

РОЗДІЛ III. РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ

УДК 327.8:008(520)

Наталія Карпчук,

доктор політичних наук, професор
кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
ORCID ID 0000-0002-9998-9538
natalia.karpchuk@vnu.edu.ua
DOI 10.29038/2524-2679-2021-03-169-181

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯПОНІЇ

Образ Японії, очевидно, має подвійну природу: з одного боку, її сприймаємо як високотехнологічного, економічно розвиненого, прагматичного глобального актора, а з іншого – асоціюємо з екзотичною кухнею, загадковою традиційною культурою, ультрасучасною поп-культурою й неймовірною природою. Після Другої світової війни ці образи цілеспрямовано створювалися культурною дипломатією, яка трансформувалася практично кожних десять років залежно від змін у зовнішньополітичному оточенні. Зокрема, уряд Японії формував і просував такі образи держави: «мирна Японія» (1950–1960-ті роки), «економічно розвинена Японія» (1970-ті рр.), «міжнародний актор» (1980-ті рр., проте в цей період в Азійському регіоні домінує образ «безликої Японії»), «країна новаторської культури» (1990-ті рр.), «партнер із розвитку миру» (початок XXI ст.), «країна постмодерної культури й найкращої кухні світу» (із 2012 р.). Японська фундація як інституція культурної дипломатії сприяє популяризації та навчанню японської мови, культурним обмінам й організації японських студій за кордоном. МЗС Японії активно просуває культуру країни через «поп-культурну дипломатію», підтримку вивчення японської мови та проведення досліджень, що стосуються Японії. Дипломатичні представництва за кордоном організовують усебічну культурну діяльність у межах своїх територій для покращення розуміння Японії й виховання прояпонських груп. Ефективним і впливовим інструментом культурної дипломатії Японії є гастродипломатія як ресурс м'якої сили, яка підвищує привабливість і бажаність японської культури, людей,

цінностей та ідеалів, посилює асоціацію деяких продуктів із Японією й дає змогу отримати економічні здобутки, зокрема експорт продуктів харчування, збільшення туризму.

Ключові слова: *культурна дипломатія, МЗС Японії, Японська фундація, Японський дім, гастродипломатія, м'яка сила, образ.*

1. ВСТУП

Постановка проблеми. Культурна дипломатія, попри свою термінологічну новизну, існувала століттями. Дослідників, подорожувальників, торговців, учителів, митців можна вважати ранніми «культурними дипломатами», адже, завдяки обміну мовами, релігіями, ідеями, мистецтвом, суспільними структурами, вони сприяли покращенню стосунків між різноманітними групами. Згодом наприкінці ХХ ст. культурний обмін (часто на рівні аматорських колективів) дав змогу нормалізувати відносини між СРСР і США, демонструючи миролюбність, «нормальність» пересічних громадян обох держав. Відтак поступово з периферії міжнародних відносин культурна дипломатія перетворюється в інноваційний, дієвий інструмент зовнішньополітичних комунікацій. Сьогодні культурна дипломатія володіє унікальною можливістю впливати на формування світової громадської думки, ідеології, ставлення громадян, спільнот, культур і націй, сприяти миру й стабільності. Цьому допомагає дотримання таких принципів: поваги та визнання культурного розмаїття й спадку, глобальний міжкультурний діалог, справедливість, рівність і незалежність, захист міжнародних прав людини, глобальний мир та стабільність [8].

До наукового обігу термін «культурна дипломатія» увів американський дослідник Ф. Баргурн у 1960-х рр.; досліджуючи пропаганду СРСР, він розумів культурну дипломатію як маніпулювання культурними матеріалами й кадрами з пропагандистською метою [2]. М. Каммінгс трактує культурну дипломатію як обмін ідеями, інформацією, цінностями, традиціями та іншими аспектами культури, які можуть сприяти покращенню взаєморозуміння між народами [4]. Ф. Тейлор вважає, що культурна дипломатія є політичною діяльністю, яка слугує національним інтересам «під прикриттям культури» [16]. Н. Калл вважає, що культурна дипломатія є одним із напрямів публічної дипломатії, орієнтованим на встановлення відносин між державою та іноземною аудиторією саме у сфері культури [3]. «Українська дипломатична енциклопедія» визначає культурну дипломатію як: 1) зовнішню культурну політику, мета якої –

