

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ДОРОШ НАЗАР ВАСИЛЬОВИЧ

Допускається до захисту:
в.о. завідувача кафедри
міжнародних відносин і зовнішньої
політики,
к.і.н., доцент

І.В. Богінська

« _____ » _____ 2021 р.

**КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ ЯПОНІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ «М'ЯКОЇ
СИЛИ» В РЕГІОНІ ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ**

Спеціальність 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні
студії

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Керівник:

Паніна І.Г., старший викладач кафедри
міжнародних відносин і
зовнішньої політики, к.і.н.

Оцінка: _____ / _____ / _____
(бали/за шкалою ECTS/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця - 2021

АНОТАЦІЯ

Дорош Н.В. Культурна дипломатія Японії як інструмент «м'якої сили» в регіоні Південно-Східної Азії. Спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Освітня програма міжнародні відносини (Бакалавр). Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

У кваліфікаційній роботі досліджено японську культурну дипломатію в регіоні Південно-Східній Азії. Автором було проаналізовано інструменти та механізми «м'якої сили». Серед найбільш ефективних інструментів культурної дипломатії Японії в регіоні було виділено освітні обміни, культурні фестивалі, соціальні мережі та медіа. У ході дослідження було виявлено проблеми, з якими Японія може зіштовхнутись у ході просування своєї політики культурної дипломатії. Автором пропонуються три варіанти політики Японії у сфері культурної дипломатії для регіону Південно-Східної Азії.

Ключові слова: «м'яка сила», культурна дипломатія, зовнішня політика, Японія, Південно-Східна Азія.

72 с., 4 табл., 2 рис., 2 дод., 46 джерел.

Табл. 4, Рис. 2, Бібліографія: 86 найм.

ABSTRACT

Nazar Dorosh. Cultural diplomacy of Japan as a tool of «soft power» in South-East Asia. Specialty 291 «International Relations, Public Communications and Regional Studies». Educational Program «International Relations» («Bachelor's Degree»). Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsa, 2021.

The qualification work researches Japanese cultural diplomacy in Southeast Asia. The author analyzed tools and mechanisms of "soft power". Educational exchanges, cultural festivals, social networks and media were among the most effective tools of Japanese cultural diplomacy in the region. The study identified issues that Japan may face in order to promote its cultural diplomacy. The author suggests three options for Japan's policy in the field of cultural diplomacy for Southeast Asia.

Key words: soft power, cultural diplomacy, foreign policy, Japan, Southeast Asia.

72 pp., 4 tables, 2 figures, 2 appendixes, 46 sources.

Table. 4, Fig. 2, Bibliography: 86 sources.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ «М'ЯКОЇ СИЛИ» В ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ЯПОНІЇ	
1.1 Концепція «м'якої сили» в сучасній світовій політиці і особливості застосування «м'якої сили» Японською державою.....	7
1.2 Еволюція японської культурної дипломатії на світовій арені.....	12
1.3. Культурна дипломатія Японії як елемент «м'якої сили» в зовнішньополітичних відносинах.....	17
РОЗДІЛ 2. ПІВДЕННО-СХІДНА АЗИЯ У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ЯПОНІЇ	
2.1 Історичний характер відносин Японії із країнами ПСА.....	27
2.2 Фактори зацікавленості Японії у співробітництві з країнами ПСА.....	30
2.3 Питання регіонального лідерства і суперництво за вплив у регіоні: роль «м'якої» сили.....	36
РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМИ І ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ ЯПОНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА КРАЇНИ ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ	
3.1 Особливості просування бренду «Японія» в регіоні.....	43
3.2 Діяльність Японського фонду, Азіатського центру та Центрів японської культури.....	47
3.3 Розповсюдження сучасної японської культури через соціальні мережі та медіа.....	52
3.4 Варіанти подальшого розвитку японської культурної дипломатії в ПСА та практичні рекомендації.....	54
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ.....	63
ДОДАТКИ.....	71

ВСТУП

Актуальність. Японська держава змогла за декілька десятиліть після програшу в Другій світовій війні повністю змінити свій імідж, зовнішньополітичний курс і заново побудувати відносини з країнами. Найбільш складним викликом було налагодження відносин з тими країнами, що найбільше постраждали від японців під час окупації. Серед цих держав саме ті, що знаходяться у регіоні Південно-Східної Азії ліпше всього відчували на собі політику Японії років Другої світової війни. Не дивлячись на це, регіон Південно-Східної Азії залишається ключовим у зовнішньому-політичному курсі Японії. Це пов'язано з тим, що країни цього регіону завжди були у сфері економічних, політичних та військово-стратегічних інтересів Японії. Цей регіон давав змогу Японії забезпечити своє процвітання, так як є багатим на ресурси, особливо у енергетичній сфері.

Наразі Японія уже давно відійшла від тих методів, що використовувала у Другій світовій війни, їм на заміну прийшла концепція «м'якої сили». Сьогодні Японія намагається мирним шляхом закликати до співробітництва країни регіону Південно-Східної Азії, тим не менш у Японії ще є перепони, які потрібно пройти заради того щоб досягти успіхів на які вона розраховує. Ця тема є мало вивченою на вітчизняному просторі, але не дивлячись на це вона представляє чималий інтерес з боку вивчення того, як держава повністю змінила свою політику, імідж та вийшла на новий етап розвитку.

Метою є визначення важливості використання концепції «м'якої» сили Японією, місця Південно-Східної Азії в зовнішньополітичному курсі Японії та визначення механізмів культурної дипломатії що Японія використовує стосовно регіону Південно-Східної Азії.

Для реалізації мети було поставлено **наступні завдання:**

- з'ясувати використання концепції «м'якої сили» Японією;

- проаналізувати процес формування й еволюції японської культурної дипломатії;
- визначити характер відносин Японії з країнами Південно-Східної Азії (далі - ПСА) та фактори зацікавленості Японії в зазначеному регіоні;
- визначити роль «м'якої сили» у питанні суперництва за вплив у регіоні ПСА;
- з'ясувати, які механізми та інструменти використовуються з метою просування японської культурної дипломатії у світі й регіоні ПСА;
- виявити особливості просування бренду «Японія» в регіоні;
- проаналізувати діяльність Японського фонду, Азіатського центру, Центрів японської культури;
- охарактеризувати роль соціальних мереж і медіа в просуванні сучасної японської культури;
- запропонувати рекомендації щодо подальшого розвитку культурної дипломатії Японії в регіоні.

Об'єкт дослідження - зовнішня політика Японії.

Предмет - культурна дипломатія Японії як інструмент «м'якої сили» в регіоні Південно-Східної Азії.

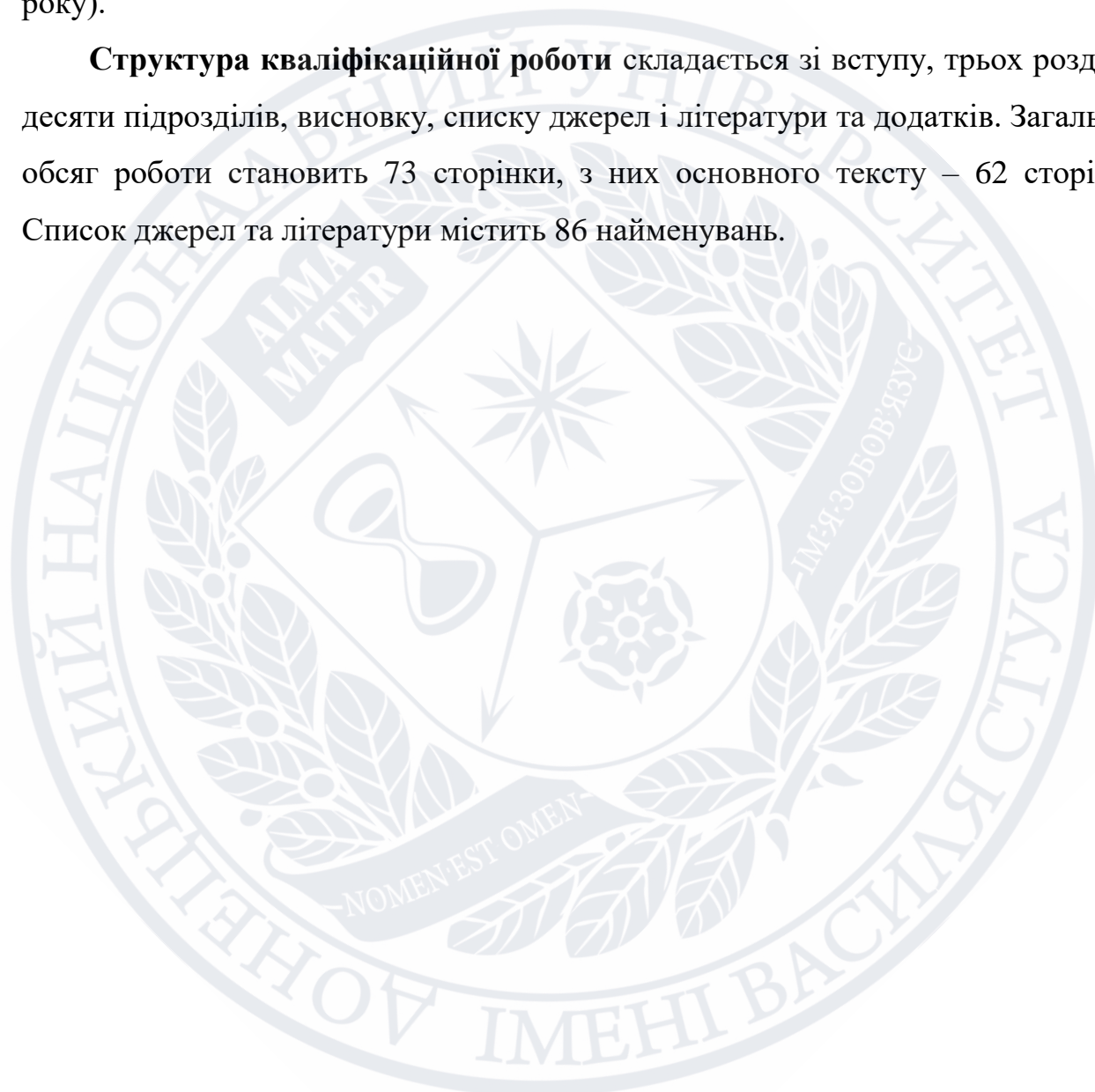
Теоретичне значення одержаних результатів обумовлено тим, що:

- робота є комплексним вітчизняним дослідженням інструментів культурної дипломатії Японії в регіоні ПСА;
- виділено особливості просування культурної дипломатії Японії на регіон ПСА;
- запропоновано варіанти подальшого розвитку просування культурної дипломатії Японії на регіон Південно-Східної Азії;

Практичне значення результатів дослідження. Теоретичні напрацювання бакалаврської роботи можуть бути використані у наукових дослідженнях, що стосуються «м'якої сили» культурної дипломатії Японії та регіону Південно-Східної Азії, а також під час викладання навчальних дисциплін «Дипломатія», «Моделі зовнішньої політики», «Країнознавство».

Апробація результатів дослідження. Основні положення бакалаврської роботи, висновки та рекомендації були апробовані в рамках Міжнародної наукової конференції «Травневі студії 2021: історія, міжнародні відносини» (м.Вінниця, 23 квітня 2021 року) та Міжнародної наукової конференції «Topical Issues of Humanities, Technical and Natural Sciences»(м. Вінниця, 25 березня 2021 року).

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, трьох розділів, десяти підрозділів, висновку, списку джерел і літератури та додатків. Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки, з них основного тексту – 62 сторінки. Список джерел та літератури містить 86 найменувань.



РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПЦІЯ «М'ЯКОЇ» СИЛИ В ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ В ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ЯПОНІЇ

1.1. Концепція «м'якої сили» в сучасній світовій політиці і особливості застосування «м'якої сили» Японською державою.

Концепція «м'якої сили» в сучасній світовій політиці з'явилась як складова розуміння того, що питання сили в сучасному світі не мають майбутнього, шкодять іміджу держави, не допомагають розвиватися стабільно. «Жорстка сила» й інші інструменти «зміни режиму», які раніше використовували могутні держави, сьогодні не лише не популярна, а навпаки викликає певну агресію з боку держав, де розвивається демократія.

Концепція «м'якої сили» була розроблена професором Гарвардського університету Джозефом Наєм, колишнім деканом Школи управління імені Джона Кеннеді в Гарварді та була введеним в обіг ще 1990 р. У це поняття він вкладав використання нематеріальних ресурсів, культури, переконання і політичних ідеалів з метою необхідного впливу на населення іноземних держав [15].

Пізніше цей термін отримав офіційне трактування. «М'яка сила» визначається як комплекс дипломатичних, економічних, політичних, військових, юридичних та культурологічних інструментів несилового впливу на ситуацію в іноземних державах з метою впливу на них [15]. «М'яка сила» держави мала показати привабливість цієї держави, її миролюбну зовнішню політику, її бажання розвивати культуру, демократію, політичні цінності. Капітоненко М.Г у своєму дослідженні «М'яка сила» у сучасній світовій політиці: теоретичні аспекти» відзначає: «Термін «м'яка сила» несе в собі конструктивістські мотиви..., це здатність змінювати поведінку інших шляхом не прямого примусу, але розповсюджуючи на них свої цінності. З цих філософських позицій реальний світ виступає не об'єктивною даністю, але соціально відтвореною сукупністю

уявлень, що змінюється і реконструюється шляхом комунікації. Кожен із акторів розуміє світ по-своєму, і спілкуючись між собою, вони зводять множину унікальних уявлень до кількох альтернативних, «соціально легітимних» інтерпретацій, які набувають статусу «реального порядку речей» [16]. Визначення «м'якої сили» також залежить від контексту і країни, відносно якої використовується. У вже вище зазначеній праці М.Г. Капітоненка «м'яка сила» - це швидше за все привабливість, симпатія, авторитет, харизма. [16]. Саме ці слова і описують те, як Японія намагається вести свою політику «м'якої сили».

Ще в давні часи Лао Цзи відзначав «Вода - найм'якіша і найслабша річ у світі, але в подоланні твердого та міцного вона непереможна, і на світі немає їй рівного. Слабкі перемагають сильних, м'яке долає тверде» [22]. Беручи за приклад цю цитату, можна доволі просто описати те, як саме працює «м'яка сила». Ця концепція намагається заохотити до співпраці, а не агресивно нав'язувати її.

У праці В. Горбатенка «м'яка сила» - це арсенал гнучких інструментів, наприклад, супроводження різних економічних проектів, відкриття нових перспективних ринків; питання енергетичної та продовольчої безпеки; проблематику, пов'язану зі зміною глобального клімату; співпрацю в галузі науки і технологій; культурні та гуманітарні зв'язки; підтримку співвітчизників за кордоном; програми допомоги розвитку зарубіжних країн і надання гуманітарної допомоги [8]. Можна зазначити, що інструменти «м'якої сили» різняться серед країн. Малі держави частіше звертають увагу на співпрацю у енергетичній, продовольчій, економічній та гуманітарних сферах. Великі та середні країни також зосереджують на просуванні своєї мови та культури на світовий рівень. Усі, зазначені вище елементи «м'якої сили», можуть бути дієвими інструментами впливу. За допомогою них можна впливати на інших міжнародних акторів, використовуючи ці поняття в дипломатичних відносинах між державами, не лише з точки зору офіційних зносин, а й на великі верстви населення цих держав, використовуючи непрямий і невловимий вплив на

формування необхідної думки, цінностей, переконань. А відтак і сила держави залежить від сформованої підтримки.

Розглянемо кілька прикладів використання «м'якої» сили». Прибічником «м'якої» сили» був Президент Сполучених Штатів Америки Барак Обама. Саме у період його президентства китайська політика щодо країн Заходу була виважено толерантною і проголошувала мирні відносини та запевняла, що вкладає величезні фінансові кошти у формування свого іміджу як дружньої держави. ЄС, який протягом довгих років робить внесок у мир, безпеку, демократію, захист прав людини. Всі ці напрацювання застосовує у політиці як «м'яку силу» і це робить його привабливим для інтеграції.

«М'яка» сила» ЄС, наприклад, виявляється в його освітній політиці або науковій дипломатії. Програма «Tempus» (Транс'європейська програма мобільності для навчання в університетах) - освітня програма, що підтримує модернізацію вищої освіти та створює простір для співпраці в країнах, які оточують ЄС. У рамках Tempus IV було запропоновано та впроваджено на 18% більше проектів ніж до цього, що є показником дієвості програми та того, що вона розвивається [32]. Програма «Європейський інструмент з демократії та прав людини» є механізмом надання фінансової підтримки діяльності, спрямованої на розвиток демократії та дотримання прав людини у всьому світі [32].

Окремі організації Євросоюзу впроваджують гуманітарні програми з метою підтримки найбільш вразливих категорій населення, що постраждали від різного типу конфліктів. Так, французька неурядова організація з технічного співробітництва та розвитку АКТЕД втілює гуманітарні програми на території Афганістану та країн Центральної Азії колишнього СРСР [21]. Сьогодні добре відомі також громадські організації «Лікарі без кордонів», «Репортери без кордонів», інститути та організації, що впроваджують культурні обміни, вивчення мов тощо, і тим самим впроваджують «м'яку силу». Ватикан, наприклад, здійснює величезний міжнародний вплив через своє слово.

У статті «М'яка сила» Гі Сорман відмічає, що вона є визначальною в економічних відносинах, адже «Японська річ апіорі має репутацію гарної – і дорогої, – тому що саме таким є наше уявлення про Японію. Натомість Китай, який має обмаль м'якої сили – чи навіть від'ємну м'яку силу, – продає свої товари за найнижчою на ринку ціною, а ми не купуємо нічого китайського, тому що воно китайське»[36]. Ця цитата дає змогу зрозуміти те, як на прикладі іміджу країни формується і відношення до неї, її товарів, дій на міжнародній арені.

«М'яка сила» не вимірюється, проте, на протигагу їй «жорстку силу» у вигляді, наприклад, військових дій, можна виміряти у одиницях загиблих і постраждалих. Останні кілька років було створено велику кількість рейтингів, які пропонують критерії вимірювання «м'якої сили». Л. Кудирко у своїй роботі «Стратегії «м'якої сили» в умовах глобальної конкуренції» розглядає авторитетні міжнародні рейтинги, які допомагають побачити позиції держав за критерієм «м'якої сили» [19]. Найбільш відомим таким рейтингом є Індекс «м'якої сили» (Soft power index)[64]. Перше дослідження було здійснено у 2015 р. Центром міжнародних відносин Університету Південної Каліфорнії США та британською аналітичною службою Портленд (Portland), у результаті формується щорічний аналітичний звіт «A global ranking of Soft Power». У рейтингу оцінюється рівень використання «м'якої сили» країнами за різними критеріями, такими як: уряд, культура, освіта, ступінь залучення до розв'язання глобальних проблем, бізнесклімат і впровадження цифрових технологій. У 2021 році у топ-5 країн за рейтингом входять Німеччина, Японія, Великобританія, Канада та Швейцарія. США з їх великим потенціалом «традиційної» сили втрачають свої позиції та наразі займають 6 місце. Якщо дивитись на країни Азії, то до топ-5 лідерів входить лише Японія, займаючи 2 місце, в той час як Китай у 2021 році залишився на 8 місці.[64] І це не дивно, адже саме Японія пройшла дуже непростий шлях до визнання і сьогодні продовжує боротись за визнання країни, яка може, вирішила і вирішує багато питань мирним шляхом, використовуючи лише «м'яку силу».

