонтекстные и низкоконтекстные культуры // Наука, образование и культура. – 2019. – №3 (37). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vysokokontekstnye-i-nizkokontekstnye-kultury> (дата обращения: 31.03.2022)
6. Гавриков А. А. Значение и роль городов-побратимов в развитии русско-японской межкультурной коммуникации // Евразийство и мир. – 2020. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-i-rol-gorodov-pobratimov-v-razvitii-russko-yaaponskoj-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 22.04.2022)
7. Гончарик А. А. Политика в области творческих индустрий в Великобритании // Материалы V Всероссийского конгресса политологов «Изменения в политике и политика изменений: стратегии, институты,

факторы» (20-22 ноября 2009 года, г. Москва). – 2009. – URL: <http://scipeople.ru/publication/67521/> (дата обращения: 12.12.2021)

8. Грашина М. Основы управления проектами / М. Грашина, В. Дункан – СПб.: Питер, 2006. – 204 с.

9. Григорьева Е.И. Роль социально-культурного проектирования в формировании профессиональных компетенций студентов творческих специальностей // Учёные записки (АГАКИ). – 2018. – №2 (16). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialno-kulturnogo-proektirovaniya-v-formirovanii-professionalnyh-kompetentsiy-studentov-tvorcheskih-spetsialnostey> (дата обращения: 16.03.2022)

10. Ивасенко А. Г. Управление проектами / А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова, М. В. Каркавин - Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. – 327 с.

11. Карпова Н. В., Меленкин В. Л. Креативные кластеры как инновационный инструмент обеспечения городского развития // Экономика и экология территориальных образований. – 2021. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-klastery-kak-innovatsionnyy-instrument-obespecheniya-gorodskogo-razvitiya> (дата обращения: 01.02.2022)

12. Клакхон К. Зеркало для человека: введение в антропологию / пер. с англ. под ред. А.А. Панченко. СПб.: Евразия, 1998. – 152 с.

13. Кожевников В. В. Российско-японские политические отношения сегодня: надежды и перспективы // Россия и АТР. – 2016. – №2 (92). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiysko-yaponskie-politicheskie-otnosheniya-segodnya-nadezhdy-i-perspektivy> (дата обращения: 25.03.2022)

14. Кондаков И.В. «Новая Русь» и судьба человечества: русская культура в концепции Л.Н. Гумилева // Культура и цивилизация. Культура и искусство – 2013. – №1. – С. 7–20 – URL: https://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=22942 (дата обращения: 01.02.2022)

15. Костенко А.И., Ефремова Н.В. Социокультурные кластеры как фактор поддержки одаренных детей и талантливой молодежи // Вестник магистратуры. – 2016. – №1-5 (52). – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnye-klastery-kak-faktor-podderzhki-odarenyh-detey-i-talantlivoy-molodezhi> (дата обращения: 13.04.2022).

16. Костина Т.С. Драматургия праздника – важный компонент социально-культурного проектирования // МНКО. – 2016. – №1 (56). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dramaturgiya-prazdnika-vazhnyy-komponent-sotsialno-kulturnogo-proektirovaniya> (дата обращения: 22.03.2022)

17. Костомаров В.Г., Леонтьев А.А., Шварцкопф Б.С. Теория речевой деятельности и культура речи // Основы теории речевой деятельности Часть IV. Методология и проблемы моделирования Глава 20, М.: «Наука», 1974. – С. 300-312

18. Красных В.В. Основы психолингвистики: лекционный курс. 2-е изд., доп. М.: Гнозис, 2012. – 332 с.

19. Леонтьев А.А. Функции и формы речи // Основы теории речевой деятельности Часть IV. Методология и проблемы моделирования Глава 16, М.: «Наука», 1974. – С. 241-255

20. Леонтьев А.А. Лингвистическое моделирование речевой деятельности // Основы теории речевой деятельности Часть II. Методология и проблемы моделирования Глава 4, М.: «Наука», 1974. – С. 36-64

21. Ли Сяочжоу Культурные креативные кластеры: место и роль в развитии российских регионов // Социология. – 2020. – №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-kreativnye-klastery-mesto-i-rol-v-razviti-rossiyskih-regionov> (дата обращения: 13.04.2022).