збереження національної культури, обстоювання національно-культурної ідентичності в міжнародному співробітництві тощо; 2) урахування в дипломатичній діяльності держави культурних факторів задля досягнення міждержавного порозуміння через подолання культурних бар'єрів; 3) використання різноманітних чинників, культури, мистецтва й освіти з метою захисту й просування на міжнародній арені національних інтересів [1, с. 381].

Розмаїття дефініцій пов'язане зі зростанням кількості акторів міжкультурного обміну, швидким сучасним розвитком форм культурної дипломатії, моделей, засобів та інструментів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні окремими аспектами культурної дипломатії займаються С. Гуцал, О. Зернецька, М. Ожеван, О. Кучмій, Ю. Константинова, О. Литвиненко, А. Луценко, І. Місюк, Н. Мусієнко, Є. Макаренко, О. Розумна, Т. Пересунько, І. Піскорська, О. Потехіна, М. Процюк, Г. Почепцов, І. Сухорольська, О. Тищенко-Тишковець, Н. Сербіна, Я. Турчин й ін. Серед закордонних дослідників провідне місце належить американським ученим – К. Л. Адельману, Е. Блінкену, Дж. Даффі, Дж. Крічлоу, Н. Каллу, В. Р'ю, Н. Сноу, Г. Тачу, Ф. Тейлору, П. Шарпу та ін. Стосовно культурної дипломатії Японії, то мультидисциплінарні дослідження проводилися лише за кордоном і варіювали від аналізу японської культури (Т. Огава), японських культурних продуктів і програм (А. Алісон, Н. К. Отмазгін) до оцінки культурної дипломатії Японії (А. Фукушіма, П. Е. Лам, Т. Накамура). Однак в українському науковому просторі дослідження культурної дипломатії Японії є фрагментарним.

Формулювання цілей статті. Мета роботи – проаналізувати особливості культурної дипломатії Японії, які дали змогу державі ефективно себе позиціювати на міжнародній арені. Щоб реалізувати мету визначили такі **завдання**: дослідити, як розвивалася й змінювалася культурна дипломатія Японії після Другої світової війни; які інструменти використовують на наднаціональному рівні для просування культурних і політичних цінностей держави.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Для Японії наголос на культурній дипломатії не є інноваційним інструментом у її зовнішній політиці. Навпаки, державу можна вважати одним із піонерів культурної дипломатії в сучасній концеп-

ції цього терміна. Протягом історії Японія позиціонувала себе як найбільш «європейська» з усіх азійських країн у своїй гуманітарній політиці. Однак японська агресивна зовнішня політика в першій половині ХХ ст. в регіоні й успішний розвиток Китаю й Республіки Корея затьмарили цей образ. У сучасній історії відмова від застосування сили офіційних збройних сил та економічна слабкість країни в повоєнні роки змусили японський уряд згадати позитивний досвід минулого, зокрема зосередитися на культурній дипломатії, яка допомогла відновити імідж країни й стати взірцем економічного розвитку для інших держав [7].

К. Огура виокремлює етапи еволюційного розвитку, які пройшла культурна дипломатія Японії [14]:

- упродовж 1950–60-х рр. метою японської культурної дипломатії було перетворити довоєнний образ Японії як милітаристської держави в новий образ Японії як миролюбної нації. Із цією метою особливу увагу стали приділяти популяризації таких культурних заходів, як чайна церемонія й квітова композиція, сподіваючись, що вони передадуть безтурботну, миролюбну природу Японії решті країн світу. Брошури із зображеннями квітів сакури та засніженої Фудзі мали передати відчуття спокою й безтурботності. Для позиціювання Японії за кордоном не рекомендували згадувати такі елементи японської культури, як самурайський дух чи феодальні традиції; не заохочували поширення японської мови, бо в той час вона асоціювалася (в Азії зокрема) з імперськими амбіціями держави;