Війна в Маньчжурії та Друга світова війна, в якій японці отримали поразку, заставила країну шукати шляхи виходу із відношення до неї як країни окупантів, завойовників, небезпечних сусідів. Формування позитивного іміджу Японії стало чи найголовнішим. І в цьому контексті концепція «м'якої сили» набула центрального значення, була посилена, зважаючи на національну самоідентичність і японську організованість. Основним завданням японської дипломатії стало закріпити в свідомості людей, що в Японії відбулись разючі зміни, вона стала кращою і миролюбною.

Японія дуже швидко реагує на кожне зрушення, яке відбувається в тому чи іншому аспекті взаємовідносин на арені основних держав – гравців, так само швидко реагує і дипломатія використовуючи комунікативні засоби впливу. Японія вибудовує чітку стратегію реалізації «м'якої сили» залежно від обставин та вимог часу. І що головне, Японія розуміє, що формуючи зовнішню політику не можна обійтись без головного рушія історії – громадян країни. Саме тому зусилля японської дипломатії направляються на донесення основних меседжів, які не можуть не захоплювати, до країн світу.

Прем'єр-міністр Японії, Сіндзо Абе виступаючи з нагоди 70-річчя закінчення війни зазначав: «Ми ніколи не повинні знову допустити руйнівної війни. Ми назавжди відмовляємося від колоніального панування і поважаємо право всіх народів у всьому світі на самовизначення. Японія продовжуватиме розвивати вільну, справедливу та відкриту міжнародну економічну систему, яка не буде залежати від свавільних намірів будь-якої країни». Зазначаючи ці слова у своєму виступі, Сіндзо Абе хотів підкреслити те, що наміри Японії залишаються мирними. Японія повністю змінила свою політику після війни та хоче просувати співпрацю з країнами та надалі змінювати свій імідж на краще. Ця промова також є показовою того, що Японія переймається за стан міжнародної арени та не бажає залишатись байдужою до того, що коїться у світі. Такий новий посил для світу викликає як позитивну підтримку, так і симпатію.

1.2. Еволюція японської культурної дипломатії на світовій арені

Японська культурна дипломатія бере початок ще з кінця XIX ст. Уже тоді реалізовується участь у всесвітніх виставках, зокрема в Парижі (1867, 1878, 1889, 1900 рр.) та у Відні в 1873 р. [25]. Японську культуру представляють через систему консульських установ за кордоном. Ще у 1904 р. японських спеціалістів К. Суемацу й К. Канеко направили до Європи та США для забезпечення формування позитивного реноме держави, а у 1934 р. було засновано «Товариство міжнародних культурних відносин» [6]. Події Другої світової змінили сприйняття Японії.

В. Удовік у своїй роботі «Культурна дипломатія як «комунікативний міст» між Україною і Японією» наводить класифікацію етапів у формуванні культурної політики Японії К. Огура (2008 рік):

- 1) 1950–1960-ті роки: перетворення довоєнного образу Японії з «мілітаристської країни» на «миролюбну націю»;
- 2) кінець 1960-х – початок 1970-х років: у цей період, а надто після проведення Олімпійських ігор у Токіо в 1964 р., акцентування на іміджі «мирної Японії» та посилення її міжнародного статусу економічно розвиненої держави;
- 3) 1980-ті – початок 1990-х років: популяризування образу Японії як «відповідальної, поважної та безкорисливої» держави, яка прагне підтримувати глобальний мир, розквіт і безпеку невійськовими засобами;
- 4) 1990-ті роки: популяризування постмодерністської культури, зокрема аніме, манги, японської моди й попмузики;
- 5) 2000-ні роки: культурні обміни для побудови миру [38].

Іншу періодизацію пропонує у своїй статті «Публічна дипломатія Японії: потреба завантаження» Н. Деркач, експертка з міжнародних комунікацій Аналітичного центру ADAstra, зазначаючи, що якщо у 1950-60-х роках завдання Японії було створити образ миролюбної держави, щоб знищити її войовниче минуле та вибудувати новий свій імідж, визначити напрями впливу, то в 1970-80-х роках вона презентує себе країну економічного прогресу [12]. У 1990-х роках Японія показала себе відповідальним міжнародним гравцем, яка

використовує економічну допомогу й інвестиції між державами, щоб заслужити дипломатичну підтримку. Починаючи з 2000-х років, на думку Н.Деркач, «м'яка сила» стала найбільш перспективною: з'явилася ініціатива «Cool Japan» («Класна Японія»), мета якої зміцнення зв'язків між Японією та іншими країнами в таких сферах, як «економіка, культура й дипломатія»[12]. Отже, дослідниця об'єднує не 1960-70-ті роки, а 1970-80-ті роки, виділяючи окремо етап 1990-х. Вважаємо, що така класифікація не має принципових відмінностей, адже починаючи з 1970-х років Японія активно починає розвивати свій поступ в напрямку культурної дипломатії, розуміючи, в першу чергу своє становище в світових відносинах.

Отож, розглянемо більш детально ці етапи. Нами вже відзначалось, що війна в Маньчжурії та Друга світова війна перекреслили всі надбання, які мала Японія в сфері свого культурного обміну. Лише в 1947 році з прийняттям нової конституції Японія повністю відмовилась від війни і використання військової сили для вирішення міжнародних суперечок. Економічний та технічний підйом, вихід Японії на рівень другої індустріальної країни в світі дали змогу звернутись до інших напрямів впливу на міжнародній арені.

З 1951 року японська дипломатія відновлює свою роботу. Вона укладає мирні договори з 48 країнами світу, визнає свою відповідальність, погоджується на відповідні компенсації [25]. В 1951 році в МЗС було створено Департамент інформації і культури, саме його завдання було зрозуміти і визначити основні напрями діяльності в контексті «м'якої сили». В 1960-х роках Японія стає економічно розвиненою державою, проте її дипломатію все ще розглядають як знаряддя певної економічної експансії.

У 1970-80-ті роки Японія, презентуючи себе як країну економічного прогресу, пристосовується і до викликів того часу. При МЗС Японії в 1964 році з'явився відділ культурних заходів, У 1972 році за ініціативи Прем'єр-міністра Сато Ейсаку і міністра закордонних справ Фукуда Такео було засновано Японський фонд. Саме перед ним постало завдання з формування позитивного іміджу Японії, перш за все використовуючи фактори японської екзотики.[70] До

уваги країн світу представляли самурайські фільми, спектаклі середньовічних театрів Но і Кабукі, виставки стародавнього японського живопису, графіки, аранжування квітів екібана, виступи борців сумо, дзюдо, кендо, рекламні ролики про японську природу, архітектуру.

Основними завданнями Японського фонду є і до сьогодні є просування культурних обмінів, просування вивчення японської мови за кордоном, просування японознавства за кордоном і інтелектуальних обмінів, допомога в зборі і наданні інформації по міжнародному обміну Створений в 1972 році Фонд міжнародних обмінів (Кокусай корю кікін) і сьогодні має 24 закордонних представництв, а його діяльність охоплює 190 країн [80].

Варто зауважити, що лише з приходом у 1982 році до влади Ясухіро Накасоне у зовнішньої політики Японії починається нове дихання. Вона виписує для себе головне завдання – це не лише економічна могутність країни і економічна дипломатія, а й підняття її престижу на міжнародній арені, як світового гравця. Починається нова ера у відносинах Сходу і Заходу, «вільного світу» і комуністичного блоку. Така лінія спонукає до культурної дипломатії, до відносин у сфері науки, освіти, підвищується увага до дипломатичних відносин в таких аспектах до європейських країн. У 1988 році Міністерство закордонних справ Японії почало випускати щомісячний журнал «Gaiko Forum» («Дипломатичний форум»), у якому висвітлювалися найважливіші питання, пов'язані з японською попкультурою та культурною дипломатією[64].

Хоча 1990-ті роки японці називають «втраченим десятиліттям», однак саме в цей час вони починають адаптувати «культурну дипломатію» під нові виклики часу, відбувається креативний прорив Японії у вигляді коміксів (манга) та мультфільмів (аніме), а також набуває популярності японська кухня. Тоді з'явилися твори письменника Харуки Муракамі, вони стали надзвичайно популярними. Його книги були переведені на 50 мов світу.

На кінець ХХ століття у світі набирає оберти процес побудови глобального суспільства та створення нового міжнародного порядку. Японії по своїй суті не була притаманна різка зміна курсу, однак її політичне співробітництво

будувалося на конструктивній основі. Японія враховувала такі фактори як прагматизм, поступовість і далекоглядність. У 1990-х роках Японія показала себе відповідальним міжнародним гравцем, яка використовує економічну допомогу й інвестиції між державами, щоб заслужити дипломатичну підтримку і продовжує знайомити світ зі своїми надбаннями.

У 2000-ні рр. з'являється ініціатива «Cool Japan» («Класна Японія»), мета якої зміцнення зв'язків між Японією та іншими країнами в таких сферах, як економіка, культура й дипломатія. В цей же час посилюється роль МЗС Японії у впровадженні культурної дипломатії: 2004 р. - у межах структурної реформи МЗС створено відділ публічної дипломатії та засновано Раду з питань сприяння культурній дипломатії; у 2007 р. зазначене міністерство презентувало міжнародний конкурс манги «Japan International MANGA Award. Важливу роль у впровадженні культурної політики також відіграють Кабінет міністрів Японії, Міністерство економіки, торгівлі й промисловості, Міністерство внутрішніх справ і комунікацій, Управління Імператорського двору Японії.

На сучасному етапі Японська держава застосовує дипломатію м'якої сили за такими напрямками:

- культура (впровадження таких програм, як «Cultural Projects of the Diplomatic Missions Overseas», «Japan Brand Program», «Japan House», надання культурних грантів, а також проведення культурних заходів, присвячених річницям встановлення дипломатичних відносин із різними країнами світу);

- спорт (проведення міжнародних спортивних заходів у Японії на кшталт Чемпіонату світу з регбі 2019 р. та Олімпійських ігор у Токіо; впровадження програми «Sport for Tomorrow»; заснування в межах урядової ініціативи «Host Town» культурних обмінів із містами, де планують проведення тренувань національних збірних напередодні Олімпійських ігор);

- інтелектуальні й студентські обміни, зокрема, завдяки грантам Міністерства освіти, культури, спорту, науки й технологій Японії та програмам Японської фундації;

– співпраця з ЮНЕСКО, збереження матеріальних і нематеріальних культурних надбань, розвиток Конвенції про охорону світової культурної і природної спадщини;

– просування позитивного іміджу Японії для збільшення кількості іноземних туристів, діяльність Японської національної туристичної організації.

Достатньо розвиненою є законодавча база діяльності Японії у сфері культури, яка містить багато документів, серед яких: Основний акт про культуру та мистецтво; Основний план просування культури й мистецтва; Закон про сприяння культурно-мистецькій діяльності осіб з інвалідністю; Закон про сприяння проведенню фестивалів міжнародного культурного обміну; Закон про сприяння міжнародному співробітництву з охорони культурної спадщини за кордоном; Закон про сприяння в представленні закордонного мистецтва в Японії; Акт про популяризування ієрогліфічної культури; Основний план сприяння туризму; Нова стратегія туризму для активізації японської економіки та ін. [14].

Ватанабе Ясусі, викладач університету в Кейо на міжнародному симпозиумі у 2013 році «Створення позитивного іміджу країни: епоха публічної дипломатії» відзначав, що останніми роками все більше держав використовують публічність у комунікації зі своїми партнерами [12]. Отже, створюючи моделі міжнародних відносин, важливим стає збільшення кількості людей, які позитивно відносяться до тієї чи іншої країни, а виходячи із цього важливим є формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені, завоювання сердець і розуму, в результаті використання «м'якої сили» - публічної дипломатії, як засобу комунікативної стратегії. В цьому контексті - це міжнародне інформування, дипломатія обмінів, культурна дипломатія.

На одному із симпозиумів Огура Кадзуо на той час виконуючий обов'язки посла Японії у Франції підкреслив, що японська культура належить не лише японцям, але громадянам всього світу; культурний обмін існує для примноження світового багатства, а не тільки для того, щоб транслювати Японію» [63]. Було висловлено ще декілька цікавих думок, що першорядне значення потрібно звертати на виховання аудиторії по всьому світу, яка зможе правильно розуміти

сигнали, що йдуть від Японії. Важливо транслювати за кордоном думки держави, жителів, регіону важливо з точки зору демонстрації різноплановості Японії, а не лише ту інформацію, що вигідна уряду.

Отож, пройшовши доволі довгий та важкий шлях до самовизначення і визнання у світі, дипломатія Японії зробила послідовні кроки і вималювала для себе концепцію привабливої країни, в першу чергу для широких верств населення інших країн, здобувши певне розуміння ними Японії через її культуру та знайшовши поціновувачів цієї культури.

1.3. Культурна дипломатія Японії як елемент «м'якої сили» в зовнішньополітичних відносинах

Японія в рамках стратегії «м'якої сили» в зовнішній політиці обирає шляхи взаємодії під символічними назвами – «Дипломатія цінностей», «Арка свободи і процвітання» [12]. І такі назви говорять самі за себе. «Дипломатія цінностей» – розвиток демократії, свободи, верховенства права, ринкової економіки. І в цьому контексті Японія спирається на держави азійського континенту. Те саме стосується і теорії «Арки свободи і процвітання»: Японія намагається поширювати свій вплив на країни Східної Європи, Середнього і Близького Сходу, Центральної Азії, Закавказзя, Південної, Південно-Східної та Східної Азії, через пропаганду проблем суверенності, демократії, дотримання прав людини, впровадження ринкових механізмів економічного розвитку. Окрім того, Японія надає допомогу багатьом країнам в питаннях державотворення, створення законодавчої та юридичної систем. Це такі країни, як Камбоджа, Лаос та В'єтнам (скорочено - CLV), Монголія та Узбекистан. Використовуючи лише мирні засоби в зовнішній політиці Японія, будучи сильною економічно розвинутою країною позиціонує себе помічником і партнером інших держав, показуючи, що можна добитись результатів, економічного процвітання та демократії, як це зробила Японія. Японська «м'яка сила» виходить з самотньої

японської культури та національних традицій, вона дуже тісно пов'язана з культурною та публічною дипломатією.

Розглянемо поняття «культурна дипломатія». Фактично воно складається в двох частин – «культура» і «дипломатія». Культура – діяльність людини, її вміння, навички, самовираження і світу, в якому вона живе, через літературу і мистецтво, живопис і архітектуру, мову і традиції. Дипломатія – діяльність спеціальних органів, які просувають необхідні постулати і бачення своїх держав, урядів, захищають інтереси держави за кордоном, виконують завдання зовнішньої політики. Саме дипломатія включає в себе вміння вести переговори, використовувати ті прийоми і методи, які б давали змогу знімати конфлікти і врегульовувати їх, шукати порозуміння і взаємовигідні шляхи співробітництва.

Українська дослідниця Н. Ржевська визначає, що культурна дипломатія – діяльність багаторічна, інструмент державної політики, розрахований на тривалу перспективу, а тому й не повинна бути конкретним знаряддям політичної орієнтації, яка переважає в цю мить [33]. Вона називає культурну дипломатію процесом “продажу іміджу країни засобами культури” [33]. Вона має здатність переконувати через культуру, цінності та ідеї, тому важливими інструментами «культурної дипломатії» є прості речі: вміння вести діалог, проявляти увагу, дарувати подарунки як знак уваги і поваги, створення відповідного рівня довіри і комфорту при контактах з іноземною культурою. Загалом це форма демонстрації національної влади з використанням стратегій і інструментів, які проєктують політичну міць нації, довіру до неї, стимулюють зміни в свідомості і поведінці закордонної аудиторії.

Як уже зазначалося, саме культурну дипломатію виділила Японська держава з метою створити відповідний імідж на світовій арені і за допомогою неї змінити ставлення до країни сонця, що сходить. Чайна церемонія, екібана, цвіт сакури, гейші, екзотичні будівлі з цікавими дахами, аніме, ієрогліфи, гравюра, суші і роли, сумо та багато іншого уже відомі у світі. Саме вони відображають цінності простих людей, їх традиції. Отже, основним завданням культурної

дипломатії є звернути на них увагу, як на загальнолюдські цінності, і зрозуміти через них Японію.

Дослідник О. Квасниця у своїй статті «Японська ідентитарна матриця як чинник буття нації» доводить, що японські хроніки «Кодзікі» (Записки давнини, 712 р.), «Ніхон Шьокі» (Аннали Японії, 720 р.) є збірками міфів та історичних переказів, які підсилюють думку японців про їх унікальність [18]. А «Велика історія Японії», моральний кодекс самурайства, «школа Міто» з її концепцією «кокутай» (державний організм) формували японську національно-державну спільноту, яка складає єдине живе ціле, де перший рівень посідають боги камі та імператор, другий – японський народ (нащадки богів) і третій – Японські острови (творіння богів). І саме ці чинники відродили національну ідею у формі «культурного націоналізму», і склали нову теорію «ніхонджінрон» (вчення про японців) [18]. Історичний шлях, який пройшли японці, навчив їх виживати, мобілізуватись і знаходити шляхи, не втрачаючи своєї ідентичності. І цю сформовану ідентичність з її традиціями і використовує культурна дипломатія, щоб донести до широкого загалу світу, хто ж така Японія. І доволі успішно.

Розвиток «культурної дипломатії» Японії з кожним роком набирає більших обертів. Серед технологій, які використовує «культурна дипломатія» заходи, пов'язані з різноманітними напрямками культурної діяльності. Так, наприклад, організація міжнародних виставок дає змогу знайомства з величезною кількістю експонатів із сфери науки і техніки, народної та етнічної культури, а також результати діяльності благодійників, різноманітні хобі. Велику увагу надають і створенню бібліотек за кордоном, розповсюдженню книг та періодичних видань.

Популярними є радіомовлення, телебачення, інші мультимедійні засоби. Саме через них транслюються новини, музика, література, поезія, історичні, релігійні програми. Широко використовується і інтернет. Дієвими є офіційні сайти посольств і консульств, японські дипломати працюють з традиційними і електронними засобами масової інформації, ведуть свої блоги мовою тих країн, в яких вони перебувають [15].

Методи, технології є різними, але незмінне просування ідей верховенства права, політичних і економічних свобод, гідності особистості людини незалежно від її походження і статків. Як наслідок багатьох чинників з'явився бренд Японії концепція «Cool Japan», яка розпочала свою ходу на початку двохтисячних, включила в себе аніме, манга, моду, кіно, J-pop и J-rock, відеоігри, архітектуру, японську кухню, традиційні ремесла, побутову техніку – все, що для іноземця в культурі Японії є «cool» (з англ. «круто»).

