

УДК (520)316.723

К. В. Райхерт
кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософії і методології познання
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

АРТИКУЛЯЦІЯ СОЦІОНІМА «САРАРИМАН»

В має 2016 г. в міжнародній деловій газеті *Financial Times* вийшла стаття Лео Льюїса «Прокляття сараримана» (*The Curse of the Salaryman*), в якій можна прочитати наступне: «На протязі багатьох десятиліть після Другої світової війни беловоротничковий сарариман (*the white collar Salaryman*) був славним, неупоминаним, всеповажаючим економічним героєм. Його лояльність, старання і любов визначали націю, яка вибрала – спочатку з огляду на цілесобразність, а потім – по звичці – компанію як домінуючий інститут. Корпоративна, соціальна і сімейна життя в Японії вращалась в захопливій орбіті навколо його (сараримана – *К. Р.*) трудової етики, його витрат і ідеалу життєвої (трудова – *К. Р.*) зайнятості. Мужчини хотіли бути їм, жінки хотіли вийти заміж за нього, бари хотіли наливати йому виски до 2 годин ночі, а амбіційні корпорації хотіли отримати від нього як можна більше. Однак в 2016 г. сарариман – це ім'я, асоціюючись з застенчивістю, алергією на ризик і зростаючим списком корпоративних невдач, переставши вважатися чимось цінним (*asset*), стало істочником неприємностей (*liability*). Для економістів, які бачать в реформі ринку праці єдину надію Японії, він (сарариман – *К. Р.*) – це одна з найбільш коварних загроз для країни. Як зазначає професор Коїті Накано, політолог в Університеті Софія в Токіо, ідентичність багатьох японських чоловіків пов'язана з груповим мисленням і повагою до авторитету: «Це зовсім протилежно творчості і оригінальності, в яких потрібна економіка сьогодні» [11]. В наведеному цитаті цікаві два моменти. Перший момент пов'язаний з так званими сарариманами, певної соціальної групою в Японії, навколо якої, в основному, впродовж десятиліть виражалась економіка, ідеологія і політика Японії. Другий момент пов'язаний з тим, що сучасна Японія переживає економічний (і в якій-то мірі соціальний – *К. Р.*) кризис з-за цих самих сарариманів. В результаті, перед урядом Японії в 2016 г. була поставлена задача – що-небудь зробити з феноменом сараримана [11]. Між тим, для того щоб зрозуміти, що можна зробити позитивного з феноменом сараримана, необхідно спочатку розібратися з самим феноменом.

В запропонованому дослідженні розмова піде про артикуляцію феномена сараримана. Під артикуляцією в даному випадку розуміється ситуація, коли визначений стиль або спосіб дії потрапляє в фокус уваги, поіменовується, стає тим самим як би більш окресленим, завдяки чому стає можливим його нормативне вираження і поширення в суспільстві [2]. В даному конкретному випадку інтерес представляє артикуляція феномена сараримана як соціоніма соціальної групи сарариманів і, можливо, як культуроніма культури сарариманів. Під соціонімом тут розуміється «колективне ім'я визначеної соціальної групи (шире – уявляемого суспільства), використовуване для групової ідентифікації і стигматизації» [1, с. 110].

Отже, метою дослідження – розкрити обставини артикуляції соціоніма «сарариман».

Сарариман (іноді: *саларимен*) – це японське слово *サラリーマン*, утворене поєднанням двох слів: *salary* «оклад» + *man* «чоловік» = *salariied man* «служачий на окладі». Американський японист Езра Вогел, який першим представив англійській публіці слово і поняття «сарариман», помилково вважає, що слово «сарариман» виникло і поширилося серед японців в 1930-х гг. в зв'язку з розширенням державної бюрократії і зв'яз-