- наприкінці 1960 – на початку 1970-х рр., особливо після Олімпійських ігор у Токіо в 1964 р., акцент змістився з образу «мирної Японії» на формування картини економічно розвиненої Японії. У цей період у Європі та США японська продукція вважалася «дешевим» імпортом і японські експортери стикалися з різними перепонами (зокрема зі звинуваченнями в порушенні ринку). Щоб протистояти таким викликам, культурна дипломатія мала просувати образ Японії як технологічно й економічно передової нації. Цьому суттєво посприяло створення в 1972 р. Японської фундації, основна діяльність якої полягала в: 1) допомозі з викладання японської мови за кордоном; 2) культурному обміні, уключаючи обмін між митцями й музикантами; 3) заохочення японських студій за кордоном. Саме в цей період світова громадськість знайомиться з театром Кабукі та Но;

- у 1980-х рр. із розвитком японської економіки зростає також значення країни на міжнародній арені. Відтак культурна дипломатія стає однією з трьох опор дипломатії Японії (разом з участю в миротворчих операціях й офіційною політикою сприяння розвитку та економічної допомоги). Культурна співпраця включала такі заходи, як допомога країнам, що

розвиваються, в управлінні театральними сценами, надання їм освітлення й звукозаписуючого обладнання, оснащення вітрин для музеїв та надання технічної допомоги в менеджменті мистецтва. Ще одним напрямом культурної дипломатії стала протидія відчуттю загрози, яку переживав американський і європейський бізнес через інвестиційну діяльність Японії та її експортну активність. Публічна дипломатія японського уряду підкреслювала бажання й готовність створювати партнерства в міжнародній спільноті, особливо з іншими розвиненими державами. Результатом стало заснування в 1992 р. Центру глобального партнерства задля пропаганди нових видів культурної та інтелектуальної діяльності разом зі США. Зокрема, розроблено кілька програм для просування інтелектуального діалогу між обома країнами з питань демократизації в країнах, що розвиваються; екологічних проблем й інфекційних хвороб; заохочення контактів між НУО обох держав.

Ще одна мета культурної дипломатії Японії в цей період пов'язана з реакцією Азії на японський економічний прогрес. Із середини 1970-х до середини 1980-х рр. поширеною була думка, особливо в Азії, що «японський розум», на відміну від «японських товарів», залишався невидимим до азійських очей. Хоча ринки Азії були заповнені японськими автомобілями, технікою й іншими продуктами, думки та ідеї самого японського народу не донесені азійським сусідам Японії. У цей період часто звучала критика «безликої Японії». Культурна дипломатія переважно зосереджувалася на допомозі японцям зрозуміти мислення й психологію інших азійців. Це стало поштовхом до створення в 1980-х рр. Японського центру АСЕАН у Токіо, який знайомив японців з азійськими ідеями й способом мислення. Подібно Тойота Фонд започаткував свою Програму регіонального обміну досліджень Південно-Східної Азії. За нею фонд надавав стипендії вченим із Південно-Східної Азії для проведення досліджень та сприяв покращенню взаєморозуміння в регіоні АСЕАН;

• у 1990-х рр. у період стрімкої глобалізації Японія була змушена переосмислити власну культурну ідентичність. Замість того, щоб підкреслювати екзотичність, Японія повинна проектувати образ себе як новаторської, постмодерної культури. Аніме, манга, мода, попмузика, кухня й романи молодих письменників зайняли важливе місце в міжнародній культурній діяльності Японії. Однак більшість цих видів діяльності мали комерційний характер і японська культурна дипломатія була тісно пов'язана з торговельною політикою, зокрема щодо питань захисту прав інтелектуальної власності або участі в міжнародних кінофестивалях і книжкових ярмарках. Проте в цей період стрімко розвиваються Росія,