22. Луков В. А. Социальное проектирование: учеб. пособие / В. А. Луков. – Москва: Изд-во Моск. гу-манит. ун-та : Флинта, 2009. – 240 с.

23. Марков А. П. Основы социокультурного проектирования: учебное пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк // С. -Петерб. гуманит. ун-т профсоюзов // URL: https://www.studmed.ru/view/markov-ap-birzhenyuk-gm-osnovy-sociokulturnogo-proektirovaniya-uchebnoe-posobie_6739c70df6b.html (дата обращения: 16.11.2021)

24. Мартин П., Тейт К. Управление проектами: пер. с англ. / П. Мартин, К. Тейт – СПб.: Питер, 2006. – 224 с.

25. Могилевич Б.Р. Структура межкультурной коммуникации: методологический аспект // Известия Саратовского университета, новая серия. Серия Социология. Политология Т13. – 2015. – вып. 2. – С. 7-11 – URL: <https://vk.com/away.php?utf=1&to=https%3A%2F%2Fcyberleninka.ru%2Farticle%2Ffn%2Fstruktura-mezhkulturnoy-kommunikatsii-metodologicheskiiy-aspekt%2Fviewer> (дата обращения: 16.11.2021)

26. Николаев В. Л., Антонова Н. А. КУЛЬТУРА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ // E-Scio. – 2021. – №2 (53). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-i-mezhkulturnaya-kommunikatsiya> (дата обращения: 02.02.2022)

27. Ороев Н. А., Папченко Е. В. Языки межкультурной коммуникации // Известия ЮФУ. Технические науки. – 2004. – №1 (36). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyki-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 06.02.2022)

28. Пак В. Д., Нужина Н. И. Что такое проект? Определение и признаки // МНИЖ. – 2013. – №8-3 (15). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-proekt-opredelenie-i-priznaki> (дата обращения: 18.02.2022).

29. Пименов П. С. Особенности и перспективы развития торгово-экономических отношений между Россией и Японией // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2011. – №10 (72). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-perspektivy-razvitiya-torgovo-ekonomicheskikh-otnosheniy-mezhdu-rossiey-i-yaponiey-1> (дата обращения: 02.03.2022).

30. Раренко М.Б., Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. – 2006 – №4.– С. 317-348 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/2006-04-008-leontov> (дата обращения: 02.04.2022)

31. Розенталь М.М., Юдин П.Ф. Философский словарь, М.: Политиздат, 1963 – 554 с.
32. Ростова А.Т., Кириченко С. Н. Социально-культурное проектирование межличностной коммуникации // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2018. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-mezhlichnostnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 30.03.2022)
33. Савушкина Л.В. Межкультурная коммуникация как предмет исследования в современной системе образования. – 2012 – №4 – С. 87-91 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-komm> (дата обращения: 30.03.2022)
34. Серегина Т. Н. Модели межкультурной коммуникации // Власть. – 2020. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 03.04.2022)
35. Суховская Д.Н. Креативное пространство российских городских поселений и его влияние на формирование ценностных ориентаций личности автореферат дис. кандидата философских наук / Краснодарский университет МВД РФ. Краснодар, 2016 – 112 с.
36. Уфимцева Н.В. Языковое сознание: динамика и вариативность / Рос. акад. наук, Инт языкознания. М.: [б.и.], 2011 – 251 с.
37. Фролов И.Т. Введение в философию: Учеб. пособие для вузов Раздел II Глава IX. «Культура» / Авт. колл.: Фролов И. Т. и др. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Республика, 2003. – С. 514-518
38. Фунтов В.Н. Основы управления проектами в компании. / В. Н. Фунтов - СПб.: Питер, 2011. – 393 с.
39. Хакимова Е.Р. Концепция креативного кластера в теории диффузии инноваций // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2013. – №9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-kreativnogo-klastera-v-teorii-diffuzii-innovatsiy> (дата обращения: 13.02.2022).