Дослідниця Е. Катасонова звертає увагу на один важливий акцент. Описуючи Японію 1960 років, вона зазначає, що на вулицях Токіо з'явилися юнаки та дівчата з найрізноманітнішими кольорами волосся, в жахливих, за уявленнями того часу, костюмах. Американські телевізійні програми стали постійно транслюватись на японських телеканалах, американські фільми широко демонструвались в японських кінотеатрах. Усюди – на концертних майданчиках, в численних барах – зазвучав американський джаз, що поступився згодом місцем важкому року. Навіть така людина, як Чарлі Чаплін, побувавши в Японії, сказав, що там «багато кока-коли і всього, що з цим пов'язано» [17]. Коли масова культура, передусім, американська почала проникати в японське суспільство, японську дипломатію це змусило швидко реагувати і захищати себе.

Японія визначила для себе певні стратегічні напрямки, серед яких важливий розповсюдження мови. Наприклад, програма The Japan Exchange and Teaching Programme (JET) була розпочата в 1987 році для вивчення іноземної мови і просування міжнародних обмінів. Сьогодні в програмі беруть участь більш ніж 4700 учасників із 43 країн і більш ніж 60 000 випускників зі всього світу [56]. Саме вивчення мови дає можливість познайомитись і пізнати Японію через першоджерела, є ключем до розуміння необхідного потоку інформації та спілкування. Кількість носіїв мови в Японії та в світі близько 130 млн. осіб, вона займає 9 місце у світі за кількістю мовців [50].

Посольства Японії постійно ведуть сторінки щодо відкриття програм з японської мови. Так, на сайті посольства Японії в Україні можна знайти багато повідомлень, в тому числі і про те, що відкриваються програми проведення

лекцій для шкіл і університетів і те, що японські дипломати особисто відвідають учбові заклади і розкажуть про Японію. Ці заходи дають змогу учням та студентам більше дізнатись про Японію з вуст її жителів, носіїв японської мови та культури. [30]. Сьогодні на сторінках посольства Японії в Україні презентується Програма стажування для іноземних студентів "Японська мова та культура" на 2021 рік [30].

Уряд Японії транслює відео програму, орієнтовану на молодь «Виклик Ерін! Я говорю японською», через NHK та закордонні телевізійні станції. У країнах світу працює Мережа «JF Nihongo» («Мережа Сакури»), яка об'єднує більше 100 місць по всьому світу з центром у Японському фонді та залученням японським університетів [30]. У 2008 році було затверджено план «300.000 International Students Plan», що означає довести в Японії кількість іноземних студентів до 2020 року до 300 тисяч [11]. За даними порталу “Gateway to Study in Japan” зазначається, що в Японії 279 597 іноземних студентів станом на 1 травня 2020 року, що на 10,4% менше ніж 2019 році [70]. Безумовно, на заваді планів стала пандемія, але це доволі значна цифра.

Розуміємо, що «м'яка сила» Японії через концепцію «Cool Japan» - це показати культурні надбання Японії, в першу чергу, викликавши у людей певні емоції і відчуття, асоціації з певним народом, країною, із самобутньою і унікальною. Нинішня Японія – це країна з високорозвиненою економікою та технологією, з високим рівнем освіти та споживання, з великими соціальними досягненнями. Японська масова культура охоплюючи життя людини у всіх її проявах, не намагається прикрасити дійсність та навмисне облагородити її. Японці зображують дійсність такою як вона є, тобто правдивою, і це підкупляє.

Ще у 2007 році Міністерство іноземних справ Японії започаткувало Міжнародну премію MANGA з метою міжнародного обміну і взаєморозуміння через культуру MANGA, яка знана у світі. І не зважаючи на пандемію COVID-19 25 лютого 2021 року в конференц-залі Намаматсучо в онлайн-форматі пройшла 14-а японська церемонія вручення міжнародної премії MANGA, на яку було представлено 383 роботи із 61 країни світу.[30]. Потрібно відмітити, що на

сьогодні ринок MANGA затьмарює індустрію коміксів, і двох її гігантів у цьому напрямку Францію і США разом узятих [44].

Відомо, що Японія приділяє чи найбільшу увагу в світі коміксам та анімації. Про широке поширення в Японії коміксів писав щотижневик «Тайм» ще в середині 1980-х років. У післявоєнний період комікси в Японії стали «національним захопленням»: у 1983 р. Вони вже склали понад чверть загального тиражу книг і журналів (4,7 млрд. примірників), а кількість їх постійних читачів перевищила 30 млн. людей [45]. Книжка і журнал манга легко поміщається в сумці або кишені, мангу можна розглядати на самоті, він розрахований на різну вікову аудиторію і різну за смаками і потребами. Десятки манга стали класичними творами, поповнивши світовий «золотий фонд» цього мистецтва. Наприклад, манга «Жар-птиця», автором якої є знаменитий Тедзука Осаму або інша класична манга «Босоногий Ген» Наказаві Кейджі – вельми емоційна оповідь про атомне бомбардування Хіросіми, яка вражає, передусім, своєю реалістичною графікою.

У 2003 році, дякуючи Міністерству туризму та транспорту Японії, з'явився новий різновид - аніме-дипломатія. Вперше тоді персонаж мультфільму Hello Kitty був призначений послом доброї волі в КНР. У 2008 році таким послом став мультиплікаційний персонаж кіт Дораемон. Міністр закордонних справ, який вручав вірчу грамоту, звернувся до Дораемона зі словами: «Під час своєї роботи аніме-послом кіт Дораемон буде допомагати людям всього світу правильно зрозуміти Японію і стати її друзями» [13].

Отже, аніме - це мистецтво, яке відповідає сучасним проблемам і є зрозумілим. Як приклад, в Японії українських військових малюють в стилі аніме. В одному з японських аніме-серіалів існує героїня "Україна", яка народилася 24 серпня. Окрім того, вже встигли створити спеціальну комп'ютерну гру за мотивами війни на Донбасі [47]. Разом з аніме просуваються рок та поп-музика. Так, пісня, написана для анімаційного серіалу «Макрос» стала першою японською мегапопулярною поп-піснею. Окрім того, випуск аніме може

супроводжуватись виходом компакт-дисків із саундтреком. Наприклад, до серіалу «Красуня-воїн Сейлор Мун» було випущено 28 компакт-дисків [48].

Зупинимось ще на декількох загальновідомих японських брендах. Гастродипломатія займає в Японії не останнє значення і швидко шириться по всьому світу. Мета національної програми глобального розповсюдження японської кухні - вивести її на третє місце по популярності у світі. Для цього використовуються видання за кордоном серії кулінарних підручників, майстер-класи відомих шеф-кухарів, школи по приготуванню японських національних блюд, широко в цьому плані використовується і інтернет.

Сьогодні в меню багатьох ресторанів світу є страви японської кухні. На це питання велику увагу звертають дипломатичні служби. З метою надання важелів цьому напрямку було навіть впроваджено звання «Посла доброї волі з питань розповсюдження японської кухні». Цим почесним званням починаючи з 2015 року і до цього часу по всьому світу було народжено 145 людей з різних країн. 18 березня 2021 року у резиденції Посла Кураї в Україні відбулась церемонія нагородження шеф-кухаря та власника ресторану «Фуджівара Йоші» пана Йошіхіро Фуджівара та присвоєння йому такого почесного звання - «Посла доброї волі з питань розповсюдження японської кухні» [30].

Подальший свій розвиток серед культур інших країн світу отримали і різні види спорту, такі як сумо, дзюдо, кендо, каратедо, айкідо та інші. По всьому світу відкриваються школи з вивчення цих видів спорту, а головне в них філософія, що розум має співпрацювати з тілом. Варто в цьому контексті показати і проблему довголіття. Японці вважають, що людина повинна жити довго. За статистикою Японії належить перше місце в світі за середньою тривалістю життя. Середньостатистичний японець живе близько 82 років. Станом на вересень 2018 року в Японії кожний 5-й житель був у віці 70 років і більше, 36 276 осіб досягли столітнього рубежу, причому більшість з них становлять жінки [62].

У вересні 2018 року двоє інструкторів Radio Taiko зробили тур в інші країни з метою показати особливий вид гімнастики «Радіо Таісо», провели сесії більш

ніж для 2900 осіб [49]. Це такий перший тур, який був зроблений до країн Монголії, Бразилії, Тонге, Нікарагуа, Малайзії, Тайланд, а здійснювався він в рамках урядової програми Японії «Спорт для завтрашнього дня» та був направлений на пропаганду спорту для 10 млн. людей в більш ніж 100 країнах світу в переддень Олімпійських та Паралімпійських ігор в Токіо в 2020 році [49]. Японія чекає і Олімпійські ігри, які перенесли через пандемію COVID – 19, адже це можливість показати великій масі людей, яка Японія, створити більш тісні громадські зв'язки. У 2021 році ігри будуть проходити без гостей, тому головний акцент буде зроблено на інформаційну складову.

До використання «культурної дипломатії» можна віднести і таку складову, як мода. Головне завдання в цій галузі утвердити японську моду як глобальний бренд. Наприклад, компанія відомого японського дизайнера Йоші Ямамото налічує 330 торгових точок по всьому світу з річним оборотом 100 млн.дол. Бренд Мінісо заснований дизайнером одягу Міяке Джюнія працює з 2013 року і магазини бренду є в 56 країнах світу [23]. Гордістю Японії стали унікальні ювелірні прикраси бренду Mikimoto. Саме Кокічі Мікімото вперше придумав технологію і став виробляти культивовану перлину, коли всередину моллюска вживляли піщинку, яка потім ставала перлиною [47].

2020 рік став випробуванням в тому числі і для індустрії моди. І хоча 21 березня 2020 року в Японії мав пройти Тиждень моди під назвою Rakuten Fashion Week, який скасували через пандемію коронавірусу [61], уже в жовтні цього річ планується міжнародна виставка індустрії моди Fashion World Tokyo 2021. Цей ярмарок має на меті стати міжнародною подією, яка включає 7 спеціалізованих заходів і дасть можливість великим світовим компаніям обміняти досвідом. В попередній осінній виставці 2018 року взяло участь майже 18 тисяч відвідувачів, більш як 4 тисячі взяли участь в робочих семінарах [60].

Не можна не виділити і туризм, який успішно працює. Звичайно в даний час у зв'язку з пандемією темпи знизилась, проте напрацьовані програми готові розпочати працювати. Читачі відомого англійського журналу про подорожі "Wanderlust" назвали Японію найкращим туристичним напрямом, а місто Кіото

– одним з найпривабливіших міст світу. Японія у 2019 вперше отримала премію "Wanderlust Travel Award", увійшовши до десятки престижних туристичних напрямів. В Японії орієнтовно 6 тисяч готелів європейського типу. [37]

У 2015 році Японію відвідало 19,73 мільйона міжнародних туристів у 2016 - 24,03 мільйона міжнародних туристів [28]. У 2018 році Японія прийняла 31,19 мільйони іноземних туристів. Ці дані вказують як розвивалась туристична галузь до моменту пандемії. Спеціальне видання статистики туризму постійно дає відомості про ринок подорожей і туризму з метою впливу на нього держави. Так в березні 2020 року було опубліковано чергові відомості.

Таблиця 1.1 - Прогноз ринку подорожей 2020¹

	2020		2019		2018
	Projected figures	% change y-o-y	Actual figures	% change y-o-y	Actual figures
Total no. of travelers (cumulative)	317.2 million	+0.7%	349.0 million	+0.3%	338.5 million
Domestic	286.32 million	+0.5%	284.9 million	±0.0%	284.9 million
Overseas	20.8 million	+4.0%	20.0 million	+5.5%	18.95 million
Average expenditure					
Domestic	38,130 JPY	+4.0%	36,660 JPY	+2.0%	35,940 JPY
Overseas	226,600 JPY	+1.1%	224,100 JPY	-8.7%	245,500 JPY
Total expenditure on travel	15,630 billion JPY	+4.8%	14,920 billion JPY	+0.2%	14,890 billion JPY
Domestic	10,920 billion JPY	+4.6%	10,440 billion JPY	+2.0%	10,240 billion JPY
Overseas	4,710 billion JPY	+5.1%	4,480 billion JPY	-3.7%	4,650 billion JPY
Average no. of trips	2.47 times	+0.02 times	2.45 times	+0.01 times	2.44 times
Overseas visitors to Japan	34.43 million	+7.9%	31.80 million	+1.9%	31.19 million

З таблиці 1.1. можна зрозуміти, що кількість туристів, що могла б прийняти Японія істотно збільшилась за 2 роки, але через пандемію і призупинення туризму ця статистика змінилась.

Той факт, що у 2008 році уряд Японії створив Японське агентство туризму і поставив за мету збільшити кількість іноземних відвідувачів до 40 мільйонів у 2020 році, і 60 млн. у 2030 році говорить про зацікавленість у такому роді дипломатії. Навіть той факт, що 11 березня 2011 року відбулася аварія на Першій АЕС в Фукусімі не відвернула іноземних відвідувачів в подальші роки від знайомства з Японією. Спеціальне видання статистики туризму постійно дає відомості про ринок подорожей і туризму з метою впливу на нього держави. Так, у березні 2020 року було опубліковано чергові відомості.

¹ Взято з джерела : Tourism Statistics Special Edition: Key points about the travel and tourism market in 2020. URL: <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/insights/2020/03/tourism-statistics-special-2020/>

Варто відмітити, що японська дипломатія практично із усього розмаїття культурних надбань зуміла зробити їх частиною державної зовнішньої політики, залучити до знайомства з Японією доволі великі верстви населення по всьому світу.

Для цілісного розуміння особливостей розвитку японської культурної дипломатії необхідно зупинитися на певних перешкодах її ефективнішому та швидкому просуванні. Українська дослідниця Н. Деркач відмічає окремі з них:

- Японія замкнена держава із своєрідним менталітетом;
- Не кожен може досягнути японську культуру, адже вона – це сприйняття світу;
- У глобальному індексі «м'якої сили» агентства Portland за 2019 рік Японія посідає восьме місце, у той час як роком раніше вона розташовувалася на п'ятому. Цьому є конкуренція з боку сусідів Японії, особливо Південної Кореї та Китаю. У 2020 році Японія зайняла 4 місце обійшовши Китай [64].
- ініціатива «Cool Japan» виявляється занадто складною для того, щоб зацікавити середньостатистичну людину;
- нестача людей, тісно пов'язаних зі сферою культури молодих людей, чії погляди є більш відкритими й універсальними, ніж консервативні погляди чиновників (технології й попкультура, завжди було територією вільних умів та бунтівників); високі темпи старіння населення.

Однак, не дивлячись на відзначене раніше, аналізуючи японський шлях росту в сфері «культурної дипломатії» можна бути впевненими, що при необхідності Японія знову переорієнтується і обере правильний напрямок.

Таким чином, можна відслідкувати те, що Японія застосовує «м'яку силу» в усіх видах своєї політичної діяльності. Для Японії концепція «м'якої сили» стала новим орієнтиром її зовнішньополітичної діяльності та вона її успішно застосовує. Це зрозуміло як і з міжнародних рейтингів по країнам «м'якої сили», так і по успіхам Японії у співробітництві з іншими країнами. «М'яка сила» дає змогу Японії реалізувати свої зовнішньополітичні інтереси та амбіції і дозволяє підтримувати імідж країни, що займає вагоме місце у міжнародному середовищі.

РОЗДІЛ 2

ПІВДЕННО-СХІДНА АЗІЯ У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ЯПОНІЇ

2.1. Історичний характер відносин Японії з країнами ПСА

Для того, щоб повністю уявляти як складаються відносини між Японією та країнами Південно-Східної Азії потрібно повернутися на кілька століть назад і зрозуміти, як ці відносини сформувались, що на них впливало, яку політику Японія проводила стосовно цього регіону, та як це вплинуло на сучасний стан.

До середини ХІХ ст. Японія вела політику самоізоляції і не була активним учасником подій на міжнародній арені, одним з факторів зміни цієї політики стала експедиція ВМС Сполучених Штатів у 1853 році, і це можна вважати відправним моментом у зміні японської зовнішньої політики. Японія відчула потребу до змін та за 20 років реформ перетворилась на державу значної могутності, як в військовому, так і в економічному та технологічному плані. Це поклало початок до зовнішньої експансії Японії, Корея стала вважатись сферою впливу Японії, Росія повинна була віддати частину Сахаліну, а на Китай був ще більший тиск зі сторони японської влади.

У ХХ ст. Японія починає діяти ще більш рішуче і починає активно просувати свою сферу впливу на Південно-Східну Азію. Початком активних дій Японії проти країн ПСА можна вважати період Другої світової війни, у 1941 році японські війська почали діяти одразу проти декількох країн регіону, окупувати їх. Серед цих країн були і В'єтнам, Тайланд, Філіппіни, Індонезійські острови та інші. Японія була захоплена ідеєю про Велику Східноазійську сферу процвітання. Зазначалось, що регіони Азії необхідні Японії так само, як Латинська Америка Сполученим Штатам. Вже у 1942 почалась повноцінна окупація Філіппін, вторгнення до Сінгапуру та активне протистояння європейським державам та США.

Ці події, безперечно, залишили відбиток у пам'яті жителів регіону Південно-Східної Азії, так як поведінка Японії відносно населення окупованих

країн була “зверхньою”, вони жорстоко ставилися до тих, хто намагався чинити супротив та займались сексуальною експлуатацією жінок. Все це звісно вплинуло на імідж Японії та те, як у подальшому до них відносились жителі регіону. Найгіршим є те, що японці досі не приділяється значної уваги подіям, що стались у той час. У школі приділяється дуже обмежена кількість часу на вивчення минулих поразок Японії. Як зазначає одна з японських вчителів історії – “подіям 1931–1945 років присвячено лише 19 з 357 сторінок підручника”, хоча саме з цього періоду виникли майбутні геополітичні складнощі для Японії [33]. Японці, як правило, не згадують про події тих років і свої злочини, вони неодноразово вибачались за свої дії та не вважають, що їх діти також повинні все життя спокутувати вину минулих поколінь.

Японський дослідник Танака Юкі більш детально описує всі злочини, які були заподіяні японськими військовими під час Другої світової війни. Крім широко відомих подій у таких країнах як В'єтнам чи Тайланд, він також зосереджує увагу на менш відомих інцидентах, які є не менш важливими, зокрема описуються епізоди в Індонезії [77].

Саме з таких прикладів і складається ситуація, що в думках жителів регіону Японія залишається агресором і через це для майбутнього співробітництва потрібно було знову заробляти репутацію, будувати новий імідж. Вийшовши з Другої світової війни переможеною, Японія обрала інший шлях. У світі до Японії було ставлення як до агресора.

Цілком зрозуміло, що Японії необхідно було завойовувати довіру на міжнародній арені, створити образ держави, який був би позитивним і мирним. Таке завдання було виконано дипломатією. Стрімке зростання японської економіки і орієнтація на мирне співіснування давали і дають Японії шанс мати партнерів, розвивати ринки збуту, мирно співіснувати. Звісно, для цього Японії потрібно було заплатити свою ціну. Вона у великій мірі стала залежною від Сполучених Штатів, відмовилась від усіх претензій на володіння захопленими островами, та провела велику кількість реформ задля того, щоб знову підняти рівня країни, що вважалась би лідером на міжнародній арені.