Китай, Південна Корея, Індія та деякі країни Південно-Східної Азії. Як наслідок, образ, який спроектувала Японія для решти світу як єдиної держави в Азії з розвинутою економікою, демократичними інститутами й давніми культурними традиціями, став розмитим. Тепер Японія повинна відрізнятись від Китаю, Південної Кореї та інших держав Азії. Отож у культурній дипломатії починають наголошувати на ультрасучасному аспекті японського суспільства: анімації, культурі отаку, або перевтіленнях у стилі косплею;

- у 2000 р. й наступні роки Японія просуває політику сприяння розвитку миру шляхом культурного обміну. Наприклад, після громадянської війни в Східному Тиморі, який тоді входив до складу Індонезії, багато дітей залишалися на тривалий період проживання в таборах біженців. Щоб забезпечити дітям комфорт, Японська фундація організувала компанію дитячого театру під назвою «Gekidan Kaze no Ko» («Театр дітей вітру»), щоб відвідати табір біженців і допомогти дітям соціалізуватися. Ще приклад: в Афганстані внаслідок військових конфліктів зникла культурна спадщина – кераміка Істаліфа. Для відродження цієї галузі художників-кераміків з Істаліфа запрошено до Японії, вони отримали можливість взаємодіяти з японськими гончарами [14].

У 2002 р. опубліковано статтю Д. МакГрея «Japan's Gross National Cool» [12], де йшлося про великий потенціал Японії як наддержави в геополітичному просторі завдяки її архітектурі, моді, попмузиці й високотехнологічним гаджетам. Під впливом цієї праці й Британської кампанії з ребрендингу держави «Cool Britannia», ініційованої Т. Блером, у 2010 р. уряд Японії розпочав свою кампанію «Cool Japan», щоб перетворити глобальне поширення японської попкультури в політичний вплив та економічні здобутки (хоча десь роки потому кампанію різко критикували саме за зовнішньополітичні провали).

Незабаром після повернення до влади у 2012 р. японський прем'єр-міністр Сіндзо Абе сміливо заявив, що «Японія повернулася» зі своїх «втрачених десятиліть» економічної стагнації й політичної турбулентності. Адміністрація Абе амбітно заявила, що прагне взяти на себе більшу роль у глобальному лідерстві, саме «м'яка сила» є ключем для досягнення цілі [17].

Однак Японія стикається з новими викликами: стрімке поширення й популяризація корейської культури у світі, відкриття китайських освітніх центрів у різних регіонах світу. Побоюючись, що Корея й Китай можуть поширювати, передусім у США, невігідні для держави наративи, зокрема про територіальні й історичні суперечки, Японія посилює свою публічну

дипломатію, щоб поширювати японські ідеї й трактування. Із цією метою Міністерство закордонних справ Японії засновує Японський дім [9] (Japan House) та відкриває три культурні центри – у Лондоні, Лос-Анжелісі й Сан-Пауло (через їх глобальний вплив чи глибокі історичні зв'язки). Кожен центр має виставковий простір, багатофункціональний простір із театральними приміщеннями, торгові площі, їжу та напої, книги, Інтернет-зв'язок і кафе. Основні теми – майбутнє традицій, пристрасть до популярної культури, сила передових технологій та привабливість японської кухні. Діяльність розрахована на якнайширшу аудиторію, включаючи тих, хто раніше не цікавився Японією.

У «Дипломатичній синій книзі», щорічному звіті про зовнішню політику Японії зазначено, що Токіо сподівається «донести правильне розуміння Японії» й формувати прихильників, обмінюючись різноманітними ідеями країни. Японський дім зосереджується лише на культурі, а не на регіональних суперечках, щоб уникнути будь-якої критики як розповсюджувача пропаганди. Японський дім віддаляється від викривлених образів традиційної японської культури та вузьких поглядів на Японію як на вигадливу країну аніме, натомість націлюється на «елітну» аудиторію багатих керівників підприємств, міських професіоналів, гурманів і любителів мистецтва високого рівня [5].