заною з війною промисловістю [15, с. 1–12]. Однак вперше, наскільки відомо, це слово було використано в 1918 г. [8, с. 33] (іноді називають 1916-й г. [10, с. 1] – *К. Р.*) японським художником Ракутэном Китадзавою, крім того, праотцем сучасної манги і першим, хто використовував слово «манга» в сучасному значенні цього слова. Ракутэн Китадзава опублікував серію карикатур під назвами «Небеса сараримана» (яп. *サラリーマンの天国 Сарариман но тэнгоку*) і «Ад сараримана» (яп. *サラリーマンの地獄 Сарариман но дзигуку*) [7, с. 28]. В «Небесах сараримана» зображались делові поїздки, прогулянки з машинистками і довгі вихідні. В «Аду сараримана» зображались поїздки в переповнених трамваях в час пік, сплетні і інтриги серед колег і робота допіздна в кінці фінансового місяця. Однак по великому рахунку популяризовано слово «сарариман» було завдяки творчості японського економіста Маэды Хадзіме «Історія сараримана» (яп. *サラリーマン物語 Сарариман моногатари*, 1928 г.) [7, с. 27] і фільмам японського кінорежисера Ясудзиро Одзу «Токійський хор» (яп. *東京の合唱 Токё но корасу*, 1931 г.) і «Родиться-то я родився...» (яп. *大人の見る絵本 生れてはみたけれど Отона но міру эхон: Умарэтэ ва міта кэрэдо*, 1932 г.) [7, с. 28]. Уже в те часи слово «сарариман» застосовувалося тільки до «білих воротничків», працюючим в сфері державної бюрократії і в великих компаніях [15, с. 1–12]. Сарариман складає ядро японської трудової системи, названої в 1958 г. Джеймсом Абеггленом (*James Abegglen*) «тремя священными сокровищами» (*the three sacred treasures*) [12, с. 151] по аналогії з «Тремя священными сокровищами Японії», то є Регаліями японського імператора (бронзовим дзеркалом *Ята-но кагами*, підвески з цінних каменів (яшми) *Ясакі-но магатама*, мечом *Кусанагі-но цуругі*). Вот ці три сокровища [12, с. 151–154]: 1) пожизненный найм (*Lifetime employment*); 2) зарплатна плата (*Seniority wages*); 3) підприємницькі об'єднання (*Enterprise unions*). В зв'язку з цією системою, «працівники зразу по завершенні навчання приходять працювати в фірму і залишаються в ній як постійні працівники до досягнення пенсійного віку. Вони отримують внутрішню професійну підготовку і безпечні <= гарантовані – *К. Р.*> просування по кар'єрній драбінці, збільшення зарплатної плати в зв'язку з продовжувальністю їх служби в фірмі і користуються всіма благами соціального забезпечення, які їм надають роботодавці. Вони отримують соціальний престиж і почуття власної гідності від фірми, до якої вони обрали приєднатися» [17, с. 56].

Взагалом і в цілому вказана система породила сараримана в тому вигляді, в якому його знає сучасна Японія, – білого воротничка, який лояльний до компанії, на яку він працює, і який тому не перейде працювати в іншу компанію. Останнє не робить також по іншій причині: «Одним з елементів довготривалої зайнятості є розвиток специфічного для фірми людського капіталу шляхом ротачію робітників з однієї роботи на іншу всередині фірми. Працівники знають о фірмі все, що їм не вистачає навиків, щоб перейти в іншу фірму. Така професійна підготовка «синих воротничків» призводить до «біловоротничковості» робітників в великих фірмах і, як наслідок, до великої лояльності до фірми» [12, с. 152]. З-за лояльності до фірми сарариман частіше змушений працювати, чим ли не до 60 годин в тиждень [16]. Як наслідок, сарариман майже не бере участі в житті своєї

семьи [16]. Кроме того, среди сарариманов высокий уровень *кароси* (яп. 過労死 «смерть от переработки»), профессиональной внезапной смерти (обычно, от инфаркта или инсульта вследствие стресса и переутомления на работе) [16].

Хорошего сараримана отличают следующие качества [5]: 1) сарариман лоялен и предан своей компании; 2) если сарариман столкнется с конфликтом между служебными обязанностями и семейным долгом, в 99% случаев он выберет служебные обязанности; 3) сарариман принципиален; 4) сарариман никогда не критикует свою компанию и своих коллег; 5) сарариман надежен; 6) сарариман одержим деталями; 7) сарариман учитывает всевозможные варианты; 8) сарариман консервативен; 9) сарариман принимает все важные решения в комитетах; 10) сарариман – конформист.