40. Хакимова Е.Р. Креативные индустрии как сектор новой экономики // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2010. – №1-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-kak-sektor-novoy-ekonomiki-1> (дата обращения: 13.02.2022).
41. Хакимова Е. Р. Креативный кластер как элемент креативного потенциала территории // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – №34. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-klaster-kak-element-kreativnogo-potentsiala-territorii> (дата обращения: 12.02.2022)
42. Хакимова Е.Р. Креативный кластер в концепции инновационной системы // Теория и практика общественного развития. – 2013. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-klaster-v-kontseptsii-innovatsionnoy-sistemy> (дата обращения: 13.02.2022).
43. Что такое «проект»? URL: <http://www.pandia.ru/365896/> (дата обращения: 28.04.2022)
44. Allwood, J. Intercultural communication / University of Gothenburg, Dept of linguistics, Sweden, 1985 – С. 1-15
45. Hall, E. T. Understanding Cultural Differences / E. T. Hall, M. R. Hall. — Yarmouth, ME : Intercultural Press, Inc, 1990. – 196 с.
46. Kishida K., 力としての文化:若き人々へ // Tokyo: 岩波書店, 1943 – 187 с.
47. Kitamura K. 文化相対主義の困難と「文化の共生」の可能性 // 『文化共生学研究』第1号, 岡山大学大学院文化科学研究科, Okayama, 2003 – С. 29-33
48. Matsumoto K. 昭和 10 年代における〈文化〉論 : II 日本文化 / 大東亜文化 // 世界文化, Kanagawa. – 2020 – С. 53-71 – URL: https://bunkyo.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=7845&item_no=1&page_id=29&block_id=40 (дата обращения: 15.03.2022)