На англomовній сторінці МЗС Японії наголошено, що відомство активно передає різноманітну інформацію про японську зовнішню політику, а також загальну інформацію про Японію для кращого розуміння Японії у всьому світі. МЗС також сприяє заходам щодо впровадження японської культури, заохочення обмінів та пропаганди японської мови, взаємодії з політиками, лідерами думок, відповідними експертами та місцевим населенням [13].

У сфері культурної дипломатії МЗС Японії розвиває кілька напрямів:

- «попкультурна дипломатія»: МЗС, націлене на подальше розуміння та довіру до Японії, використовує попкультуру, крім традиційної культури й мистецтва, як головний інструмент культурної дипломатії. Із цією метою щороку організовує Японську міжнародну премію MANGA, головою виконавчого комітету якої є міністр закордонних справ. Премію засновано в травні 2007 р. з ініціативи тодішнього міністра закордонних справ Таро Асо з метою нагородження творців MANGA, які сприяють поширенню культури MANGA за кордоном і міжнародному культурному обміну через MANGA. Із 2008 р. Міністерство закордонних справ розпочало проєкт «Посол аніме» з метою підвищення інтересу людей за кордоном до Японії за допомогою аніме. Косплей також користується великою міжнародною

популярністю. Міністерство закордонних справ присудило премію міністра закордонних справ кращому костюмеру на «Всесвітньому саміті косплеїв», найбільшій щорічній косплей-події в Японії з 2007 р. [15];

- навчання японської мови: вивчення японської відіграє важливу роль у поглибленні розуміння Японії за кордоном і створенні баз для дружби з іншими країнами. Дані Японської фундації за 2015 р. свідчать, що понад 3,66 млн людей у 137 країнах та регіонах вивчають японську мову. Однак цілі дещо змінилися: студенти вивчають її не лише для практичних завдань, наприклад, для навчання за кордоном або для пошуку роботи; більшість їх опановують мову через інтерес до японської попкультури, наприклад, аніме та манги, або через бажання зрозуміти іншу культуру. Уряд через Японську фундацію направляє спеціалістів із японської мови, запрошує зарубіжних японських викладачів і студентів на навчальні програми в Японії, розробляє навчальні матеріали з японської мови та проводить конкурси японської мови в закордонних дипломатичних установах. У 249 містах у 85 країнах і регіонах світу проводять тест на знання японської мови (близько 1,01 млн людей пройшли тест у Японії та за кордоном у 2018 р.). Із 2016 р. платформа для вивчення японської мови «JF Japanese e-Learning Minato» допомагає тим, хто не має шансів вивчити японську мову через відсутність закладів поблизу чи брак часу для навчання в таких закладах. Крім того, уряд через Японську фундацію розробляє «Мережу JF Nihongo» (відому як «Мережа Сакури») – глобальну мережу, що з'єднує основні установи та асоціації викладачів японської мови задля сприяння ефективному поширенню японської мови. Японські громадяни, яких називають «партнерами NIHONGO» (у 2020 р. їх було понад 3 тис.), направлені Японською фундацією до середніх шкіл, переважно в Південно-Східній Азії. Вони допомагають місцевим викладачам японської й знайомлять учнів із японською культурою [10];

- японські студії та міжкультурний діалог: із метою підтримки та розвитку позитивних відносин між країнами світу й поглибленого розуміння Японії в цих країнах, уряд підтримує зарубіжні дослідження, пов'язані з політикою, економікою, суспільством і культурою Японії. У співпраці з Японською фундацією він здійснює різноманітні комплексні заходи допомоги, зокрема направляє запрошених професорів до основних японських навчальних закладів за кордоном, підтримує бібліотеки, пов'язані з Японією, надає допомогу в організації зустрічей та досліджень іноземних науковців у Японії. Міністерство закордонних справ планує, виконує й підтримує проекти, які сприяють інтелектуальному внеску та комунікації Японії у світовий розвиток і стабільність стосовно таких

глобальних викликів, як фінансові проблеми, зміна клімату, довкілля та конфлікти між етнічними групами й релігіями [11].