Після Другої світової війни Японія змогла знову піднятися у економічному плані, але була обмеженою у зовнішньополітичних зв'язках. Згодом, у 1970-х роках відносини з США дещо погіршились, оскільки США намагались впоратись з власними проблемами, а Японія уже не так сильно потребувала допомоги від Сполучених Штатів, та почала курс на те, щоб стати більш самостійною країною. Японія стала провідним торговельним партнером для Австралії, Індонезії, Таїланду, Філіппін, Тайваню, Південної Кореї, Південного В'єтнаму, при чому позитивне сальдо для Японії подвоїлося. Зростання економічної могутності Японії та прагнення перетворити район Далекого Сходу й Тихого океану на сферу свого впливу об'єктивно суперечили інтересам США в цьому регіоні. Японія ставала чинником, що певною мірою підривав панівні позиції США в азіатсько-тихоокеанському регіоні.

Японія почала витіснити США з місця головного інвестора у країни регіону ПСА. Вона змінила свій курс на всебічне співробітництво з країнами регіону, це допомогло Японії дещо підняти свій імідж в очах жителів регіону, хоча і цього було недостатньо для того, щоб довести країнам те, що Японія веде абсолютно нову політику та дійсно хоче допомогти, все ж таки такі суми як 14.5 мільярди доларів, які були загальними інвестиціями Японії до країн регіону станом на 1989 рік [59], давали їм можливість знову розпочати співробітництво з цими країнами. І це було лише початком японських інвестицій та нового етапу співробітництва з країнами Південно-Східної Азії.

У 1990-ті роки Японія починає більш активно поглиблювати співробітництво з АСЕАН, разом з цим підіймається довіра до Японії та думки про те, що вона може знову почати вести стару політику все більше відходять на задній план. Завдяки японській політиці *seikei-bunri* (поділ політики та економіки) відносини АСЕАН з Японією ґрунтувались на співробітництві у економічній галузі. Політичний вимір починав все більше зміцнювати відносини між АСЕАН і Японією, оскільки АСЕАН поступово приймає політичну участь Японії у відповідь на зусилля Японії щодо підвищення її політичного авторитету.

2.2. Фактори зацікавленості Японії у співробітництві з країнами ПСА

Щоб дізнатися чому саме регіон ПСА є настільки важливим для Японії, варто почати із загальної характеристики й особливостей регіону Південно-Східна Азія. Це конгломерат 11 держав – М'янма, Лаос, В'єтнам, Тайланд, Камбоджа, Малайзія, Бруней, Сінгапур, Індонезія, Східний Тимор, Філіппіни. Територіально Південно-Східна Азія – це півострів Індокитаю і численні острови Малайського архіпелагу. Територію омивають моря, а всередині Малайського архіпелагу також розташовані відносно невеликі за площею міжострівні моря: Яванське, Сулу, Сулавесі, Молуккське, Банда, Флорес, Саву, що є суттєвою перевагою для налагодження зручних торговельних і транспортних зв'язків у регіоні.

Оцінюючи природно-ресурсний потенціал ПСА, необхідно відмітити наявність теплового клімату, достатність вологи й родючих ґрунтів (алювіальні, червоноземи і чорноземи вулканічного походження). Природа дала можливість займатись тут землеробством протягом всього року, а у разі посушливого клімату є можливість застосовувати штучне зрошення, яке забезпечують багатоводні річки, що беруть початок в Гімалаях і Тибеті. Район багатий на гідроресурси і тверду деревину.

Важливо і те, що до сьогодні зберігається плантаційне господарство, засноване ще колонізаторами, а на світовий ринок надходять каучук, продукти кокосової і олійної пальм, банани, ананаси, чай, прянощі. Плантації вигідні не тільки економічно, а й екологічно. Щороку обсяги сільськогосподарської продукції регіону збільшуються, як видно на рис.2.1.

З іншого боку, сільське господарство має й інший вимір: територія, де сходяться кордони М'янми, Таїланду і Лаосу, відома в світі як «Золотий трикутник», - місце нелегального вирощування опійного маку (додаток А.2). Вважається, що якість наркотичної речовини (героїну), яка виробляється у цих державах, є досить високою. Приблизно 55 метричних тонн героїну виробляється щороку в «Золотому трикутнику» (додаток А.2).

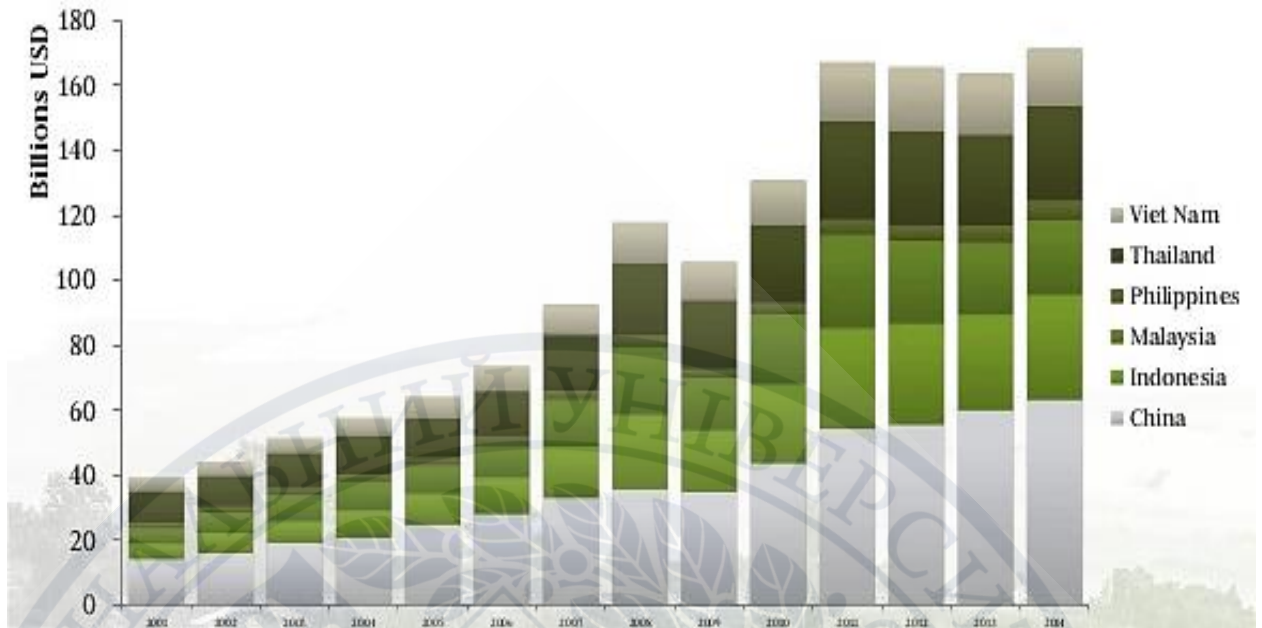


Рис.2.1. Обсяги виробництва сільськогосподарської продукції в Південно-Східній Азії²

Розглянемо в цілому систему господарства й економічних зв'язків ПСА. Поєднання розвитку ринкових механізмів та активного державного регулювання в усіх сферах економіки дає позитивний ефект. Економічне зростання країн Південно-Східної Азії спонукає до використання і налагодження зв'язків з ними. Наприклад, Сінгапур – це країна з високим промисловим потенціалом, з вільним портом, Бруней – країна-експортер нафти [38].

Останні десять років регіон демонструє постійне економічне зростання. Показники ВВП в 2019 р. коливалися в межах 2,4 – 7,1%, за виключенням Сінгапуру, причому у більшості держав – В'єтнам, Індонезія, Камбоджа, Лаос, М'янма, Філіппіни, цей показник дорівнював 5% і більше; беззаперечними лідерами є В'єтнам і Камбоджа (табл.2.1.).

² Взято з сайту: [Ecoagriculture greening commodity: agriculture agrienvironmental policy in East and Southeast Asia](https://www.slideshare.net/Ecoagriculture/greening-commodity-agriculture-agrienvironmental-policy-in-east-and-southeast-asia). URL: <https://www.slideshare.net/Ecoagriculture/greening-commodity-agriculture-agrienvironmental-policy-in-east-and-southeast-asia>

Таблиця 2.1 - Зростання ВВП і прогнози для Південно-Східної Азії (до 2021 р.)³**GDP GROWTH AND PROJECTED GROWTH RATES FOR SOUTHEAST ASIA, % PER YEAR**

	2018	2019	2020 forecast				2021 forecast	
			IMF	ADB	WB Baseline	WB Lower-case	IMF	ADB
Southeast Asia	5.1	4.4		1.0				4.7
ASEAN-5*		4.8	-0.6				7.8	
Brunei	0.1	3.9		2.0				3.0
Cambodia	7.5	7.1		2.3	2.5	1.0		5.7
Indonesia	5.2	5.0	0.5	2.5	2.1	-3.5	8.2	5.0
Lao	6.2	5.0		3.5	3.6	2.2		6.0
Malaysia	4.7	4.3	-1.7	0.5	-0.1	-4.6	9.0	5.5
Myanmar	6.4	6.8		4.2	3.0	2.0		6.8
Philippines	6.2	5.9	0.6	2.0	3.0	-0.5	7.6	6.5
Singapore	3.4	0.7	-3.5	0.2			3.0	2.0
Thailand	4.2	2.4	-6.7	-4.8	-3.0	-5.0	6.1	2.5
Vietnam	7.1	7.0	2.7	4.8	4.9	1.5	7.0	6.8

*The ASEAN-5 is Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, and Thailand.

Формування теперішньої економічної системи розпочалося в 1950-ті роки після падіння колоніалізму. Країни Азії стали перед вибором обрання соціалістичного або ринково-орієнтованого напрямку. В'єтнам, Лаос та Камбоджа обрали соціалістичний шлях розвитку. Ці країни до 1990-х років характеризувалися переважаючим аграрним виробництвом, відсутністю обробної промисловості, традиційною структурою виробництва та широким використанням натуральних форм господарства. На відміну від цих країн Таїланд, Малайзія, Індонезія, Сінгапур, Філіппіни, Бруней обрали ринковий шлях розвитку та досягли суттєвих економічних результатів. Швидкий економічний розвиток країн ПСА був зумовлений різними чинниками.

Отже, варто виділити основні фактори зацікавленості Японії в країнах Південно-Східної Азії, зважаючи на те, що у Японії є певний досвід і розуміння стосовно цих країн і територій.

³Searight A. The Economic Toll of Covid-19 on Southeast Asia: Recession Looms as Growth Prospects Dim / Center for Strategic and International Studies. April 14, 2020. URL: <https://www.csis.org/analysis/economic-toll-covid-19-southeast-asia-recession-looms-growth-prospects-dim>

1. Зацікавленість в природно-ресурсному потенціалі країн Південно-Східної Азії. Для стабільного і постійного розвитку економіки Японія має слабку забезпеченість паливно-енергетичними та мінеральними ресурсами. Країна практично не має нафти, газу, залізної і марганцевої руди, руд кольорових металів. Запаси сірки, вапна, вугілля кам'яного, хоч і є, але вважаються не якісними. Потреби в якісному вугіллі, видобуток якого в Японії складний і не рентабельний. Подивимось на країни Південно Східної Азії з найбільшим видобутком мінеральних ресурсів (додаток А.3, табл.2.2).

Таблиця 2.2. Видобуток природних ресурсів країнами Південно-Східної Азії⁴

Країна ПСА	Нафта (млн.т) , 2016 рік	Природний газ (млрд. куб. м), 2016 рік	Вугілля млн.т, 2015 рік	Залізні руди млн.т, 2015 рік	Руди кольорових металів	Нерудна сировина
Бруней	5,9	11, 1	-	-	-	-
В'єтнам	16,0	9,3	81,7	-	Al, Sn	-
Індонезія	43,0	74,9	421,0	-	Al, Cu, Sn	алмази
Малайзія	32,7	64,4	3,4	-	Sn	-
Таїланд	17,6	38,9	18,0	-	Sn	-
Філіпіни	-	4,0	8,8	-	Cr	-

1. На дорогоцінне каміння багаті М'янма і Камбоджа. Найбільший експорт кави у В'єтнаму, цукрової тростини в Індонезії та Таїланду, прянощів із Індонезії, Малайзії, Таїланду, Філіппін [41].

2. Із руд благородних металів у ПСА найбільш поширене золото. Його запаси оцінюються у 2,2 млн. тонн [45].

3. Основні запаси золота зосереджені у Філіппінах, які займають перше місце в Азії і п'яте місце в світі. Срібло видобувають в М'янмі і на Філіппінах. Неметалеві корисні копалини представлені, головним чином, гірничо-хімічною

⁴ Складено за: Кобернік С., Коваленко Р. Географія: регіони та країни. URL: <https://cutt.ly/3ne4DZD>

сировиною — флюоритами, калійними солями, які зосереджені в основному у Таїланді, родовища сірки є в Індонезії і на Філіппінах (додаток А.3). Практично не обмежені запаси будівельних матеріалів [45].

З точки зору природно-ресурсного потенціалу цей регіон – невичерпна скарбниця. Наразі основною ціллю є безпечно нафта та інші джерела постачання енергії. Для Японії це одним з найбільш вагомих факторів співробітництва. Енергетична сфера співробітництва з регіоном ПСА є однією з ключових і Японія намагається просувати дедалі більше проектів пов'язаних з цим. Нещодавно Японія запропонувала В'єтнаму підписати угоди щодо постачання нафти, так як вона шукає шляхи постачання нафти і таким чином хоче заохотити усі країни ПСА до співпраці у цьому напрямку[86]. Японія успішно просуває проекти що стосуються більш чистих джерел енергії. Нещодавно Азійський банк розвитку та Міністерство економіки Японії підписали договір щодо поновлюючих джерел енергії та просування їх на території Південно-Східної Азії [53].

2. Країни цього регіону, як правило, мають великий людський потенціал, в той же час вартість робочої сили низька. Японія зацікавлена у значних ресурсах робочої сили, адже це дає можливість вигідно розташовувати трудомістке виробництво. Наявна в ПСА дешева робоча сила поряд з відносно низьким рівнем ренти забезпечує отримання більш високих норм прибутку, ніж в інших регіонах з низькою вартістю землі, будівництва, іригації, послуг тощо.

Гострою соціально-економічною проблемою у країнах Південно-Східної Азії тривалий час було безробіття, яке коливалося від 3 до 20%. Ситуація змінилася в ХХІ ст. (рис. 2.4).

Нові галузі промисловості поглинули резерви робочої сили, яка вивільняється із сільського господарства. Відсоток безробітних у 2016 р. коливався від 0,2% в Камбоджі до 5,8% в Індонезії [74]. У 2018 р. серед держав ПСА були як лідери (Камбоджа, Лаос, Таїланд), так і антилідери (Індонезія, Філіппіни) за кількістю працевлаштованого населення (рис.2.4.).

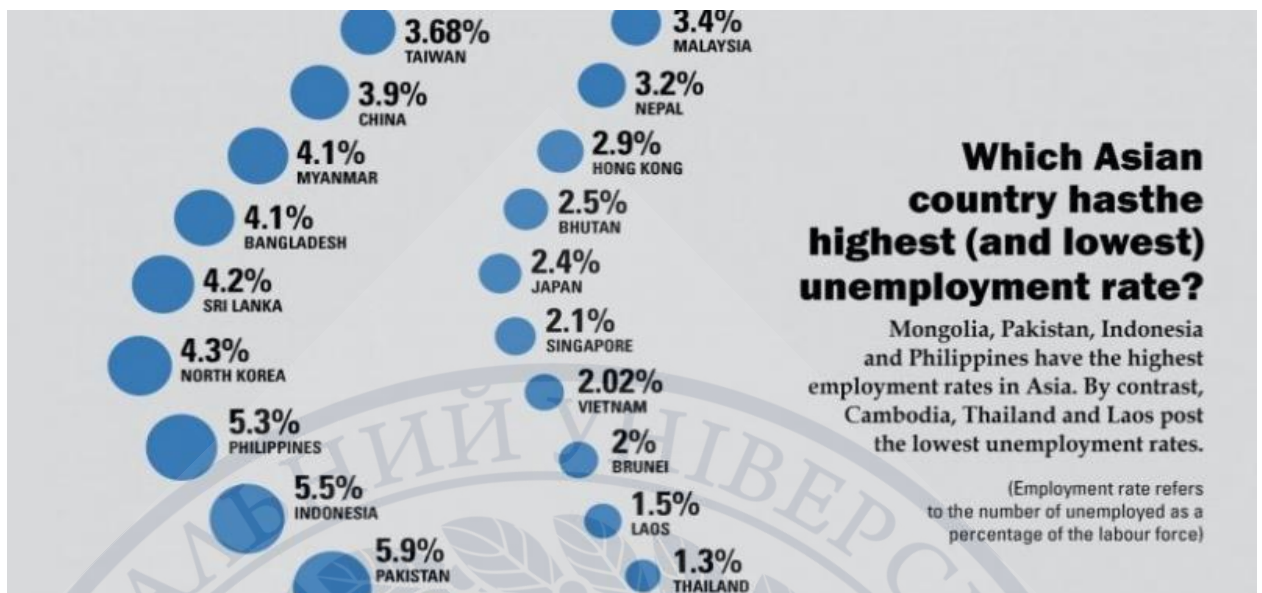


Рис.2.4. - Рівень безробіття в Південно-Східній Азії в порівнянні з іншими азійськими регіонами станом на 2018 рік⁵

3. Маючи зв'язки з країнами цього регіону є можливість використання морських торгових шляхів, в тому числі, Малаккську протоку як основну судноплавну трасу світової торгівлі, а також розширити торговельні зв'язки.

4. З точки зору отримання стабільних позицій і стабільних партнерів Японія розуміє, що Китай намагається завоювати своє «місце під сонцем», і могутність його зростає, тому ще однією передумовою зацікавленості Японії в регіоні ПСА є суперництво за сфери впливу з КНР і певна протидія впливу і КНР, і РФ в цьому регіоні.

5. Японія завжди залежала від сполучених Штатів, але в неї завжди було прагнення більшої самостійності у сфері економічних і безпекових відносинах зі США, посилення своєї міжнародної позиції, як самостійного гравця.

Японія поряд з КНР виконує роль своєрідних «локомотивів» східноазійської інтеграції і зацікавлена у забезпеченні своїх ключових позицій в Південно-Східній Азії, попри спроби США зменшити вплив і Японії, і Китаю у стратегічно важливому і для США регіоні. Потрібно розуміти, що Японія є залежною від США у військово-політичній площині.

⁵ Взято з публікації: Which Asian Country has the Highest and Lowest Unemployment Rates. *The Nation Thailand*. March 23, 2018. URL: <https://www.nationthailand.com/news/30341549>.

2.3. Питання регіонального лідерства і суперництво за вплив у регіоні: роль «м'якої» сили

Регіон Південно-Східної Азії володіє досить значним потенціалом для подальшого розвитку. Цей потенціал охоплює багато сфер і Японія не єдина держава, яка розуміє, що зв'язки з цим регіоном можуть дати змогу просунути свої зовнішньополітичні амбіції на новий рівень. Головним конкурентом за вплив у регіоні є Китай, так як ця держава має великий ресурсний та економічний потенціал і крім того, є близькою до держав ПСА у культурі.