Постоянная занятость на работе сарариманов выставляет их в обществе зачастую в негативном свете. Особенно хорошо над их негативным образом поработали массмедиа. Стереотипный образ сараримана таков [6]: 1) жизнь практически полностью вращается вокруг работы в офисе; 2) в обязательном порядке и ежедневно носит костюм и галстук; 3) сверхурочная работа каждый вечер; 4) добросовестность, но неоригинальность; 5) отсутствие инициативы и конкурентоспособности; 6) тщательное следование приказам вышестоящих лиц; 7) ощущение сильной эмоциональной связи с сотрудниками; 8) три основных способа времяпрепровождения вне работы: употребление спиртных напитков, гольф и маджонг (в 2000-е гг. добавились увлечения аниме, манга, видеоиграми и тому подобным); 9) караоке до поздней ночи и запойное пьянство. У сарариманов есть даже уничижительные прозвища: *сачику* (яп. 社畜), буквально переводится как «корпоративный сток»; *бака сарариман* (яп. 馬鹿サラリーマン) – «глупый сарариман»; *кайся-но ину* (яп. 会社の犬), буквально переводится как «пёс корпорации»; *кигъйо сэнси* (яп. 企業戦士), буквально переводится как «солдат корпорации».

Последние два прозвища – «пёс корпорации» и «солдат корпорации» – не всегда носят негативный оттенок. Это связано, прежде всего, с тем фактом, что «сарариманы» часто ассоциируются с самураями. Кодекс самураев (*бусидо*), включая их манеры, поведение и дух, основанный на Дзен, символизируют идеальные качества (*aspects*) сараримана [9, с. 34]. Это связано с историей возникновения сараримана как класса. Класс сарариманов – это порождение «Реставрации Мейдзи» (яп. 明治維新 *Мэйдзи Исин*), системы политических, военных и социально-экономических реформ в Японии 1868–1889 гг.: молодые самураи, создавшие олигархат под прикрытием имени императора Мейдзи, «инициировали» далеко идущую программу модернизации и создания нации, которая заложила основы для превращения Японии в промышленную и военную державу в начале XX в. Разнообразные инновации и изменения включали в себя создание технологически современной армии, которая вскоре должна была осуществить экспансию Японской империи в Азии, и учреждение современных социально-экономических и политических институтов. Дух этого проекта модернизации (*modernity*) был отражён в современных слоганах, таких, как: «Богатая страна, сильная армия» (яп. 富国強兵 *Фукоку кёхэй*) и «Цивилизация и просвещение» (яп. 文明開化 *Бунмэй-кайка*). Важно отметить, что в соответствии со слоганом «Цивилизация и просвещение», неотъемлемой частью создания сильной новой нации был санкционированный и распространяемый посредством государства и общества дискурс «цивилизованной морали», предназначенный для создания новых просвещённых японца и японки. Это, как предполагает другой популярный слоган того времени, «Японский дух и западное образование» (яп. 和魂洋才 *Вакоун йосай*), синтезировало выборочные неоконфуцианские ценности предыдущего режима (Токугавы), обеспечивавшие предписывающий дискурс самураев и социально-политических элит, с новыми импортными медицинскими, юридическими и социальными дискурсами Запада. Необходимо отметить, что «официальная идеология», сформировавшаяся в результате синтеза этих выборочных заимство-

ваний, была национальной идеологией, которая в принципе касалась всех японцев, а не только определённых групп или классов, как это было в случае предыдущих предписаний Токугавы» [7, с. 26].

Таким образом, военная идеология самураев была слита с западным образованием. Как результат, «с 1871 г. японское правительство начало выплачивать рабочим месячную зарплату вместо ежегодной зарплаты. Впоследствии возник новый уровень бюрократических работников, который отличался от высокопоставленных чиновников, ездивших в дорогих каретах или повозках, присылаемых за ними из их офисов. К 1907 г. представители этой новой городской социально-экономической группы зачастую одевались в западную деловую одежду и их часто замечали в передвижениях пешком или на современном виде массового транспорта в свои офисы. Клерки, одетые в традиционную японскую одежду, часто назывались *косибэн* <яп. 腰弁 – слово, образованное сочетанием двух слов: 腰 *коси* «бедро», «тазобедренный», «боковой» + 弁当 *бэнто* «однопорционная упакованная еда навынос» – К. Р.>, словом, пришедшим из позднего этапа эпохи Токугавы, с помощью которого обозначали самураев низкого сословия, которые работали в местах за пределами своих домов и приносили обед с собой. Они носили свои коробки с едой (*бэнто*) на ремнях, пристёгнутых к поясу кимоно, – отсюда: *бэнто*, болтающееся на бедре, *коси*. <Во время «Реставрации Мейдзи» и позже – К. Р.> слово «косибэн» часто употреблялось в пейоративном значении для обозначения нижнего слоя городских белых воротничков, которые продолжали носить традиционную японскую одежду, так как их рабочие места не были достаточно важными, а их зарплаты (*salaries*) не были достаточно высокими, чтобы позволить им носить западные костюмы. По-западному одетым эквивалентом *косибэна* был *йофуку саймин* (яп. 洋服細民 «худой человек в западной одежде»), плохо одетый бедный бизнесмен. В последние годы эпохи Мейдзи эти работники были также известны под именами *гэккю торы*, мужчины, получающие ежемесячную зарплату, и *цумомэнин* (яп. 勤め人), мужчины, добирающиеся до места работы на поезде» [8, с. 33]. Именно *йофуку саймин* / *цумомэнин* впоследствии и стал именоваться сарариманом.