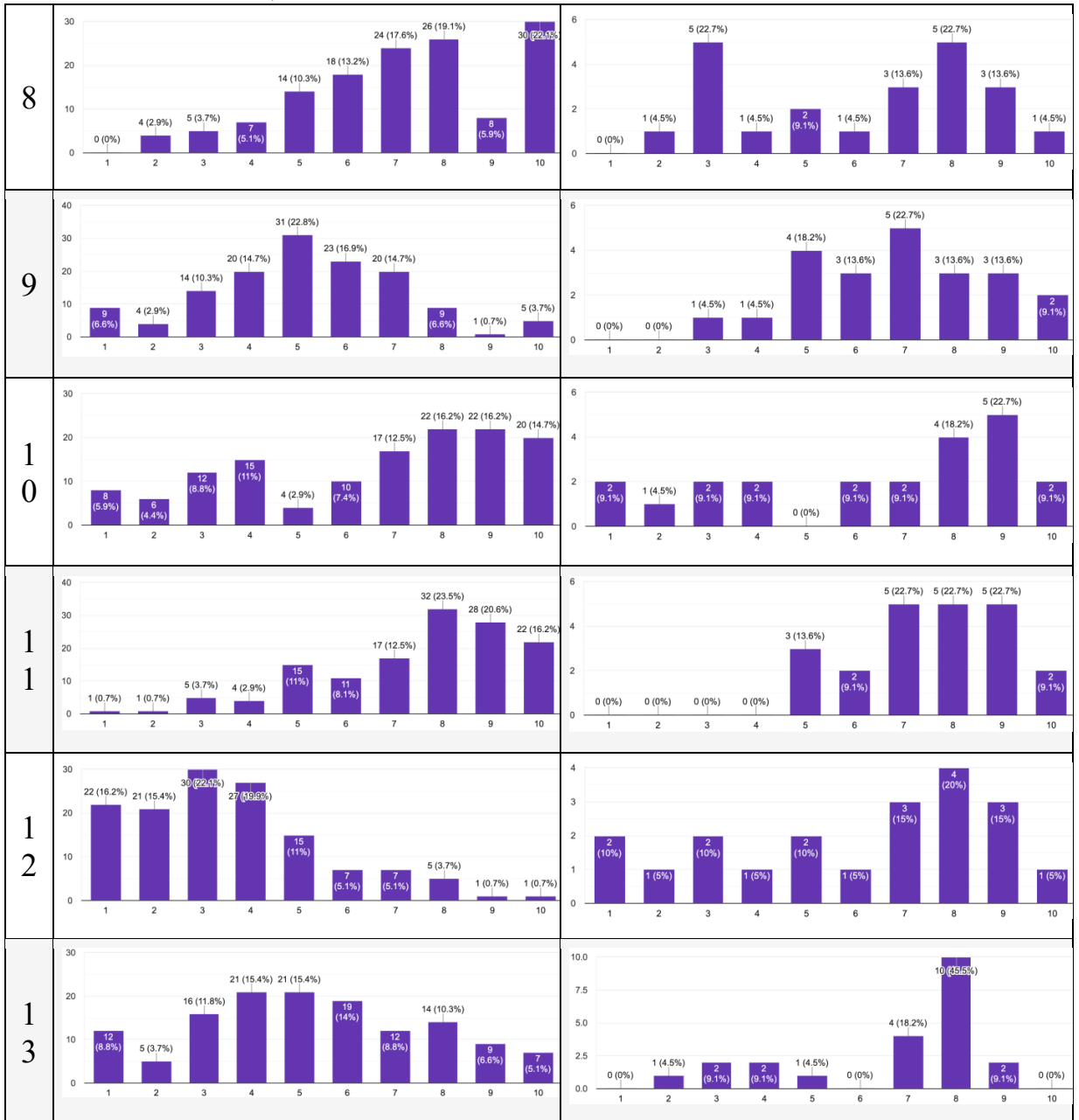
49. Meyer, E. The Culture Map Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business INSEAD professor Erin Meyer, 2016 – 288 с.
50. Nonaka I., イノベーションの本質—知識創造のリーダーシップ—// 日本学術会議第150回総会, Tokyo. – 2007 – С. 60-69 – URL:https://www.jstage.jst.go.jp/article/tits1996/12/5/12_5_60/_pdf (дата обращения: 02.03.2022)
51. Oberg, K. Culture Shock: Adjustment to New Cultural Environments // Practical Anthropology, 7, 1966 – С. 177-182
52. Rogers E., Hart W., Miike Y. Edward T. Hall and The History of Intercultural Communication: The United States and Japan // Keio Communication Review No. 24, Tokyo, 2002 – С. 4-26
53. Ting-Toomey, S. Communicating across Cultures / Guilford Press, New York, 1999. – 310 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Анализ результатов анкетирования представителей русской и японской культур