Японія і Китай чи не найбільш впливові держави в ПСА. Китай і Японію історично пов'язують давні звичаї, вплив культур. І сьогодні ці дві держави розвивають між собою туристичні, культурні зв'язки. Японія, дякуючи вкладенням в Китай вивела його на новий рівень, проте «історична пам'ять» і територіальна суперечка роблять ці дві держави опонентами [1]. Тісні зв'язки Японії з США дратують Китай, тому і питання впливу в ПСА не мають спільного відпрацьованого плану.

З іншого боку, продовжують існувати суперечності і між США і КНР в сфері економічних зв'язків і в політичних підходах до врегулювання певних міжнародних проблем; між США і Японією постійно загострюються суперечності в сфері економіки, валютно фінансової політики тощо; між Японією і КНР існують суперечності в сфері військової і оборонної розбудови. [42] і перелік можна продовжувати. Важливим завданням міжнародної політики є врахувати всі ці чинники і мати свій вплив на стратегічних партнерів. Наприкінці ХХ ст. країни ПСА, в тому числі, почали визначати для себе механізми співробітництва і моделі безпеки.

Ю. Швед у своїй статті «Деякі особливості сучасних процесів економічної інтеграції у Східноазійському регіоні» відмічає, що відбулись суттєві зміни балансу сил на користь Китаю, який «умовах нинішньої всесвітньої фінансово-економічної кризи спромігся ефективно використати свою економічну могутність, яка зростає швидкими темпами, на закріплення свого впливу в регіоні, особливо в зоні Південно-Східної Азії [40]. Політика КНР в ПСА полягає

у перетворенні себе на домінуючого партнера у Східній Азії та розширенні сфери свого впливу. У 2009 р. Китай перетворився на третього за обсягами торгівлі торговельного партнера АСЕАН, залишивши позаду Японію та Євросоюз. А вже у 2020 році АСЕАН став першим торговельним партнером Китаю, а Китай в свою чергу залишився найбільшим торговельним партнером АСЕАНу уже 12 років поспіль. [53].

Найбільш значущим досягненням Китаю у зміцненні свого впливу на ПСА під час світової фінансово-економічної кризи стало створення та введення в дію з 1 січня 2010 р. Китайсько-АСЕАН-івської Угоди про вільну торгівлю (CAFTA). Зазначена угода стала найбільшою у світі. Обсяг торгівлі між Китаєм та АСЕАН досяг \$21,48 млрд. у січні 2010 р. і зріс за рік на 80%, китайський експорт до АСЕАН збільшився на 52,8%, а відповідно експорт з країн АСЕАН до Китаю виріс на 117% [40].

За ініціативою Пекіна, який показує свою рішучість розробляти і впроваджувати в регіоні таку модель економічного розвитку, яка б не залежала від ринків Сполучених Штатів Америки та Європи, вдалося значно зблизити позиції трьох провідних лідерів Північно Східної Азії – Китаю, Японії та Республіки Корея. Першим кроком став безпрецедентний тристоронній саміт лідерів Китаю, Японії та Республіки Корея в японському місті Фукуока у грудні 2008 р. Під час цього саміту лідерами трьох країн було обговорено плани щодо створення зони вільної торгівлі між Китаєм, Японією і Республікою Корея, а також заходи, що передбачають підтримку розвитку торгівлі та інвестиційного захисту Східної Азії. Планом дій, спрямованим на розвиток співробітництва між КНР, Японією і Республікою Корея, визначається, що три країни зобов'язуються розширювати своє співробітництво з Асоціацією держав Південно-Східної Азії, сприяти співробітництву у Східній Азії та підтримувати АСЕАН як рушійну силу співробітництва в регіоні [40].

Коли Концепція Азіатсько-Тихоокеанської Спільноти, яку висунув прем'єр-міністр Австралії К. Радд, не знаходить підтримки у країн ПСА на арену виходить позиція Японії, в особі экс-прем'єр-міністр Японії Ю. Хатояма, який

висуває власну концепцію Східноазійської Спільноти, засновану на принципі «відкритого регіонального співробітництва» [41]. Згідно неї Японія бере активну участь як у розбудові інтеграційних моделей на основі АСЕАН, так і в рамках Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (далі - АТЕС). По-друге, японська концепція містить екологічну складову – з огляду на провідну роль, яку відіграє Японія у процесі адаптації до змін клімату в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. По-третє, у концепції Ю. Хатоями значне місце відведено гуманітарним проблемам. По-четверте, японська концепція Східноазійської Спільноти серйозну увагу надає питанням забезпечення безпеки в Тихоокеанському регіоні, зокрема, через поєднання зусиль країн регіону в будівництві «моря дружби». У той же час Китай виступає за те, щоб Східноазійська Спільнота сформувалась як структура для економічного співробітництва у тих сферах і напрямках, які не викликають заперечень та розходжень [40]. Якщо Японія не заперечує ролі США в цьому контексті, то Китай категоричний. Таким чином, Китай, Японія, намагається посилити свою роль у регіоні, – висувають й активно просувають свої концепції східноазійського регіоналізму.

Прем'єр-міністр Й. Нода, в квітні 2012 р. говорив «не може бути стабільності без стабільності в басейні річки Меконг» [58]. Японська преса писала, що багато фірм мріють про прибуткові можливості в регіоні, і урядова допомога в 2013-2015 роках в розмірі близько 7 млрд.дол. буде цьому сприяти; Нода перерахував 57 проєктів, включаючи залізничні і шосейні дороги, мости, використання штучних супутників для ліквідації природних катастроф. Серед головного і турбота про безпеку людини [58].

Китай конкурує з Японією за сфери впливу для того щоб задовольнити свої паливно-ресурсні потреби готовий підтримувати всі режими. Так, за рахунок Китаю почались роботи по прокладці газопроводу від Бірми до провінції Юньнань. В Камбоджі Китай виграв тендери на сім гідроенергетичних проєктів на створення сучасних автострад між АСЕАН і Китаєм, в Пекіні формується фонд в розмірі 10 млрд дол. [40]. Китай заключає договір про вільну торгівлю в

АСЕАН як з єдиним блоком. У Японії дилема – не загубити вплив в країнах ПСА, в той же час, не допустити політичного суперництва з Китаєм. Китай з головного реципієнта японської офіційної допомоги перетворюється на важковагового суперника.

Японія як центр інтеграційних процесів має дещо менші успіхи в консолідації навколо себе. Розроблена «Стратегія 2006: створення “віртуального циклу” та “співрозвиток” в Азії сприяють тому, що Японія залишається економічним центром регіону. Зберегти свою позицію одного з трьох світових економічних центрів, одночасно бути “мостом” між новою глобальною системою й новою економічною структурою Азії - таке завдання Японії згідно зі Стратегією [26].

Існує низка факторів, які негативно впливають на динаміку відносин Японії з країнами АСЕАН. Серед них можна назвати невелику місткість японського ринку, порівняно з китайським, та історичну пам'ять у країнах регіону про роки окупації Японії. Усвідомлюють це не тільки в столицях АСЕАН, але й у Токіо. Це частково пояснює розширення географічного спектру зовнішньоекономічної діяльності Японії. Крім дипломатії “чекової книжки”, Токіо робить ставку також на двосторонні угоди про економічне співробітництво.

Провідні лідери економічної інтеграції у Східній Азії – Китай, Японія, а останнім часом і Австралія, яка також намагається посилити свою роль у регіоні, – висувають й активно просувають свої концепції східноазіатського регіоналізму. Так, спираючись на історичність «Шовкового шляху», Китай ініціює створення найбільшого проекту глобальної інфраструктури «Один пояс, один шлях». Про це вперше заявив Генеральний секретар ЦК КПК, Голова КНР Сі Цзіньпін восени 2013 р. Мета економічного проекту створення «Економічного поясу Шовкового шляху» і «Морського Шовкового шляху XXI століття». Офіційна мета глобального економічного проекту декларується наступним чином: «...Спираючись на міжнародні коридори... створити економічні коридори між Китаєм та Азією, між Китаєм та Індокитаєм» [70]. На морі метою цього проекту є «...створення безпечних високоефективних транспортних

маршрутів з вузловими точками у важливих портах» [27]. Ініціативою «Пояс і шлях» також передбачається будівництво нафтопереробних заводів, промислових парків, електростанцій, шахт і волоконно-оптичних мереж — всі вони призначені для полегшення торгівлі з Китаєм. Сьогодні понад 60 країн уклали угоди за різними проектами в рамках цієї ініціативи.

Японія вбачає в цьому проекті для себе конкуренцію, тому в серпні 2016 року японський прем'єр С. Абе запропонував власну «Стратегію свободи і відкритості Індो-Тихоокеанського регіону», яка спрямована проти домінування Китаю. В роботі над нею беруть активну участь Індія, В'єтнам і Шрі-Ланка. Планується, що в рамках цієї Стратегії на будівництво доріг, портів і електростанцій Японія витратить приблизно 200 млрд. дол. США [27]. І хоча в цих проектах країни Південно Східної Азії не домінуючі, однак їхня зацікавленість в тому чи іншому проекті буде грати чималу роль для тієї чи іншої сторони.

У 2020 році між країнами АСЕАН та їх найбільшими партнерами було підписано угоду про створення зони вільної торгівлі, до цієї угоди приєдналися як Китай так і Японія [4]. Це може дати можливість Японії більш активно просувати свої послуги та товари на ринки ПСА та дати поштовх до більш стійкої співпраці з країнами регіону.

Ще одна точка конфліктного дотику це Малаккська протока. Через цю протоку протягом року проходить більше 60 тис. суден, а це — близько 30 % світової торгівлі і 80 % імпорту Китаю, Японії, Південної Кореї і Тайваню [35]. Близько 15,2 млн. барелів нафти за добу транспортується через протоку [27]. Залежність Китаю від свого східного морського узбережжя і вузької Малаккської протоки біля Сінгапуру, через яку він імпортує та експортує товари, досить відчутна. В 2013 р. Китай і М'янма (Бірма) ввели в експлуатацію газопровід М'янма-Китай, який пролягає з портів М'янми в Бенгальській затоці до провінції Юньнань. Китай розпочав активні перемовини з Таїландом щодо будівництва альтернативного каналу з Південно-Китайського моря до Індійського океану [27]. Позиції Китаю зміцнюються, однак, і Китай і Японія вкладають кошти в

розвиток країн регіону. Так, зокрема, Китайська Alibaba и японський холдинг SoftBank інвестували \$1,1 млрд в величезний онлайн-маркетплейс Індонезії Tokopedia, яка планує направити кошти на розвиток логістики, інструментів для обробки платежів і фінансових послуг для продавців та інше [51].

На ПСА звертають увагу все більше країн, які готові йому допомогти, а відтак і співробітничати. Подивимось лише на наступний приклад. На боротьбу із наслідками цунамі, яке обрушилось на країни Південно Східної Азії 26 грудня 2004 р. було виділено 4,963 млрд дол, в тому числі Австралія- 904 млн дол., з яких 815,5 млн дол. — допомога уряду, а ще 88,5 млн дол. — приватні пожертвування [24]. Серед інших великих донорів можна виокремити Азіатський банк розвитку (675 млн дол.), Німеччину (660 млн дол. допомога уряду і 333 млн дол. приватних пожертвувань), ЄС (529 млн дол.), Японію (500 млн дол.), США (350 млн доларів) [24].

Не варто забувати, що країни ПСА самі здебільшого змінюють свою позицію по відношенню до тієї чи іншої сторони. Так, наприклад, Філіппіни. Прийшовши до влади 2016 року, президент Родріго Дутерте, попри територіальну суперечку його країни з Китаєм, не став домагатися виконання ухваленого Постійною палатою третейського суду в Гаазі арбітражного рішення про порушення Китаєм суверенітету Філіппін в обмін на зміцнення економічної співпраці з Китаєм.

В'єтнам підписав з Китаєм пакт з 12 договорів у сфері транскордонної торгівлі та 83 угоди на суму 1,94 млрд дол. щодо співробітництва в текстильній та аграрній галузях за участі 20 китайських компаній. З одного боку, В'єтнам намагається отримати економічні дивіденди від китайської ініціативи «Один пояс, один шлях», з іншого, є одним з найгучніших опонентів Китаю серед країн, які потерпають від втрат в акваторії Південно-Китайського моря [3].

У листопаді 2017 р. США, Австралія, Індія і Японія відновили свій чотиристоронній діалог, який вони на нетривалий період започаткували у травні 2007 р. Їх об'єднує бачення Індійсько-Тихоокеанського регіону,

основаного на правилах, і стурбованість окремими аспектами зовнішньої політики Китаю. Усі чотири держави зайняли критичну позицію щодо китайської ініціативи «Один пояс, один шлях».

Отже, регіон Південно-Східної Азії - привабливий для політики кожної держави. Японія, як невелика острівна країна, незважаючи на свій розвиток, прекрасно розуміє, що має мати ресурс і стратегічних партнерів. Саме тому її політика балансування має на меті виграти, в окремих випадках, в нерівній боротьбі із сильнішими військово, територіально, економічно.

Зважаючи на задекларований шлях співробітництва і розвитку це їй вдається, так як Японія уже вдалось подолати Китай на деяких позиціях, наприклад, інвестиції Японії у 2019 році щодо проектів по розвитку інфраструктури у країнах регіону оцінюються у 367 млн. доларів, в той час як китайські оцінюються лише у 255 млн. доларів [66]. І це доводить те, що у Японії ще є можливість зайняти домінуючу позицію, але не меншу роль відіграють і самі країни регіону ПСА. Японія намагається співпрацювати з країнами використовуючи свою «м'яку силу» і не тисне на країни цього регіону, з іншого боку Китай через свою могутність займає більш вигідну позицію і може нав'язувати свої умови. Все це так чи інакше впливає на конкурентоспроможні конкурентоспроможність Японії і неможливо зробити 100% прогноз щодо подальших подій.

РОЗДІЛ 3

МЕХАНІЗМИ І ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ ЯПОНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА КРАЇНИ ПСА

3.1. Особливості просування бренду «Японія» в регіоні ПСА

Як було зазначено вище, що головним інструментом просування своєї зовнішньополітичної діяльності, Японія визначила бренд «Японія». І особливе значення така стратегія мала для країн Південно-Східної Азії, адже саме для зовнішньополітичних зв'язків у цьому регіоні найбільше зацікавлена Японія, як з точки зору економічної, так і з точки зору «Human security» і культурної дипломатії. Бренд як та категорія, що відображає споживчу культуру, демонструє соціальну реальність, відображає реальні зміни і переваги, є важливим засобом впливу.

Щодо самого поняття «бренд», то Я. Віктор його трактує наступним чином: «Бренд - провідний актив компанії на ринку XXI століття. Незважаючи на те, що ми можемо керувати деякими аспектами бренда, справжнє його значення та цінність визначаються споживачем» [6]. Дж. Аакер доводить, що кожен споживач сприймає бренд за аналогією з особистістю, тобто персоніфікує його [50]. Бренд можна представити «як набір утилітарних і символічних цінностей, призначених для задоволення функціональних, соціальних, психологічних, економічних та інших потреб споживача» [2].

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що за допомогою певного бренду можна впливати на людей з точки зору їх запитів і потреб, схиляючи свідомість споживача бренду в необхідний бік і налаштовуючи на позитивний лад. Через продукти як економічного, так і культурного впливу можна окреслити можливості людини, її поведінку, закріпити в свідомості певні норми. Саме тому бренд, який визначила для себе Японія, мав на меті змінити свідомість і поняття людей. Японія обрала свою унікальну систему брендингу, що базується на всьому найкращому і разом із тим відповідає не лише передовим

технологіям, а й залишає свою самобутність і ідентичність. І хоча японський бренд – це перш за все високий рівень технологій, з іншого боку – це новий тип великої держави, яка має свою історію, культуру, самобутність [44].

Японія вже давно є певним прикладом модернізації та розвитку для країн ПСА. Саме вона один з найбільших торговельних партнерів, Японія є найважливішим джерелом прямих інвестицій і найціннішого постачальника технологій для всіх економік регіону. У попередньому розділі було окреслено фактори зацікавленості Японії в регіоні Південно-Східної Азії. І зважаючи на них Японія і окреслила для себе певний фактор взаємовідносин. Якщо звернутись до історичного шляху, то офіційні відносини партнерства з країнами цього регіону розпочалися з діалогових відносин, коли Японія оголосила себе активним учасником в питаннях миру і безпеки. Японська доктрина «від серця до серця», проголошена ще 18 серпня 1977 р. прем'єр-міністром Японії – Фукудою Такео в його виступі у Манілі стала початком створення Фонду культурного обміну, що підтримував всі починання і проекти країн ПСА [76]. Почали проводитись регулярні зустрічі, в яких брали участь глави зовнішньополітичних відомств, відбулися конференції, форуми. Японія всіляко намагається показати себе як того партнера, що розуміє потреби регіону, прагнення населення. І головним аспектом японської діяльності стає фінансова допомога, якої так потребує цей бідний регіон. І що важливо, Японія не втручається у внутрішні справи цих країн, а демонструє обережний і прагматичний підхід. Фінансові вливання в країни ПСА поступову висувують нові напрями і певні відносини.

Так, на зустрічі АСЕАН – Японія в липні 2008 р. глави зовнішньополітичних відомств схвалюють т. зв. «Нову доктрину Фукуди» щодо партнерства. «Країни Асоціації і Японія мають бути «партнерами, які думають і діють разом, поділяючи «спільний погляд на майбутнє», а наступні три десятиліття мають стати «роками будівництва мостів через прірву, що розділяє азійські країни за рівнем економічного розвитку» [43]. Ця цитата найкраще описує прагнення Японії для співробітництва з країнами ПСА, наміри Японії до підвищення рівня

регіону та розвитку його потенціалу. В оприлюдненій доповіді «групи мудреців» на черговому саміту АСЕАН – Японія, який відбувся в жовтні 2009 р. в Таїланді, підкреслювалося, що інтереси обох сторін «співпадають у регіональному й глобальному плані», а це відкриває для них можливості розвивати партнерство й зберігати свої провідні ролі в будівництві Східно-Азійського співтовариств. [43]

Можна зробити висновок, що основними особливостями побудови будь-яких взаємовідносин Японії і країн ПСА є партнерство і наголос на спільних поглядах на майбутнє.

На тлі спільних поглядів на майбутнє і бажань спільного процвітання виникає і «Дипломатія цінностей». Зі слів бувшого міністра закордонних справ Таро Асо (2006 р.), – це дипломатія, яка надає великого значення таким загальнолюдським цінностям, як демократія, свобода, права людини, верховенство права, ринкова економіка [49]. Це орієнтація на нові демократичні держави, котрі з'явилися у другій половині ХХ ст. по периметру континенту Азії. Тому що саме ці країни формують територіальний пояс, що, за задумом японських політиків, має стати зоною свободи і процвітання на Євразійському континенті [49]. І саме в цьому контексті Японія бачить себе головним сподвижником цього завдання, гарантом процвітання, тим основним гравцем, який забезпечить це, саме вона має бути основним будівельником нової геополітичної структури. Особливістю побудови певних відносин в регіоні ПСА є бачення Японією себе як головного гравця, партнера, центром навколо якого будуть відбуватися зміни корисні для всіх.