Между тем, условно говоря, «институт сараримана» стал доминирующим институтом только после Второй мировой войны в связи с переориентацией японского технационализма. Вот что пишет о японском технационализме американский политолог Ричард Дж. Сэмюэлз: «Технология была делом национальной безопасности и набором верований и практик, составлявших такое видение, которое можно назвать «технационализмом». Национальные лидеры Имперской Японии, после бесчисленных дебатов и вопреки иногда явному несогласию, пришли к формуле «военного технационализма», которая бы одновременно усилила экономическую и военную безопасность. Несмотря на поражение в Тихоокеанской войне, послевоенные японские проектировщики унаследовали институты этого военного технационализма и вызванные им творческие способности. Некоторые искали, как реконструировать довоенную парадигму. Другие боролись за умиротворение экономики и её руководителей. Однако никто из них не протестовал против исключительной значимости овладения, расширения и изучения технологий; никто не протестовал против технациональной парадигмы. Период с 1945 по 1955 гг. был критическим в определении того, будет ли японская национальная система руководствоваться военными или коммерческими мотивами» [13, с. 33–34]. Так как в итоге победил «коммерческий технационализм», а не «военный технационализм», на первый план вышел уже готовый институт сараримана, который, с одной стороны, наследовал военный институт самураев, а с другой – был направлен на мирную экономику, а не на милитаризованную. Можно сказать, что сарариман стал символом коммерческого технационализма Японии, который является наследником военного технационализма страны, который, в свою оче-

редь, был результатом проекта модернизации Японии, известного как «Рестаурация Мейдзи». Отсюда: когда речь заходит об экономическом кризисе Японии в связи с феноменом сараримана, необходимо понимать, что этот кризис связан не просто с феноменом и институтом сараримана, но с коммерческим технонационализмом Японии. Другими словами, кризис экономики Японии является кризисом института сараримана и кризисом коммерческого технонационализма, а значит, в какой-то степени и кризисом того проекта модернизации Японии, который был начат ещё в конце XIX в., – это в некотором роде вскрывает тот факт, что феномен сараримана, на самом деле, является пережитком милитаризованного прошлого Японии. Этот момент (сарариман как пережиток милитаризованного прошлого Японии – К. Р.), кстати, стал предметом критики создателей манги и аниме, например, Кацухиро Отомо [3–4]. Кроме того, такая социокультурная группа, как отаку, выделилась в конце 1970-х – начале 1980-х гг., в том числе как контркультурное образование, группа, выступающая против ценностей сарариманов. В какой-то мере можно сказать, что выделение отаку как отдельной группы – это признак надвигающегося кризиса института сараримана и коммерческого технонационализма Японии, а современные феномены «хикikomори», «паразит-одиночка» (яп. パラサイトシングル, *Parasaito sungyuru*, англ. *Parasite single* – К. Р.) и «травянистый мужчина» (яп. 草食(系)男子, *Socōku (-kōji) danshi*, англ. *Herbivore men, grass-eater men* – К. Р.) (см. подробнее: [14] – К. Р.) – уже результаты этого кризиса.