Окончание таблицы А.1



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

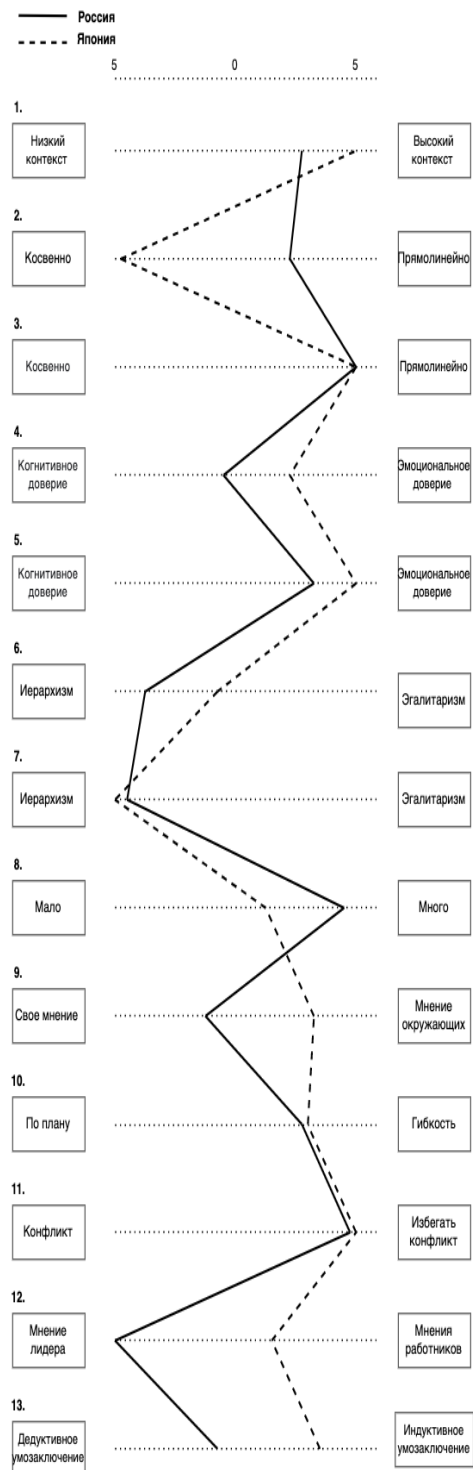


Рисунок Б.1 – Сравнение культурных различий в процессе коммуникации между представителями русской и японской культур

ПРИЛОЖЕНИЕ В

(1)



(2)

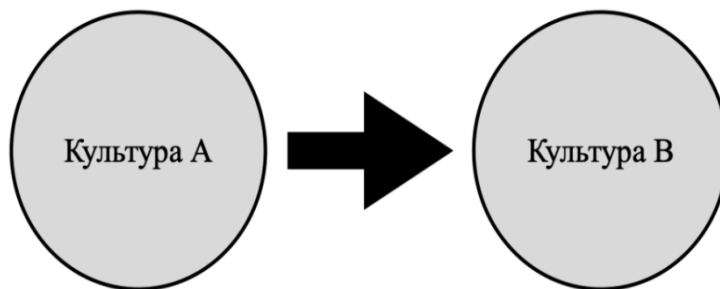


Рисунок В.1 – Формы межкультурной коммуникации

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблица Г.1 – Результаты анкетирования о социально-культурной проблеме города Красноярска

Категория проблем	Проблемы
Социальные	<ul style="list-style-type: none"> • Из-за низкого среднегодового дохода финансовая свобода жителей Красноярска относительно невелика • Неприспособленность города для жизни людей с инвалидностью • Распространение негативного и пассивного нигилистического мышления. • Проблемы дискриминации • Неравенство в социальном статусе • Гомофобия • Увеличение количества выявленных беспризорных и безнадзорных несовершеннолетних (за год) • Снижение роста общего числа иммигрантов • Мало доступности рабочих мест для людей с инвалидностью • Ускорение старения населения города • Увеличение объема регионального финансирования мер социальной поддержки старшего поколения • Увеличение численности людей в возрасте старше 60 лет, охваченных социальным обслуживанием • Увеличение числа изнасилований и попыток изнасилования • Увеличение киберпреступности
Культурная	<ul style="list-style-type: none"> • Нет креативного кластера для молодых предпринимателей и художников для развития креативного потенциала. • Отсутствие образованных воспитанников • Откровенные свалки • Мало мест, где познакомиться с жизнью и представителями других культур • Отсутствие культурных объектов и мероприятий, способствующих развитию межкультуры. • Непопулярность русской литературы • Отсутствие знания русского языка народов • Отсутствие развития межрегиональных и международных культурных связей в целях дальнейшей интеграции Красноярского края в культурное пространство. • Отсутствие предоставления дополнительного образования детям, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования в области культуры • Отсутствие активизации развития конкуренции в области культуры.
Инфраструктурная	<ul style="list-style-type: none"> • Не следует ожидать развития ИТ • Непорядочность города • Неудобство транспорта • Отсутствие метро