Японія стає флагманом торговельних, технологічних відносин з країнами ПСА, однак японські еліти вимагають і іншого підходу у взаємовідносинах. І ось коли була прийнята в ООН в 2000 році Програма «Мета розвитку тисячоліття» (Millennium Development Goals), де головними завданнями були гуманітарні – викорінення бідності, голоду в країнах, що розвиваються, Японія сміливо просуває і цей напрямок в країнах регіону, в якому зацікавлена. Крім того, в 2003 р. політика в ім'я безпеки людини була офіційно закріплена в Хартії офіційної допомоги розвитку [24]. Концепція «безпеки людини» включала в себе

«свободу від злиднів», «свободу від страху». І якщо в першому випадку це була економічна допомога, то в другому – демографічні проблеми, інфекційні хвороби, наркотрафік, організована злочинність, проблема біженців, приниження жінок тощо. У цьому контексті Японії виявилась на роздоріжжі. З одного боку, гроші, які вона вкладала мали приносити їй дохід. З іншого – їй необхідно показувати себе іншою.

Японія робить доволі рішучі і значні кроки у сфері допомоги країнам ПСА щодо людської безпеки та боротьби з бідністю, хоча її і критикують, що нібито “трішки пізно”. Із програмами розвитку й безпеки по відношенню до населення ПСА тісно пов’язані ініціативи Японії у сфері культури, одразу варто звернути увагу на важливий цивілізаційний аспект. Особливістю відносин Японії з країнами ПСА є розуміння Японією історичного розвитку кожної країни. Країни Південно-Східної Азії різні відносно своїх цивілізацій за результатами свого історичного розвитку та релігій: буддистська (М’янма, Таїланд, Лаос, Камбоджа), ісламська (Індонезія, Малайзія, Бруней, частково Філіппіни), латиноамериканська (Філіппіни) [9], але мають і певну схожість. За визначенням М. Стародубської: «“Жовті”» культури – спостерігально-орієнтовані» [46]. Ці культури рефлексують про навколишній світ, спостерігаючи за ним, реагують на його сигнали і поєднують важливість результату та виконання зобов’язань зі «збереженням обличчя» та підкресленою повагою. Так звані «жовті» культури не розуміють категоричного розподілу світу на «чорне» та «біле», і умовний лейтмотив – баланс інтересів понад усе [46].

Зважаючи на описане вище, стає зрозумілим, чому Японія, маючи свою цивілізацію, розуміючи такий важіль в кожній країні, дуже обережно проводить свою культурну дипломатію, адже у її суперника Китаю більше відчуття ідентичності з вищезгаданими країнами. Це створює сприятливе середовище для регіональної конкуренції. Не дивлячись на свою провідну роль у фінансових вкладеннях в країни ПСА у свій час і дотепер допомогу в гуманітарному плані, близькість культурного розвитку з ними, а з окремими сповідання однієї і тієї ж релігії, Японія на сьогодні має і певні виклики в цьому питанні.

Культура кожної держави унікальна і самобутня, причому просування японського продукту не завжди сприймається одразу, спонсори чекають від культурних програм швидких вигод, що не відразу можливо, особливо в період пандемії. Сьогодні головне місце займає питання вивчення японської мови, знання якої спрощує отримання трудової візи в Японію із країн регіону ПСА, особливо в час старіння населення Японії. Знання мови також підвищує конкурентоспроможність шукачів на ринку праці та дозволяє за максимально короткі терміни інтегруватись в японське суспільство. З іншого боку, освітні університетські обміни допомагають вирішувати певні проблеми всередині країн, такі як відсутність спілкування з іноземцями. [29].

Щодо інших культурних надбань, то просування бренду «Японія» має для кожної країни свої темпи в повноту. Важливо відмітити, що Японія береже свої культурні надбання і відноситься до них із особливою увагою. Так, 5 лютого 2021 року в Токіо був прийнятий законопроект щодо створення єдиної системи реєстрації нематеріальних культурних цінностей і нематеріальних цінностей культури для кращого їх захисту і збереження, який при позитивному розгляді має вступити в силу вже в 2022 році [65]. До груп культурних цінностей будуть відноситись каліграфія, чайна церемонія, квіткові композиції, культура їжі, методи приготування sake, місцеві блюда, регіональні свята. Саме вони будуть мати і фінансову підтримку від держави, що зробить просування їх в країні найближчих сусідів ще швидшими.

3.2. Діяльність Японського фонду, Азіатського центру та Центрів японської культури

Вагомий внесок у розвиток культурної дипломатії Японії внесла така структура як Японський Фонд, більш відомий як Japanese Foundation. За сприяння цієї структури проводяться культурні обміни, освітні програми та культурні фестивалі або інші заходи, які дають краще зрозуміти що таке Японія. Японський Фонд присутній у багатьох країнах світу, але звернувши увагу на

регіон ПСА, можна зрозуміти, що Japanese Foundation присутній майже у всіх країнах регіону, виключаючи лише Східний Тимор, Бруней та Сінгапур.

Японський Фонд несе місії розповсюдження японської мови, культури, традицій та інших аспектів, що дають змогу іноземцям стати ближче до японського народу. За час свого існування, з 1972 року, Японський Фонд здійснив велику кількість заходів, культурних та освітніх обмін, але на даний момент, через пандемію та обмеження що вона привнесла, кількість заходів організованих Japanese Foundation зменшилась. Не дивлячись на це, все ще проводяться заходи в онлайн форматі, а ті які неможливо здійснити дистанційно були перенесені на інші дати. Наприклад, незважаючи на пандемію, у Таїланді буде проведено виставку, хоч і з обмеженням по кількості присутніх. Ця виїзна виставка буде має назву "Краса обміну подарунками в Японії: надання форми думкам та емоціям" [81]. Ця виставка є найновішою колекцією Японського фонду, і вона розпочинає свою подорож до Таїланду як першої країни призначення у світі.

Японський фонд намагається створити сприятливі умови для розповсюдження японської культурної дипломатії навіть у доволі складні для цього часи. При підтримці Японського Фонду реалізуються курси з японської мови для початківців. Ці курси проводяться регулярно у всіх країнах, що співпрацюють з Japanese Foundation. Одним з останніх новин про такі курси є на сайті Японського Фонду в Манілі, де з травня розпочинаються нові курси, що будуть проводитись дистанційно на платформі Zoom [68]. Для цього потрібно лише мати необхідний девайс та зареєструватись, саме цією простотою Японський Фонд може успішно просувати японську культурну дипломатію на новий рівень.

Щодо досягнень Японського фонду за останнє десятиліття, можна виділити те, що він активно намагається залучити все більше країн та особливо це стосується Азії, та зокрема Південно-Східного регіону. В рамках урядової ініціативи «Назустріч інтерактивній Азії через злиття та гармонію», Японський фонд організовує та підтримує двосторонні програми обміну між Японією та

азійськими громадами в регіоні АСЕАН та навколо нього [84]. У 2011-2016 роках 364 особи були надіслані як «NIHONGO Partners» для підтримки вивчення японської мови у 12 країнах та регіонах. Крім того, Азіатським центром було здійснено або підтримано 516 програм обміну мистецтвом та культурою, що створило можливості для обміну та співпраці для 1,16 мільйонів учасників [81].

Азіатський центр був створений у квітні 2014 року як орган, відповідальний за нову азіатську політику культурного обміну "На шляху до інтерактивної Азії через злиття та гармонію", оголошений японським урядом на урочистій зустрічі на вищому рівні АСЕАН-Японія в Токіо в грудні 2013 року [54]. Азіатський центр намагається виховувати серед людей Азії спільну обізнаність про взаємне співіснування та розуміння одне одного як сусідів, здійснюючи діяльність у широкому спектрі сфер, що охоплюють 4 напрями: спілкування, підключення та поширення, співпраця та створення.

Таблиця 3.1 - Основні ініціативи Центру Азії⁶

The Asia Center's 2 Main Initiatives				
	Support for Japanese-language Learning		Arts and Cultural Exchange	
	Number of NIHONGO Partners dispatched	Students taught (total)*	Number of events organized/supported	Participants (total)
FY2014	100	7,000	164	220,000
FY2015	170	75,000	379	810,000
FY2016	364	130,000	516	1,160,000

*The number of students taught by NIHONGO Partners returning this fiscal year

Такі елементи японської культури як кімоно, ікебана, оригамі, самурай, манга, аніме, відеоігри все більше стають знаними в країнах Південно- Східної Азії. Так, наприклад, японське програмування анімації, таке як Doraemon, все більшої популярності набирає серед індонезійської молоді [42]. З іншого боку, японська молодь цікавиться індонезійською культурою, такою як індонезійські ікони, батік, гамелан, танці. Більше 85 тис. індонезійців вивчають японську мову [42].

⁶ Взято з сайту: The Asia Center/ Japan Foundation. URL: https://www.jpf.go.jp/e/about/result/ar/2016/02_02.html

З березня по грудень 2019 року Азіатський центр Японського фонду проводив Asia in Resonance 2019 як низку заходів у Японії та Південно-Східній Азії, де представляли різноманітні програми культурного обміну [79]. Широкий спектр спеціальних заходів, створених завдяки взаємному інтересу до культур один одного, включав транскордонне виробництво сценічних вистав та фільмів, а також спеціальний міжнародний товариський футбольний матч між командою "ASIAN ELEVEN" вибраних гравців Південно-Східної Азії проти команди з Японії та симпозіум партнерів NIHONGO. Загалом лише 24 основні програми залучили близько 20 000 людей, з'явилося 1350 повідомлень у ЗМІ про ці події. Цей фестиваль був демонстрацією про досягнення інтерактивних обмінів, проведених Азіатським центром Японського Фонду за останні п'ять років, а також став відправною точкою для подальшого поглиблення відносин між Японією та Південно-Східною Азією [79].

У 2021 році, Азіатський центр в основному займається онлайн заходами, так як все ще присутні обмеження на проведення заходів з залученням великої кількості людей. Серед цих заходів останніми є Online Asia Center TERAKOYA, що є серією семінарів присвячених різним темам, соціальним, історичним та культурним, останній семінар був на тему "Демократія на роздоріжжі: вибір нової ери питань, поставлених коронавірусною кризою" [71] Обговорення актуальних тем та залучення більшої аудиторії допомагають не відходити від цілей, що були поставлені перед Азіатським центром.

Азіатський центр займається наданням грантів, які будуть сприяти просуванню японської мови та культури. Ці гранти безперечно допомагають розвитку японської культурної дипломатії так вони можуть висувати інноваційні ідеї у цій сфері та заохочувати більше людей до співпраці. У березні 2021 року на сайті Азіатського центру було опубліковано Перелік грантодавців на Грантову програму сприяння культурному співробітництву на 2020 рік [84]. Це дає можливість переглянути грантову програму культурної кооперації та детальніше ознайомитись з нею.

Окрім Японського Фонду та Азіатського центру, не менш важливими є інші структури, що просувають культурну дипломатію Японії, зокрема це є Центри японської культури. Такі центри допомагають розповсюдженню японської культури, навіть у тому разі, коли у країні відсутній, наприклад, Японський Фонд. Це можна продемонструвати на прикладі Сінгапуру, де існує Центр Японської культури. Цей центр займається культурними обмінами, освітніми програмами, викладанням японської мови та проводить різного плану культурні та освітні заходи [82]. Він продовжує навіть під час пандемії, викладаються нові матеріали та графіки проведення курсів. Такі центри існують майже у всьому регіоні Південно-Східної Азії і вони також є важливим джерелом розповсюдження японської мови та культури.

Ще однією важливою структурою є спільноти, що існують для просування відносин між двома країнами та обмін культурами обох країн. Серед таких спільнот можна виділити Філіппінсько-Японську спільноту. Вона займається встановленням культурного діалогу між обома країнами. До складу спільноти також входить Філіппінський інститут японської мови та культури, в рамках якого не тільки вивчається мова та культура, а також проходять культурні та освітні обміни. В рамках своєї діяльності спільнота проводить збори та конференції, які присвячені співпраці між державами, культурним та економічним питанням. Такі структури у порівнянні з Японським Фондом чи Азіатським Центром не несуть такої ж важливості, але тим не менш вони допомагають Японії у просуванні своєї культури і чим більша кількість таких центрів та спільнот існує, тим більш вагомий внесок вони роблять у японську культурну дипломатію.

Іншим прикладом таких спільнот може слугувати Брунейсько-Японська Асоціація Дружби [78]. Вона заохочує людей, що поділяють спільний інтерес до Брунею та Японії співпрацювати між собою у різних сферах, таких як: бізнес, культура, освіта та інші. Також асоціація займається освітніми та культурними обмінами між країнами. Асоціація працює з 1985 року та увесь цей час просуває зв'язки між двома країнами, намагаючись піднести їх на новий рівень [78].

Важливо також згадати і фестивалі, що проходять за підтримки державних структур, культурних центрів або організуються спільнотами. Прикладом таких заходів може бути фестиваль, що був зроблений японськими дисидентами у Філіппінах, де небажаючі забути своє коріння люди влаштували власне свято, де були проведені лекції та уроки, що стосувались японської мови та культури [57].

Японський фонд у Манілі також організовує фестиваль, що пов'язаний з класикою японської анімації. Під час Міжнародного фестивалю німого кіно у Манілі будуть транслювати 6 унікальних короткометражних німих фільмів із колекції класики японської анімації[81].

Отже, можна зауважити, що Японський Фонд не є єдиною структурою, що просуває культурну дипломатію Японії, але все ж таки є головною з працюючих у цьому напрямку.

3.3. Розповсюдження сучасної японської культури через соціальні мережі та медіа

Сучасна японська культура є відомою у всьому світі, доволі складно знайти людину яка ніколи не чула про аніме або мангу. Навіть на просторі колишнього СРСР по телебаченню не рідко з'являється японська мультиплікація. Японські аніме транслюються по всьому світу, а в період коли майже кожна людина зареєстрована у соціальних мережах японська культура набирає ще більших обертів. Якщо навіть у найвіддаленіших від Японії країнах знають про її сучасну культуру, то що можна сказати про Азію, а особливо її Південно-Східний регіон який є найближчим до Японії.

Протягом останніх двох десятиліть японські товари популярної культури масово експортувались, продавались та споживались по всій Східній та Південно-Східній Азії. Японські комікси регулярно перекладаються на місцеві мови Таїланду та Індонезії, і вони домінують на ринку коміксів у Східній Азії. Японські анімаційні персонажі Hello Kitty, Amran Man та Pokemon є повсюдно, зображені на ліцензованих та неліцензійних іграшках будь-якого типового

азіатського міста. Японська анімація, яку зазвичай називають аніме, є найпопулярнішою у своїй галузі. Astro Boy, Sailor Moon та Lupin - вдалі приклади анімованих персонажів, яких можна побачити майже у кожному магазині, де продають аніме в Сінгапур [72].

Надбання японської поп-культури почали набирати ще більше популярність у соціальних мережах та по телебаченню у Південно-Східній Азії. Одним з найвідоміших каналів, що транслює японську анімації у регіоні ПСА є Animax, що транслює аніме у Сінгапурі, Малайзії, Філіппінах, М'янмі, Індонезії та Камбоджі і є одним з найперших і найпопулярніших серед подібних телеканалів [<https://www.animax-asia.com/get-animax>]. У багатьох країнах регіону існують сайти, які пропонують аматорський дубляж, останні новини стосовно аніме та манги і обговорення. Одним з таких сайтів є приклад Філіппінського сайту Animerph, який пропонує останні новини та переклад японської анімації філіппінською мовою [52].

Важливим джерелом популяризації сучасної японської культури є соціальні мережі, які просувають японську анімацію, мангу, ідолів та інші складові японської поп-культури. На території Південно-Східної Азії найбільш вживаними соціальними мережами є Facebook, Whatsapp, Instagram, Line [55]. Останнім часом в лідери також виходить Tik-Tok. В усіх цих соціальних мережах не тільки існують офіційні сторінки компаній що знімають аніме та видають мангу, а і люди, саме через них розповсюджуються японська культура. Люди підписуються на японських ідолів, слідкують за ними, діляться цієї інформацією з друзями, знайомими, своїм оточенням та саме цим просувають японську культуру уже на інший рівень, коли ти можеш не помітити, як сам розповсюджуєш інформацію про ті чи інші культурні надбання країни.

Соціальні мережі створюють ефект того, що ти сам не помічаєш як стаєш частиною цієї культури. Коли у інстаграмі чи фейсбуці бачиш хвилине відео з якимось аніме і тобі хочеться знайти його та подивитись, саме так працюють соціальні мережі.

3.4. Варіанти подальшого розвитку японської культурної дипломатії в ПСА та практичні рекомендації

Культурна дипломатія Японії у регіоні Південно-Східної Азії є досі у тому чи іншому випадку залежною від історичної пам'яті та іміджу Японії. Також існує загроза у вигляді Китаю, як головного конкурента за вплив у регіоні. У Китаю більш ніж достатньо ресурсів для того, щоб чинити опір просуванню японської культурної дипломатії до регіону.

Для того, щоб подолати складнощі у розвитку японської культурної дипломатії, потрібно модернізувати не тільки механізми через які просувається японська культурна дипломатії, а і в цілому систему розповсюдження японської культури. Велика кількість населення досі пам'ятає поведінку японських військових у часи Другої світової війни, про це говорять у навчальних закладах країн Південно-Східної Азії та навіть коли Японія пройшла великий шлях у зміні свого іміджу, все ще залишається деяка настороженість щодо неї.

Саме для того, щоб Японія змогла просунути свою культурну дипломатію на новий рівень у регіоні Південно-Східної Азії, пропонується декілька варіантів, що можуть допомогти у цьому. Всі рекомендовані варіанти мають свої переваги та недоліки, тим не менш, вказують на методи вирішення проблеми з просуванням японської культурної дипломатії, які зосереджені на застарілому іміджі Японії в очах жителів регіону ПСА.

Перший варіант – культурна експансія. Цей варіант є у деякій мірі є агресивним, так як має на увазі всіма доступними методами просувати культуру Японії. Для цього потрібно задіяти не тільки центри Japanese Foundation, а й дипломатичні представництва на території країн регіону, туристичні агенції, культурні центри та інші структури, що можуть допомогти у просуванні японської культури. Організувати культурні фестивалі, залучати громадян до освітніх програм та програм по обміну, пропагувати культуру Японії всіма доступними методами. Це дозволить змінити імідж Японії, яку пам'ятають як країну, що хотіла знищити чужу історію та культурну спадщину на країну, яка хоче методами невтручання у внутрішню політику держави розповсюдити свою

культуру, співпрацювати з країнами та доповнювати як свою культуру так і країн регіону.

Звісно це несе за собою деякі небезпеки, коли країни регіону можуть сприйняти це як прояв реваншизму зі сторони Японії, почати усіяко заважати просуванню культурної спадщини Японії на території своїх країн, але у цьому випадку співробітництво у інших сферах, яке може допомогти зрозуміти добрі наміри зрівняє ситуацію до більш сприятливої. Також, не варто забувати, що з деякими країнами Японія має непогані культурні відносини, навіть не дивлячись на минуле, якщо культурну експансію почати з цих країн і виставити це як приклад добрих намірів Японії, то це не буде сприйматись так різко з боку інших. Цей варіант виділяє культурну експансію як прояв агресії зі сторони Японії, який допоможе змінити імідж Японії та швидко просунути культуру до країн регіону, щоб заповнити пробіл у зовнішньо-політичному впливі на Південно-Східну Азію.