В качестве выводов надлежит зафиксировать, что соционим «сарариман», вероятнее всего, был придуман в 1916 г. или 1918 г. японским художником Ракутэном Китадзавой для обозначения новой социальной, культурной и экономической группы «белых воротничков», которые изначально назывались *йофуку саймин* и *цумомэнин* и были результатом слияния военной идеологии самураев с западным образованием в ходе реализации проекта модернизации Японии, известного под названием «Рестаурация Мейдзи». После Второй мировой войны сарариман стал символом коммерческого технонационализма, который является трансформированным военным технонационализмом, возникшим в ходе «Рестаурации Мейдзи». Поэтому в какой-то степени сарариман может быть понят как пережиток милитаризованного прошлого Японии, что, возможно, является причиной современного экономического кризиса национальной системы Японии, образовавшейся вокруг института сараримана. Возможным выходом из ситуации, сложившейся в современной национальной системе Японии на основе института сараримана, может быть либо полный отказ от института сараримана (и коммерческого технонационализма – К. Р.), либо же реконфигурация соционима «сарариман», то есть наделение новыми значениями и смыслами понятия «сарариман», феномена и института, стоящих за этим понятием.

Литература

1. Райхерт К. Артикуляция соционима «отаку» / К. Райхерт // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2016. – № 10. – С. 110–114.
2. Райхерт К. Концепция изменения фоновых практик Ч. Спиносы, Ф. Флореса и Х. Дрейфуса и её версии / К. Райхерт // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. – 2016. – № 4(13). – С. 102–110.
3. Райхерт К. Социальная критика в анимационном фильме «Приказ на остановку строительства» Кацухиро Отомо / К. Райхерт // Пріоритетні напрями вирішення актуальних проблем суспільних наук : Матеріали науково-практичної конференції, 12–13 вересня 2014 р., м. Одеса, Україна. – Одеса : ГО Причорноморський центр досліджень проблем суспільства, 2014. – С. 32–35.
4. Райхерт К. Социальная критика в анимационном фильме «Пушечное мясо» Кацухиро Отомо / К. Райхерт // Zbiór raportów naukowych “Knowledge Society” (30.10.2014 – 31.10.2014). – Czesc 6. – Lodz : SP.zo.o. Diamond trading tour, 2014. – S. 64–69.

5. Company Harmony, Salaryman Networks and Japanese Business. – URL: <https://www.venturejapan.com/japanese-business-culture-harmony.htm> (accessed 08.08.2017).

6. Dasgupta R. Creating Corporate Warriors: The “Salaryman” and Masculinity in Japan / Romit Dasgupta // *Asian Masculinities : The Meaning and Practice of Manhood in China and Japan* / ed. K. Louie and M. Low. – London : Routledge, 2005. – P. 118–134.

7. Dasgupta R. Re-reading the Salaryman in Japan : Crafting Masculinities / Romit Dasgupta. – Abingdon, Oxon; New York, NY : Routledge, 2013. – 204 p. – (Routledge/Asian Studies Association of Australia East Asia series, 13).

8. Freedman A. Tokyo in Transit : Japanese Culture on the Rails and Road / Alisa Freedman. – Stanford : Stanford University Press, 2010. – 352 p.

9. Hidaka T. Corporate Warriors or Company Animals : an Investigation of Japanese Salaryman Masculinities across the Three Generations : PhD Thesis / Tomoko Hidaka. – Adelaide : University of Adelaide, 2006. – 252 p.

10. Hidaka T. Salaryman Masculinity : Continuity and Change in Hegemonic Masculinity in Japan / Tomoko Hidaka. – Leiden ; Boston : Brill Academic Publishers, 2010. – 224 p. – (Social Sciences in Asia).

11. Lewis L. The Curse of the Salaryman / Leo Lewis // *Financial Times* URL: <https://www.ft.com/content/d1a6aa18-1045-11e6-91da-096d89bd2173> (accessed 03.09.2017).

12. Rosser I., Rosser M. Comparative Economics in a Transforming World Economy / I. Barkley Rosser, Marina V. Rosser. – 2nd ed. – Cambridge, MA ; London : MIT Press, 2004. – 646 p.

13. Samuels R. J. “Rich Nation, Strong Army”: National Security and the Technological Transformation of Japan / Richard J. Samuels. – Ithaca : Cornell University Press, 1996. – 480 p. – (Cornell Studies in Political Economy).

14. Toivonen T., Imoto Y. Making Sense of Youth Problems / Tuukka Toivonen, Yuki Imoto // *A Sociology of Japanese Youth: From Returnees to NEETs* / ed. R. Goodman, Y. Imoto, T. Toivonen. – London ; New York : Routledge, 2012. – P. 1–29. – (Nissan Institute / Routledge Japanese Studies Series).