Крім того, із метою сприяння підтримці Японії, кращого розуміння Японії за допомогою японських досліджень МЗС здійснює такі заходи: надає інформацію про навчання в Японії через її дипломатичні представництва за кордоном; створює мережу випускників-іноземців, які навчались у Японії; співпрацює з програмою JET (Японська програма обміну й викладання), яка запрошує молодь із-за кордону до місцевих органів влади в Японії; направляє запрошених професорів до університетів і наукових установ за кордон; та розробляє грантову програму для науково-дослідної діяльності [5].

Японська дипломатія прагне зміцнити взаєморозуміння з іноземними громадянами й зробити імідж Японії ще більш позитивним. У рамках дипломатичної діяльності, спрямованої на покращення розуміння Японії та виховання прояпонських груп, дипломатичні представництва за кордоном організовують усебічну культурну діяльність у межах своїх територій. Ці заходи включають показ фільмів, музичні вистави, демонстрації бойових мистецтв, виставки кераміки, традиційних іграшок, творінь оригамі та ікебани, а також планування й організацію японських мовних конкурсів; популяризацію японсько-попкультури й культури харчування [5].

Ще одним надважливим елементом культурної дипломатії Японії є її гастрономія, яка дає можливість використовувати національну кухню як ресурс м'якої сили, щоб підвищити привабливість і бажаність культури, людей, цінностей та ідеалів, посилюючи асоціацію деяких продуктів із Японією, а також отримати економічні результати, такі як експорт продуктів харчування або збільшення туризму. Донедавна японська кухня була відома лише за суші й досі вважалась екзотикою за межами архіпелагу. Однак сьогодні кількість спеціалізованих ресторанів, де подають інші традиційні страви, постійно збільшується у всьому світі, що робить японську гастрономію однією з найвпливовіших. Японський уряд підтримав популяризацію національної кухні у всьому світі, зробивши вашоку (*washoku* – традиційну японську кухню) одним із головних елементів м'якої сили та культурної дипломатії Японії. Всесвітня виставка в Мілані у 2015 р. під назвою «Нагодуй планету, енергія для життя» продемонструвала великий успіх Японського павільйону, який загалом прийняв 2,28 млн гостей та отримав золоту нагороду за найкращу виставку в історії. У павільйоні була представлена японська кулінарна культура – від інгредієнтів та страв до технологій виробництва й харчових звичок. Успіху на Всесвітній виставці передувало чергове важливе міжнародне визнання: у грудні 2013 р. ЮНЕСКО включило вашоку до списку нематеріальної

культурної спадщини. Про успіх такої дипломатії свідчить кількість ресторанів японської кухні у світі: 2006 р. – 24 тис., 2017 р. – 117 тис.; експорт продуктів харчування зріс з 445 млрд єн у 2009 р. до понад 750 млрд у 2016 р. [6].

3. ВИСНОВКИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Тривалий час Японія позиціонувала себе як найбільш «європейська» з усіх азійських країн. Поте цей образ затьмарили еволюційний розвиток Китаю й Республіки Корея та японська регіональна агресивна зовнішня політика в першій половині ХХ ст. Після Другої світової війни держава переживала період економічної нестабільності, була змушена відмовитися від можливості застосування збройних сил, тому уряду довелося переглянути позитивний досвід минулого й зосередитися на культурній дипломатії. Зважаючи на зовнішньополітичні виклики, практично кожне десятиліття уряд Японії формував і просував новий образ держави: «мирна Японія» (1950–1960-ті рр.), «економічно розвинена Японія» (1970-ті рр.), «міжнародний актор» (1980-ті рр., проте в цей період в Азійському регіоні домінує образ «безликої Японії»), «країна новаторської культури» (1990-ті рр.), «партнер із розвитку миру» (початок ХХІ ст.), «країна постмодернової культури й найкращої кухні світу» (із 2012 р.). Уряд створює Японську фундацію, яка стає вагомим інструментом культурної дипломатії.