В цьому контексті можна відзначити, що культурну експансію можна здійснювати у тісному зв'язку з наданням економічної допомоги, вкладенням інвестицій, розширенням мережі підприємств, де буде використовуватись робоча сила з пристойними зарплатами. Тут важливу роль разом з культурною експансією може зіграти і офіційна допомога розвитку країнам Південно-Східної Азії, адже більшість із них до сьогодні її потребують. На прикладі В'єтнаму можемо сказати, що він хоче бути заможним як Японія, Японії ж у свою чергу В'єтнам потрібен як сировинна база, наявність дешевої робочої сили. Зважаючи на такі взаємовигідні бажання, просування культурної дипломатії відбувається значно швидше.

З одного боку, може здатися, що це схоже на ті дії, які Японія проводить наразі щодо регіону Південно-Східної Азії, але це не так. Японія намагається робити все рівномірно та здебільшого зосереджена на Japanese Foundation та Азіатському центрі, через що не звертає уваги на те, що для більшої ефективності можна співпрацювати і з іншими, недержавними структурами.

Другий варіант – докорінний розрив Японії з її минулим. Цей варіант має доволі просте значення, але це дуже складний крок для Японії. Розуміється те, що Японія повинна порвати зв'язки з її минулим та засудити ті дії, що були у минулому. Хоча Японія неодноразово зазначала, що вона змінилась та змінила своє ставлення, досі відчувається те, що Японія не повністю прийняти свою провину, неодноразово зазначалось що майбутні покоління японців, не повинні вибачатись за ті дії що вона вчиняла, наприклад, за часів Другої світової війни [69]. Саме це і викликає недовіру і неможливість повноцінного прийняття культури Японії іншими країнами регіону.

Наприклад, коли у своєму виступі видатний японський політик Тору Хашімото щодо використання жінок для утіх японських солдатів під час Другої світової війни сказав, що Японія несе за це відповідальність, в той же час він виправдовував такі дії :«В умовах, коли кулі літають, мов дощ і вітер, солдати весь час ходять довкола небезпеки втратити життя. Якщо хочете, щоб вони могли відпочити в такій ситуації, система жінок для утіх є необхідною. Це зрозуміло кожному» [34]

Практично такий контекст прослідковується і у інших виступах, у яких з одного боку береться відповідальність за вчинене, а з іншого всі дії Японії виправдовуються. Варіант докорінного розриву Японії з її минулим не потребує великих фінансових затрат, але він є практично неможливим для виконання. У плані морального настрою населення можуть виникнути проблеми, так як відомо, що Японія країна з високим рівнем націоналізму, що може завадити реалізації даного кроку та викликати масові незадоволення. Окрім того, деякі країни суперники можуть використати це і заявити, що Японія уже не така велика й впливова країна, якою була раніше. Цей варіант несе за собою зміну іміджу та можливість за допомогою розриву з минулим покращити зв'язки з іншими країнами, але є небезпека того, що японці можуть просто не прийняти такого варіанту

Третій варіант – залишити все як є. Цей варіант є найбільш стриманим і безпечним. Сутність цього варіанту лежить в його довго тривалості, так як імідж Японії, як країни, що хотіла нав'язати свою культуру та знищити культуру іншої країни закріпився за часів Другої світової війни, можна скористатися зміною поколінь, так як покоління, які пам'ятають той імідж Японії який не дає їм прийняти Японію такою, яка вона є наразі та вчать цьому молодь рано чи пізно перестане існувати, людей, що зазнали страждань під час Японської агресії буде усе менше, а нові покоління будуть більш зацікавлені у країні, що бачать своїми очима, а не про ту, про яку їм розповідали, їх думка зміниться на краще та це стане рушійним фактором у просуненні японської культури на країни регіону Південно-Східної Азії. Цей варіант вирішення проблеми не потребує фінансових вкладень, але у ньому є великі мінуси, які неможливо прибрати. Перше, незважаючи на багато спільних рис, які є у Японії і країн Південно-Східної Азії, вони належать до різних цивілізацій, а відтак і сприйняття у кожного своє.

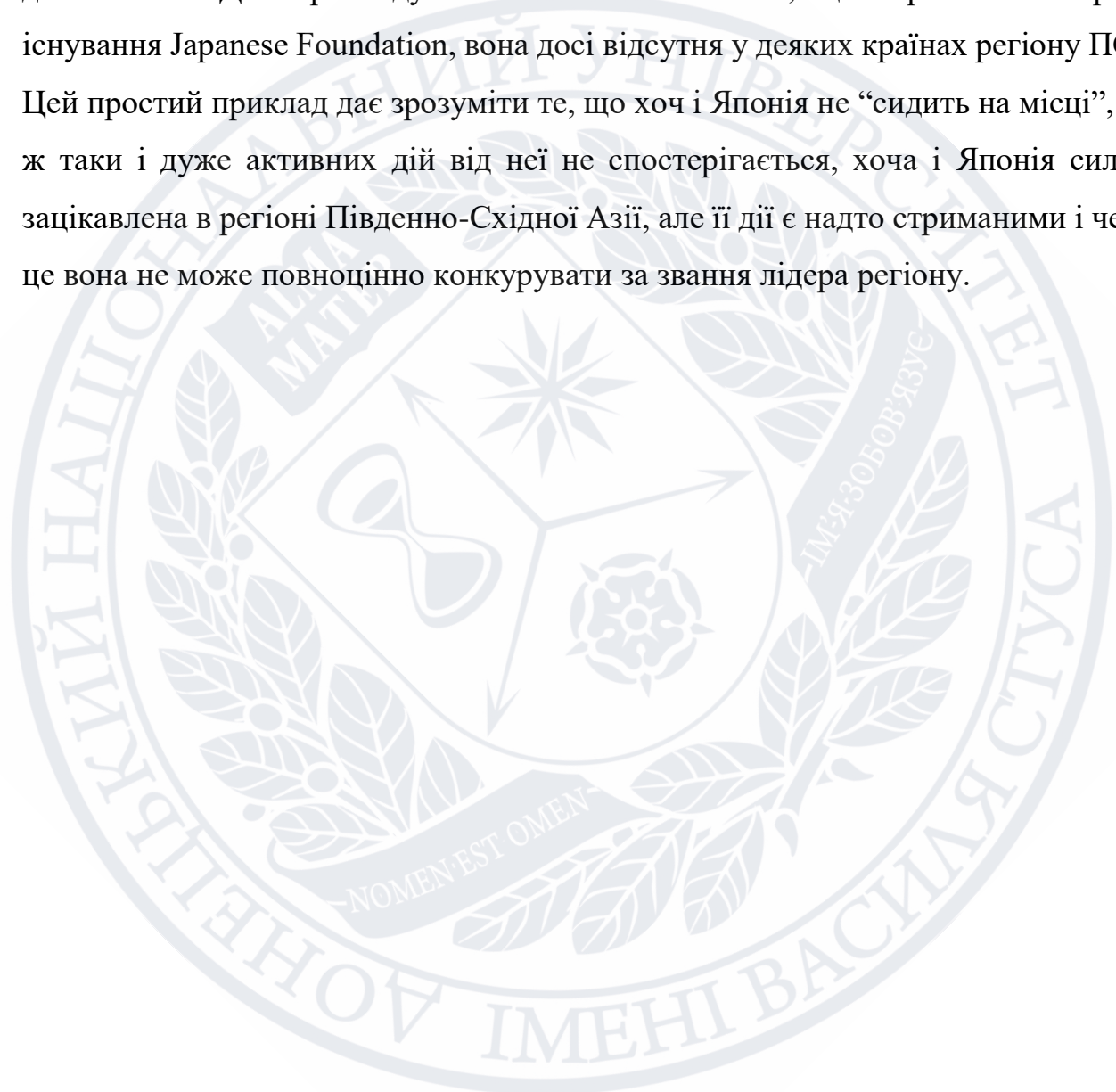
Не можна відкидати і вплив Китаю, який в окремих випадках ближчий до країн ПСА та є конкурентом у розповсюдженні свого впливу на країни регіону, хоча Китай та держави Південно-Східної Азії знаходяться у конфлікті, наприклад, через Південно-китайське море, все ще не можна відкидати варіанту, що при можливості Китай почне активно поширювати свій вплив, що почне також чинити тиск на Японію [1].

Другим з мінусів є його тривалість. Часу, що потрібний для цього може зайняти не одне десятиліття, щоб природнім шляхом змінити імідж Японії в думках громадян країн регіону і не відомими залишаються події, які можуть трапитись за такий період, ситуація у світі, що буде складатись на протязі цих років можуть як бути на користь цьому плану, так і зробити його абсолютно неможливим для виконання. Не слід забувати, що цей підхід до вирішення проблеми може також привести до стагнації культурних відносин з країнами.

Через загрозу з боку інших гравців регіону, таких Китай, що все більше намагається зробити Південно-Східну Азію сферою свого впливу, Японії потрібно діяти більш рішуче. Виходячи з цього, можна виділити саме варіант з

культурною експансією, він несе за собою ризики але також і великі надбання, що необхідні для просування культурної дипломатії в ПСА. Рішучі кроки допоможуть як змінити імідж так і більш наявними методами показати велич Японії та те як через співпрацю з нею можна досягти нового етапу розвитку.

Таким чином, Японія недостатньо активно просуває свою культурну дипломатію. Для прикладу можна взяти навіть те, що через стільки років існування Japanese Foundation, вона досі відсутня у деяких країнах регіону ПСА. Цей простий приклад дає зрозуміти те, що хоч і Японія не “сидить на місці”, все ж таки і дуже активних дій від неї не спостерігається, хоча і Японія сильно зацікавлена в регіоні Південно-Східної Азії, але її дії є надто стриманими і через це вона не може повноцінно конкурувати за звання лідера регіону.



ВИСНОВКИ

Японія є одним з найбільш очевидних прикладів використання «м'якої сили» на міжнародній арені. Спочатку це було зроблено під тиском програшу у Другій світовій війні, але згодом така політика Японії стала для неї новим подихом, який допоміг їй значною мірою подолати проблеми з іміджем і налагодити відносини з іншими гравцями міжнародної арени. У рамках своєї політики «м'якої сили» Японія зацікавлена у співробітництві з іншими країнами у економічній, технологічній, культурній та інших сферах. Невід'ємною та важливою складовою «м'якої сили» Японії є культурна дипломатія, яка пройшла еволюційний шлях від середини ХХ століття, де Японія була змушена повністю змінити свою політику, до держави, що зараз за всіма рейтингами є передовою у використанні «м'якої сили» та поширює свою культуру по всьому світу через співробітництво та партнерство. Характерною особливістю культурної дипломатії Японії на сучасному етапі є її привабливість для молодого покоління, саме бренд «Cool Japan» робить її цікавою для усього світу. Також важливим є те, що не дивлячись на орієнтацію просування попкультури, Японія також не забуває свого коріння та успішно поєднує новітні надбання культури зі старими.

Японія співпрацює з багатьма країнами світу, але наразі основну увагу вона приділяє тим регіонам, що є найбільш близькими до неї, серед них найважливішим є регіон Південно-Східної Азії, в якому вона зацікавлена вже десятиліттями. Зазначений регіон має велику кількість ресурсів і можливостей для розвитку у економічній, енергетичній, культурній та інших сферах. Саме це приваблює Японію до цього регіону, він може допомогти їй здійснити свої зовнішньополітичні амбіції та забезпечити достатньою кількістю ресурсів для стрімкого розвитку. Окрім ресурсного потенціалу, регіон Південно-Східної Азії також має велике значення для японської культурної дипломатії, що стрімко розвивається.

Культурна дипломатія є одним з найважливіших аспектів «м'якої сили» та саме вона може допомогти налагодити відносини з державами цього регіону. За допомогою таких структур, як Japanese Foundation та Азіатського центру культурна дипломатія Японії на цей регіон набирає все більших обертів. Культурні обміни, освітні програми, фестивалі та культурні заходи допомагають людям зрозуміти нову Японію та те, якою вона стала після Другої світової війни. Бренд “Японія” все більше схиляє на свій бік жителів регіону, оскільки демонструє те, якою зараз є ця держава. Серед особливостей просування бренду “Японія” в регіоні можна виділити проект Asia Centre. Ця структура була створена для просування культурної дипломатії у регіоні та покращення іміджу Японії. Культурні фестивалі, освітні обміни, курси по вивченню японської мови, усе це дозволяє краще зрозуміти людям регіону ПСА чим саме живуть японці і чим вони особливі.

На території Південно-Східної Азії існує велика кількість культурних центрів, спільнот, інститутів та шкіл, що займаються просуванням японської мови та культури. Не слід і забувати про соціальні мережі та медіа, де японська культура просувається найбільш активно, особливо під час пандемії. Молоде покоління країн регіону Південно-Східної Азії дедалі більше дізнається про аніме, мангу, ранобе та інші аспекти новітньої культури Японії. Все це визначає що Японія дійсно робить кроки до розповсюдження культурної дипломатії у регіон ПСА.

За культурною присутністю Японії в регіоні можна виділити країни як, наприклад, Сінгапур, В'єтнам та Індонезія, де японська культурна дипломатія є найбільш дієвою та помітною. У цих країнах надбання японської культури вже стали чимось невід'ємним, там діють японські інститути, культурні центри та спільноти. Щодо таким країн як Східний Тимор та Лаос, вони зараз менш зацікавлені у культурному співробітництві, хоча Японія намагається робити більш рішучі кроки для просування своєї мови та культури у цих країнах.

З іншого боку, існують проблеми та виклики, з якими стикається культурна дипломатія, а саме: відсутність зацікавленості деяких країн у сфері культурного співробітництва, а лише, наприклад, економічного, присутність відголосків історичної пам'яті та того, як Японія поводити себе під час Другої світової війни, конкуренція у вигляді Китаю, США та Південної Кореї. Усі ці фактори впливають на розвиток культурної дипломатії у регіоні ПСА. Хоч культурна дипломатія Японії в Південно-Східній Азії і просувається, для того щоб стати головним гравцем регіону та зробити його своєю сферою впливу цього може бути замало. З однієї сторони не можна сказати те, що Японія нічого не робить для просування своєї культури, а з іншої, вона все ж таки робить це повільно та недостатньо рішуче. У ситуації, коли Китай все більш активно просуває свої позиції у регіоні, Японія намагається діяти більш зважено та послідовно, що може зіграти їй не на користь. Японії потрібно прикладати більше зусиль, адже цей регіон є для неї дуже важливим, як і на теперішньому етапі її розвитку, так і в майбутньому.

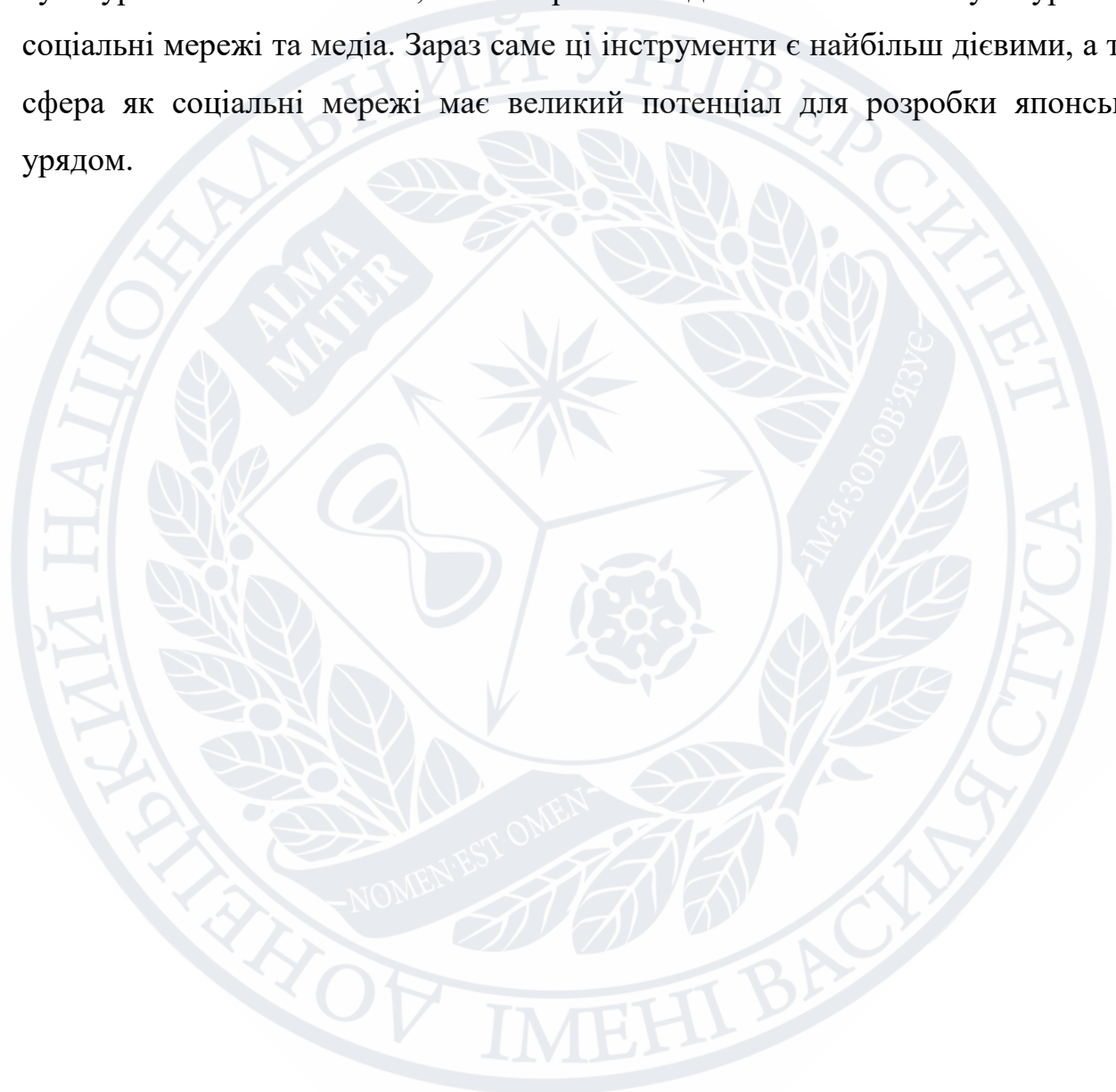
У роботі було запропоновано три варіанти політики, які можуть допомогти скорегувати діяльність Японії в рамках культурної дипломатії у регіоні Південно-Східної Азії:

1) Культурна експансія. Цей варіант включає в себе більш агресивне просування японської культури на країни регіону, де уряду потрібно буде залучити усі можливі структури.

2) Докорінний розрив з минулим. У цьому варіанті розуміється виправлення свого іміджу через повний розрив з минулим, що було до завершення Другої світової війни, де Японія мала репутацію агресора.