Окончание таблицы Г.1

Экологическая	<ul style="list-style-type: none"> • Загрязнение атмосферы • Загрязнение почвы • Загрязнение водных ресурсов
Экономическая	<ul style="list-style-type: none"> • Не изменения экономического развития в городе. • Сильная зависимость промышленной отрасли • Недостаток квалификационных кадров • отсутствие применения современных технологий планирования при составлении стратегического плана социально-экономического развития региона • недостаточный уровень развития инновационного предпринимательства • Уменьшение количества причин для въезда международных мигрантов
Финансовая	<ul style="list-style-type: none"> • В Красноярске есть много русских и иностранцев, но в силу финансовых обстоятельств у них нет времени на творческую деятельность. • Многие культурные места недоступны для молодежи финансово (от 22 лет)
Историческая	<ul style="list-style-type: none"> • Наличие противоречия представления о историй между двумя странами. (Необходимо уладить исторические противоречия и ошибки)

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Город будущего
Красноярска

СРОКИ РЕАЛИЗАЦИИ

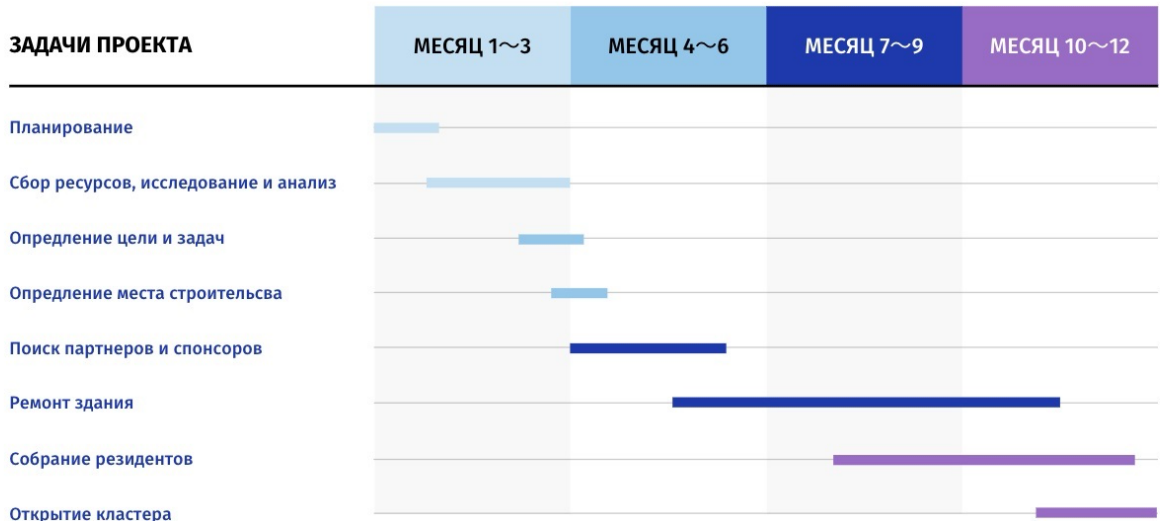


Рисунок Д.1 – Сроки реализации плана проекта

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Гуманитарный институт
Кафедра рекламы и социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

«25»



Е. А. Ноздренко

2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

РОЛЬ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЯПОНСКОГО
КУЛЬТУРНОГО ЦЕНТРА СФУ)

51.03.03 Социально-культурная деятельность

51.03.03.01 Менеджмент социально-культурной деятельности

Выпускник

М. Мураками

Научный
руководитель

канд.
философских
наук, доцент

А.В. Андреева

Нормоконтролер

Е.А. Бугаева

Красноярск 2022