Міністерство закордонних справ Японії засновує Японський дім, який зосереджується винятково на культурі, а не на регіональних суперечках, щоб уникнути звинувачень у поширенні пропагандистських повідомлень. До цього кроку спонукали стрімке поширення й популяризація корейської культури у світі, відкриття китайських освітніх центрів у різних регіонах світу. Річ у тім, що Японія побоювалася, що Корея та Китай можуть поширювати невігідні для держави наративи, зокрема про територіальні й історичні суперечки. (До речі, саме аналіз стратегій-конкурентів культурної дипломатії Японії, Китаю та Південної Кореї може стати напрямом подальших наукових розвідок.)

У сфері культурної дипломатії МЗС Японії розвиває кілька напрямів: використовує попкультуру, крім традиційної культури й мистецтва, як головний інструмент культурної дипломатії; заохочує вивчення японської мови за кордоном; із метою підтримки та розвитку позитивних відносин між країнами світу й поглибленого розуміння Японії в цих державах підтримує зарубіжні дослідження, пов'язані з політикою, економікою, суспільством і культурою Японії.

Гастродипломатія як ще один дієвий інструмент культурної дипломатії сприяє посиленню м'якої сили Японії завдяки популяризації національної кухні й відтак підвищує привабливість і бажаність культури, людей, цінностей та ідеалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ожеван, М., Кучмій, О. (2004). Культурна дипломатія. Українська дипломатична енциклопедія: у 2-х т. Київ: Знання України, т. 1, с. 380–381.
2. Barghoorn, F. C. (1960). *The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Pres.
3. Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616 (1), p. 31–54. doi:10.1177/0002716207311952
4. Cummings, M. C., Jr. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington D. C: Center for Arts and Culture.
5. Diplomatic Bluebook (2017). URL: <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2017/html/chapter3/c030402.html>
6. Farina, F. (2018). Japan's gastrodiploamacy as soft power: global washoku and national food security. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17, No. 1, p. 152–167, URL: <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201823954940805.page>
7. Goncharova, E. (2018). *Cultural Diplomacy of Japan. Bachelor's thesis*, Tallinn, 39 p. URL: [https://digikogu.taltech.ee/en/Download/3430fe9656b54f2ba8f9891847b1a28a%20\(2\).pdf](https://digikogu.taltech.ee/en/Download/3430fe9656b54f2ba8f9891847b1a28a%20(2).pdf)
8. *Institute for cultural diplomacy*. URL: https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy
9. *Japan House*. URL: <https://www.japanhouse.jp/en/>
10. *Japanese Language Education*. URL: https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/j_language/index.html
11. *Japanese Studies and Intellectual Exchange*. URL: https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/j_study/index.html
12. McGray D. *Japan's Gross National Cool*. *Foreign Policy*, 130, 2002, p. 44–54. URL: https://www.researchgate.net/publication/200457070_Japan's_Gross_National_Cool
13. *Ministry of Foreign Affairs of Japan*. URL: https://www.mofa.go.jp/policy/culture/public_diplomacy.html
14. Ogoura, K. (2008). Japan's Postwar Cultural Diplomacy, *CAS Working Paper Series*, No. 1, Center for Area Studies, Freie Universität Berlin, 9 p. URL: https://www.fu-berlin.de/sites/cas/medienordner/CAS-WP/cas-wp_no_1-08.pdf
15. *Pop-Culture Diplomacy*. URL: <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>
16. Taylor, P. (1978). Cultural Diplomacy and the British Council: 1934–1939. *British Journal of International Studies*, 4 (3), p. 244–265, DOI: <https://doi.org/10.1017/S0260210500114603>

17. Warren, A. S. (2018). Japan is using cultural diplomacy to reassert its place in the world – but is the message too exclusive? *The Conversation*, November 12. URL: <https://the-conversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463>