15. Vogel E. Japan’s New Middle Class: the Salary Man and His Family in a Tokyo Suburb / E. Vogel. – 2nd ed. – Oakland : University of California Press, 1971. – 313 p.

16. Wingate K. Japanese Salarymen : On the Way to Extinction? / Kristin Wingate // *Undergraduate Journal of Global Citizenship*. – Vol. 1. – 2011. – № 1. – Article 2 URL: <http://digitalcommons.fairfield.edu/jogc/vol1/iss1/2> (accessed 08.08.2017).

17. Wolff L. The Death of Lifelong Employment in Japan? / Leon Wolff // *Corporate Governance in the 21st Century : Japan’s Gradual Transformation* / ed. L. Nottadage, L. Wolff, and K. Andersen. – Cheltenham ; Northampton : Edward Elgar, 2008. – P. 53–80.

Анотація

Райхерт К. В. Артикуляция соционима «сарариман». – Статья.

Соционим «сарариман» был придуман в 1916 г. или 1918 г. японским художником Ракутэном Китадзавой для обозначения новой социальной, культурной и экономической группы «белых воротничков», которые изначально назывались «йофуку саймин» и «цумомэнин» и были результатом слияния военной идеологии самураев с западным образованием в ходе реализации проекта модернизации Японии, известного под названием «Рестаурация Мейдзи». После Второй мировой войны сарариман стал символом коммерческого технонационализма, который является трансформированным военным технонационализмом, возникшим в ходе «Рестаурации Мейдзи». Поэтому в какой-то степени сарариман может быть понят как пережиток милитаризованного прошлого Японии, что, возможно, является причиной современного экономического кризиса национальной системы страны, образовавшейся вокруг института сараримана. Возможным выходом из ситуации, сложившейся в современной национальной системе Японии на основе института сараримана, может быть либо полный отказ от института сараримана (и коммерческого технонационализма), либо же наделение новыми значениями и

смыслами понятия «сарариман», феномена и института, стоящих за этим понятием.

Ключевые слова: артикуляция, самурай, соционим, технонационализм, Япония.

Анотація

Райхерт К. В. Артикуляція соціоніма «сараріман». – Стаття.

Соціонім «сараріман» був вигаданий у 1916 або 1918 році японським художником Ракутеном Кітадзавою для позначення нової соціальної, культурної й економічної групи «білих комерців», які первісно називалися «йофуку саймін» і «цутomenin» і були результатом злиття військової ідеології самураїв із західною освітою під час реалізації проекту модернізації, відомого як «Реставрація Мейдзі». Після Другої світової війни сараріман став символом комерційного технонаціоналізму, який є перетвореним військовим технонаціоналізмом, що виник під час «Реставрації Мейдзі». Тому певною мірою сарарімана можна розглядати як пережиток мілітаризованого минулого Японії, що, можливо, є причиною сучасної економічної кризи національної системи країни, утвореної навколо інституту сарарімана. Можливим розв'язання кризи може бути або цілковита відмова від інституту сарарімана (та комерційного технонаціоналізму), або наділення новими значеннями та смислами поняття «сараріман», феномену й інституту, що стоять за цим поняттям.

Ключові слова: артикуляція, самурай, соціонім, технонаціоналізм, Японія.

Summary

Rayherth K. V. The articulation of the socionym of sararyman. – Article.

Socionym “sararyman” was coined in 1916 or 1918 by Japanese artist Rakuten Kitazawa for collective naming of new social, cultural and economic group of the “white collar” workers who were named “yofuku saimin” and “tsutomenin” originally and who were the results of the merge of the military ideology of the Samurai and the Western Education during the realization of the project of modernization of Japan known as “The Meiji Restoration”. After World War II the sararyman became a symbol of the commercial techno-nationalism that was a transformed military techno-nationalism originated from “The Meiji Restoration”. There fore, in some way the sararyman can be understood as a remnant of the military past of Japan what, probably, can be seen as a cause for the contemporary economic crisis of the national system of Japan aroused around the sararyman institute. The possible solution of the crisis can be either a full rejection of the sararyman institute and the commercial techno-nationalism or an investment of new meanings to the socionym of sararyman and to the phenomenon and institute of the sararyman.

Key words: articulation, Japan, Samurai, socionym, techno-nationalism.