JAPAN'S CULTURAL DIPLOMACY

The image of Japan obviously has a dual nature: on the one hand, we perceive it as a high-tech, economically developed, pragmatic global actor, and on the other – we associate it with exotic cuisine, mysterious traditional culture, ultra-modern pop-culture and incredible nature. After the Second World War, these images were purposefully created by cultural diplomacy, which was transformed almost every ten years depending on changes in the foreign policy environment. In particular, the Japanese government formed and promoted the following images of the state: «peaceful Japan» (1950–1960s), «economically developed Japan» (1970s), «international actor» (1980s, however during this period, the Asian region was dominated by the image of «aceless Japan»), «the country of innovative culture» (1990s), «partner for peace development» (early XXI century), «the country of postmodern culture and the best cuisine in the world» (since 2012). The Japanese Foundation, as an institution of cultural diplomacy, encourages and promotes the Japanese language, cultural exchanges and the organization of Japanese studies abroad. The Ministry of Foreign Affairs of Japan actively advances the country's culture through «pop-culture diplomacy», supports the study of the Japanese language and research related to Japan. Diplomatic missions abroad organize comprehensive cultural activities within their territories to improve understanding of Japan and the education of pro-Japanese groups. An effective and influential tool of Japan's cultural diplomacy is gastrodiplo-macy as a resource of soft power that increases the attractiveness and desirability of Japanese culture, people, values and ideals; it strengthens the association of some products with Japan, and enables economic gains, including food exports, increased tourism.

Key words: cultural diplomacy, the Ministry of Foreign Affairs of Japan, the Japanese Foundation, Japan House, gastrodiplo-macy, soft power, image.

REFERENCES

1. Ozhevan, M., Kuchmiy, O. (2004). Kul'turna dyplomatiya. *Ukrayinska dyplomatychna entsyklopediya: u 2-kh t.*, Kuiv: Znannya Ukrayiny, t. 1, p. 380–381.
2. Barghoorn, F. C. (1960). *The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.

3. Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616 (1), p. 31–54. doi:10.1177/0002716207311952
4. Cummings, M. C., Jr. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, Washington D.C: Center for Arts and Culture.
5. *Diplomatic Bluebook*, 2017. URL: <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2017/html/chapter3/c030402.html>
6. Farina, F. (2018). Japan's gastrodiploamacy as soft power: global washoku and national food security. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17, No. 1, p. 152–167. URL: <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201823954940805.page>
7. Goncharova, E. (2018). *Cultural Diplomacy of Japan*. Bachelor's thesis, Tallinn, 39 p. URL: [https://digikogu.taltech.ee/en/Download/3430fe9656b54f2ba8f9891847b1a28a%20\(2\).pdf](https://digikogu.taltech.ee/en/Download/3430fe9656b54f2ba8f9891847b1a28a%20(2).pdf)
8. *Institute for cultural diplomacy*, URL: https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy
9. *Japan House*. URL: <https://www.japanhouse.jp/en/>
10. *Japanese Language Education*. URL: https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/j_language/index.html
11. *Japanese Studies and Intellectual Exchange*. URL: https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/j_study/index.html
12. McGray, D. (2002). Japan's Gross National Cool. *Foreign Policy*, 130, p. 44–54. URL: https://www.researchgate.net/publication/200457070_Japan's_Gross_National_Cool
13. *Ministry of Foreign Affairs of Japan*. URL: https://www.mofa.go.jp/policy/culture/public_diplomacy.html
14. Ogoura, K. (2008). *Japan's Postwar Cultural Diplomacy, CAS Working Paper Series*, No. 1, Center for Area Studies, Freie Universität Berlin, 9 p. URL: https://www.fu-berlin.de/sites/cas/medienordner/CAS-WP/cas-wp_no_1-08.pdf
15. *Pop-Culture Diplomacy*. URL: <https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>
16. Taylor, P. (1978). Cultural Diplomacy and the British Council: 1934–1939. *British Journal of International Studies*, 4 (3), p. 244–265. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0260210500114603>
17. Warren, A. S. (2018). Japan is using cultural diplomacy to reassert its place in the world – but is the message too exclusive? *The Conversation*, November 12. URL: <https://theconversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463>

Матеріал надійшов до редакції 06.09.2021 р.