3) Залишити все як є. Найбільш безпечний та довготривалий варіант у якому через зміну поколінь усі минулі дії Японії проти країн ПСА забудуться та на зміну їм лишаться лише ті люди, що пам'ятають Японію як державу, що прагне до миру та співробітництва.

Усі три варіанти пов'язані із застарілим іміджем Японії, що склався після Другої світової війни. Ці варіанти можуть допомогти поглянути на ситуацію з іншого боку та дещо змінити підхід до розповсюдження культурної дипломатії на регіон ПСА. Найбільш перспективними напрямками й інструментами культурної дипломатії Японії в регіоні Південно-Східної Азії можна вважати культурні та освітні обміни, а також розповсюдження японської культури через соціальні мережі та медіа. Зараз саме ці інструменти є найбільш дієвими, а така сфера як соціальні мережі має великий потенціал для розробки японським урядом.



СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Афонін Б.М. Япония и бывшие страны-противники после окончания Второй мировой войны. Россия и АТР, 2015. №1, с.22-33 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yaponiya-i-byvshie-strany-protiv>
2. Бове К. Л. , Аренс У. Ф. Современная реклама, 1995. – 704 с.
3. Бутирська Н. Південно-Східна Азія між «китайським багатством» і «американською безпекою». *Дзеркало тижня*. Випуск №3. 26 січня-1 лютого 2019 р. URL: https://dt.ua/international/aziyski-manevri-300717_.html
4. В Азії 15 країн підписали угоду про створення найбільшої у світі зони вільної торгівлі. The Page. Листопад 16, 2020. URL: <https://thepage.ua/ua/news/pidpisano-ugodu-pro-stvorennya-najbilshoyi-zoni-vilnoyi-torgivli>
5. В Японии создадут систему регистрации нематериальных культурных ценностей. Nippon. February 08, 2021. URL: <https://www.nippon.com/ru/news/yjj2021020500362/>
6. Виктор Я.В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. Москва: Гуманитарный центр, 2003. 478 с.
7. Гончар Б.М. Англійсько-німецька угода про Китай 1900 *Українська дипломатична енциклопедія: у 2 т.* Київ: Знання України, 2004. Т. 1. С. 760.
8. Горбатенко В. П. Феномен Китаю: ціннісне підґрунтя модернізаційного успіху. *Людина і політика*. 2008.№ 1. С. 3–10.
9. Городня Н.Д. Цивілізаційні чинники сучасного розвитку країн Східної Азії. Вісник Київського університету ім.Т.Г.Шевченка. Серія «Історія». 2011. Випуск 1. С.14-17.
10. Гречка О.Г Особливості геостратегічного партнерства в Південно-Східній Азії (1950-2000) URL: http://lib.ndu.edu.ua:8080/dspace/bitstream/123456789/574/1/411_Visnik_stydenstvo_tovaristva.PDF#page=148

11. Демографія Японії. Мова URL:
<https://sites.google.com/site/yponiaorlova/demografia-aponiie/2-mova>
12. Деркач Н. Публічна дипломатія Японії: потреба завантаження. *Adastra* January 25. 2020. URL: <https://adastra.org.ua/blog/publiczna-diplomatiya-yaponiyi-potreba-perezavantazhennya>
13. Задворная Е. С. Конструирование идентичности как инструмент международного взаимодействия Японии и Китая. *Ойкумена*. 2016. №2. С.16-31
14. Кawaii – старая тенденция на новый лад. URL:
http://www.kawaicat.ru/news_fashion/view/64
15. Казаков А. И. «Мягкая сила» Японии и информационные войны. *Япония наших дней*. 2014. № 2. С. 20-35.
16. Капітоненко М.Г. «М'яка сила» у сучасній світовій політиці: теоретичні аспекти» Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 94 (Частина II), 2010,с.20-21
17. Катасонова Е. Японское общество в мире аниме и манги. URL:
<http://mangalectory.ru/articles/ml465>
18. Квасниця О. «Японська ідентитарна матриця як чинник буття нації». *Мовні і концептуальні картини світу*. - №. 40 2012. с. 292-297
19. Кудирко Л. Стратегії «м'якої сили» в умовах глобальної конкуренції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 6. С.54-56.
20. Кулинич А. А. Мягкая сила и национализм современной Японии: китайский вектор. *Ойкумена*. 2017. №32. С. 30-41.
21. Левченко О.В. Реалізація “м'якої сили” для просування національних інтересів. *Збірник наукових праць Центру воєнно-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського*. 2014. №3(52). С. 41-42
22. Лук'янов А.Є. Лаоцзи і Конфуцій: філософія Дао. 2001. 384 с.
23. Магазин японського бренду Miniso на Хрещатику. *The Village*. 27 вересня 2017. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-news/262969-magazin-yaponskogo-brendu-miniso-na-hreschatiku19>

24. Макогон Ю.В. Сучасний стан економічної співпраці країн Південно-Східної Азії. *Краєзнавчі дослідження*. 2019. №1(10). С.124-131. URL: <https://chinese-studies.com.ua/sites/default/files/Archive/2019/1/10.pdf>
25. Міністерство закордонних справ Японії [офіційний сайт] URL: <https://www.mofa.go.jp/>
26. Оніщенко А. В. Головні центри економічних інтеграційних процесів Азійсько-Тихоокеанського регіону. *Вісник Академії митної служби*. 2012. №2(48). С.18-20.
27. Особливості регіону Східної Азії як одного із центрів світової сили». *Борисфен Інтел*. 7 травня 2019 р. URL: <http://bintel.com.ua/uk/article/osoblyvosti-rehionu-skhidnoyi-aziyi/>
28. Отаке Т. Кількість відвідувачів Японії підіймається до 20 мільйонів. Журнал The Japan Times Online. 2017.
29. Политика "мягкой силы" Японии в начале XXI века URL: <https://nauchkor.ru/pubs/politika-myagkoj-sily-u-yaponii-v-nachale-xxi-veka-5f9080a7ccefde0001993369>
30. Посольство Японії в Україні : [офіційний сайт]. URL: https://www.ua.emb-japan.go.jp/itprtop_uk/index.html.
31. Про що мовчать японські підручники з історії. *BBC Україна*. 18.03.2013. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/03/130318_japan_children_war_dt
32. Програма Темпус URL: <https://www.tempus.org.ua/uk/tempus/what-is-tempus/159-programa-tempus-detalnij-opis.html>
33. Ржевська Н.Ф. Культурна дипломатія України: сучасний стан та перспективи. Уроки і челенджі культурної дипломатії. *International relations*, №18-19, 2018 с.1-12
34. Секс-рабині були необхідністю під час війни - японський політик. *BBC Україна*. 14 травня 2013 URL: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2013/05/130514_japan_wwii_ko

35. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. *Все про туризм. Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя*, 2010. с.336 URL: https://tourlib.net/books_ukr/smal.htm
36. Сорман Г. «М'яка сила» URL: <https://lv.ridna.ua/2017/08/13/myaka-syla/>
37. Туризм в Японії URL: <http://www.geograf.com.ua/japan/651-japan-tourism>
38. Удовік В. «Культурна дипломатія як «комунікативний міст» між Україною і Японією». *Публічна дипломатія*. 2020. №12(72). С.834-855 URL: <http://ud.gdip.com.ua/wp-content/uploads/2020/12/72.pdf>
39. Черняга Л.П. Особливості економічного розвитку країн Південно-Східної Азії. *Фінансова система України. Наукові записки. Серія "Економіка"*. №16, 2011. с. 472-478
40. Швед Ю.В. Деякі особливості сучасних процесів економічної інтеграції у Східноазійському регіоні. *Світове господарство: економічні відносини: економічний часопис XXI*. 2011. №1-2. С.37-38.
41. Шевчук О.В. Система безпеки Азійсько-Тихоокеанського регіону: фактори формування та тенденції розвитку. *Міжнародне життя*. 2004. №7-8. С. 366-367.
42. Шевчук. О.В., Вовчук Л.А., Погорєлова І.С. З. Зовнішня політика Японії в АТР. Зовнішня політика країн АТР (1945-2000 рр.): навчальний посібник. Миколаїв, 2016. с.292 URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/352/6.pdf>
43. Шинкаренко В. І. АСЕАН в оточенні азійських сусідів: від конфронтації до партнерства? Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 117 (частина II), 2013/ с.66-70
44. Штельмашенко А.Д Семантика терміна «Бренд держави» в політології. *Політологічний вісник*. 2015. Випуск 77. с. 233-242
45. Що таке манга? URL: <http://uanime.org.ua/article/manga.html>

46. Экология производства. Апрель 2020. URL: <http://www.ecoindustry.ru/didyouknow/view/230.html>
47. Ювелирное искусство Японии. Styler. URL: <https://styler.com.ua/yuvelirnoe-iskusstvo-yaponii/>.
48. Японський художник створив аніме про війну на Донбасі. *Гордон*. 7 серпня 2017. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/war/-japonskij-hudozhnik-stvoriv-anime-pro-vijnu-na-donbasi-201466.html>.
49. Яценко Б.П., Ткачук Л.М. Нова зовнішньополітична стратегія Японії і геоекономічна ситуація в Південній Євразії. *Східний світ*. 2007. №3. С.10-12.
50. Aaker J. Dimensions of Brand Personality, 1997 *Journal of Marketing Research*, 8/97, pp. 347 – 356
51. Alibaba и SoftBank вложили \$1,1 млрд. в крупнейший индонезийский маркетплейс Tokopedia. *InVenture*. December 12, 2018. URL: <https://inventure.com.ua/news/world/alibaba-i-softbank-vlozhili-dollar11-mlrd.-v-krupnejshij-indonezijskij-marketplejs-tokopedia>
52. Animeph. URL: <https://www.animephproject.com/>
53. ASEAN becomes China's largest trading partner in 2020, with 7% growth. *GlobalTimes* 2021. URL: <https://www.globaltimes.cn/page/202101/1212785.shtml>
54. Asia Centre [official site] URL: <https://asiacentre.org/>
55. Battle Of Social Networks in Asia: Who Is Winning? URL: <https://www.valuechampion.sg/battle-social-networks-asia-who-winning>
56. Brinn J. Cultural exercise: Japan radio taiso URL: https://www.canr.msu.edu/news/cultural_exercise_japan_radio_taiso
57. Calunsod R. Japanese descendants in Philippines celebrate their cultural roots. *Japan Times*. October 15, 2014. URL: <https://www.japantimes.co.jp/news/2014/10/15/national/in-the-philippines-some-people-are-eager-for-japanese-language-and-culture/>
58. Connor R. Japan woos Mekong nations. *DW*. April 24. 2012. URL: <https://www.dw.com/en/japan-woos-mekong-nations/a-15901745>

59. Economic Achievements and the Liberal Democratic Party / Country Studies. URL: <http://countrystudies.us/japan/36.htm>
60. Fashion World Tokyo 2020. URL: <https://worldexpo.pro/fashion-world-tokyo> .
61. Fashion-світ у 2020 році: тренд на маски, онлайн-зйомки для глянців, скасування тижнів мод. 24Fashion. December 28, 2020 URL: https://fashion.24tv.ua/fashion-svit-2020-rotsi-onlayn-zyomki-trendi-modni-pokazi_n1491201
62. For the first time, 1 person in 5 in Japan is 70 or older. *Japan Times*. September 17, 2018. URL: <https://www.japantimes.co.jp/news/2018/09/17/national/number-women-japan-aged-least-65-years-old-tops-20-million-first-time>
63. Gaiko Forum URL: <https://www.gaikoforum.com/>
64. Global Soft Power Index 2021 / Brand Finance. URL: <https://brandirectory.com/globalsoftpower/>
65. Gupta A. ADB and Japan sign MOC to promote clean energy in Southeast Asia URL: <https://www.eqmagpro.com/adb-and-japan-sign-moc-to-promote-clean-energy-in-southeast-asia/>
66. Jamrisko M. China No Match for Japan in Southeast Asia Infrastructure Race. *Bloomberg*. June 23, 2019 URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-06-23/china-no-match-for-japan-in-southeast-asia-infrastructure-race>
67. Jet Programmes. URL: <https://www.gooverseas.com/organization/jet-programme-reviews>.
68. MARUGOTO: Japanese for Beginners (Starter A1 Module 1) Online Course URL: https://jfmo.org.ph/events-and-courses/a1m1_tf-20210521-0827/
69. Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China. President Xi Jinping Delivers Important Speech and Proposes to Build a Silk Road Economic Belt with Central Asian Countries URL:

https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/topics_665678/xjpfwzysiesgjtfhshzzfh_665686/t1076334.shtml

70. Nippon.com. Современный взгляд на Японию [інформаційний портал]. URL: <https://www.nippon.com/ru/currents/d00377/>

71. Online Seminar Series "Asia Center TERAKOYA" URL: https://jfac.jp/en/culture/features/f-ah-online-ac-terakoya-2020-5_6/

72. Otmazgin N. K. Japanese Popular Culture in East and Southeast Asia: Time for a Regional Paradigm? URL: <https://kyotoreview.org/issue-8-9/japanese-popular-culture-in-east-and-southeast-asia-time-for-a-regional-paradigm/>

73. Result of an Annual survey of International Students in Japan 2020 / Study in Japan. URL: <https://www.studyinjapan.go.jp/en/statistics/zaiseki/data/2020.html>

74. Siew M.L., Swee H.A., Chin T.T. Marketing Insights for the Asia Pacific Paperback August 1, 1997. p. 332

75. Soble J. Shinzo Abe Echoes Japan's Past World War II Apologies but Adds None. The New York Times August 14, 2015 URL: <https://www.nytimes.com/2015/08/15/world/asia/shinzo-abe-japan-premier-world-war-ii-apology.html>

76. Speech by Prime Minister Takeo Fukuda. URL: <https://worldjpn.grips.ac.jp/documents/texts/docs/19770818.S1E.html>

77. Tanaka Y. Hidden Horrors: Japanese War Crimes in World War II URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14672715.1996.10416224>

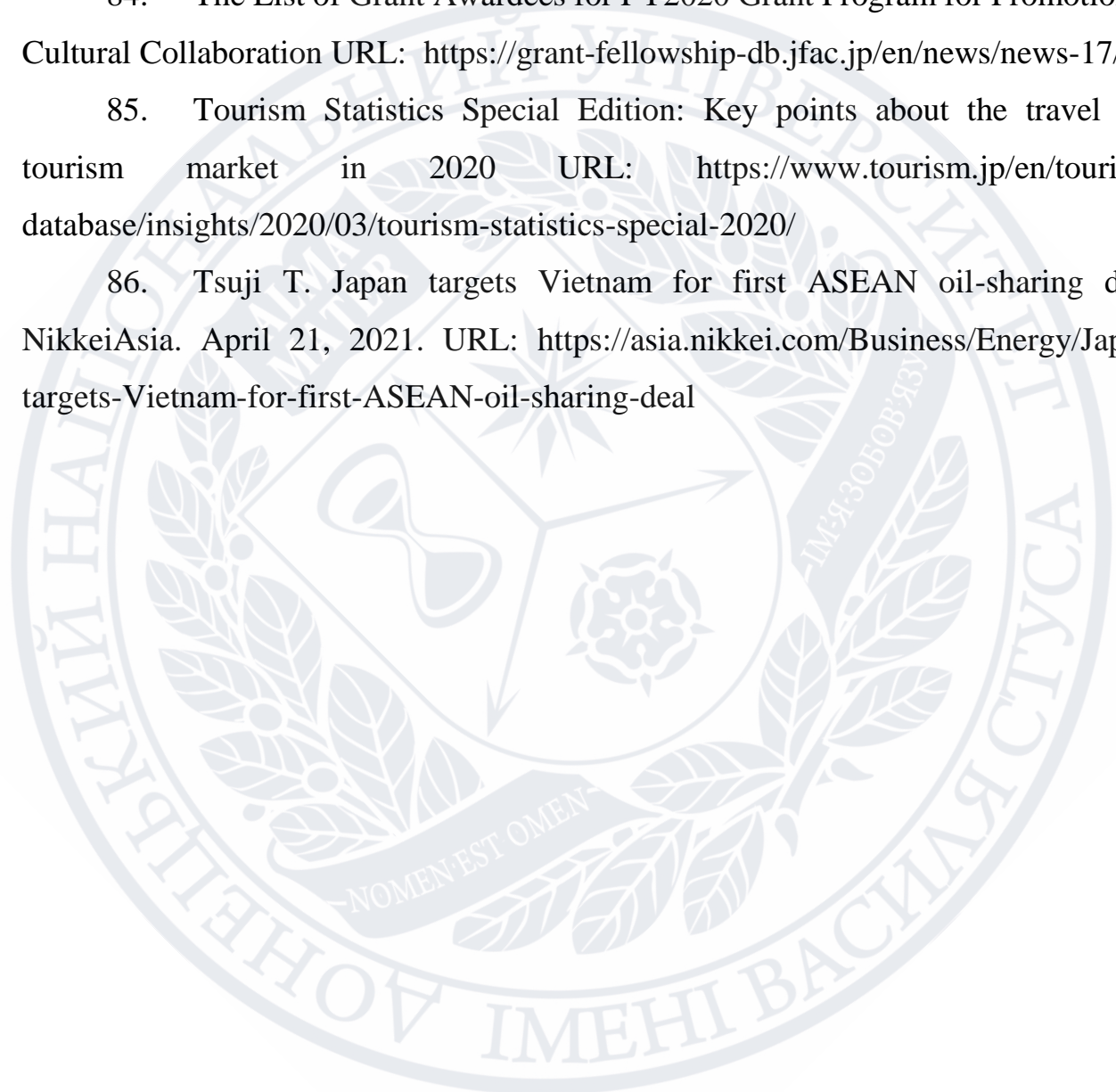
78. The Brunei Japan Friendship Association URL: <https://bruneijapan.com/>

79. The Japan Foundation 2019-2020 Annual Report URL: <https://www.jpf.go.jp/e/about/result/ar/2019/pdf/dl/ar2019e.pdf>

80. The Japan Foundation. About the JFT-Basic URL: <https://www.jpf.go.jp/jft-basic/e/>

81. The Japan Foundation. Japanese Animation Classics to be showcased in the 14th International Silent Film Festival Manila. URL: <https://jfmf.org.ph/events-and-courses/japanese-animation-classics-showcased-14th-international-silent-film-festival-manila/>

82. The Japanese Cultural Society in Singapore URL: <https://www.jcss.org.sg/>
83. The Japan Foundation. For the achievement of "WA Project" ~Toward Interactive Asia through "Fusion and Harmony" URL: <https://www.jpfa.go.jp/e/about/archive/information/1312/12-01.html>
84. The List of Grant Awardees for FY2020 Grant Program for Promotion of Cultural Collaboration URL: <https://grant-fellowship-db.jfac.jp/en/news/news-17/>
85. Tourism Statistics Special Edition: Key points about the travel and tourism market in 2020 URL: <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/insights/2020/03/tourism-statistics-special-2020/>
86. Tsuji T. Japan targets Vietnam for first ASEAN oil-sharing deal. NikkeiAsia. April 21, 2021. URL: <https://asia.nikkei.com/Business/Energy/Japan-targets-Vietnam-for-first-ASEAN-oil-sharing-deal>

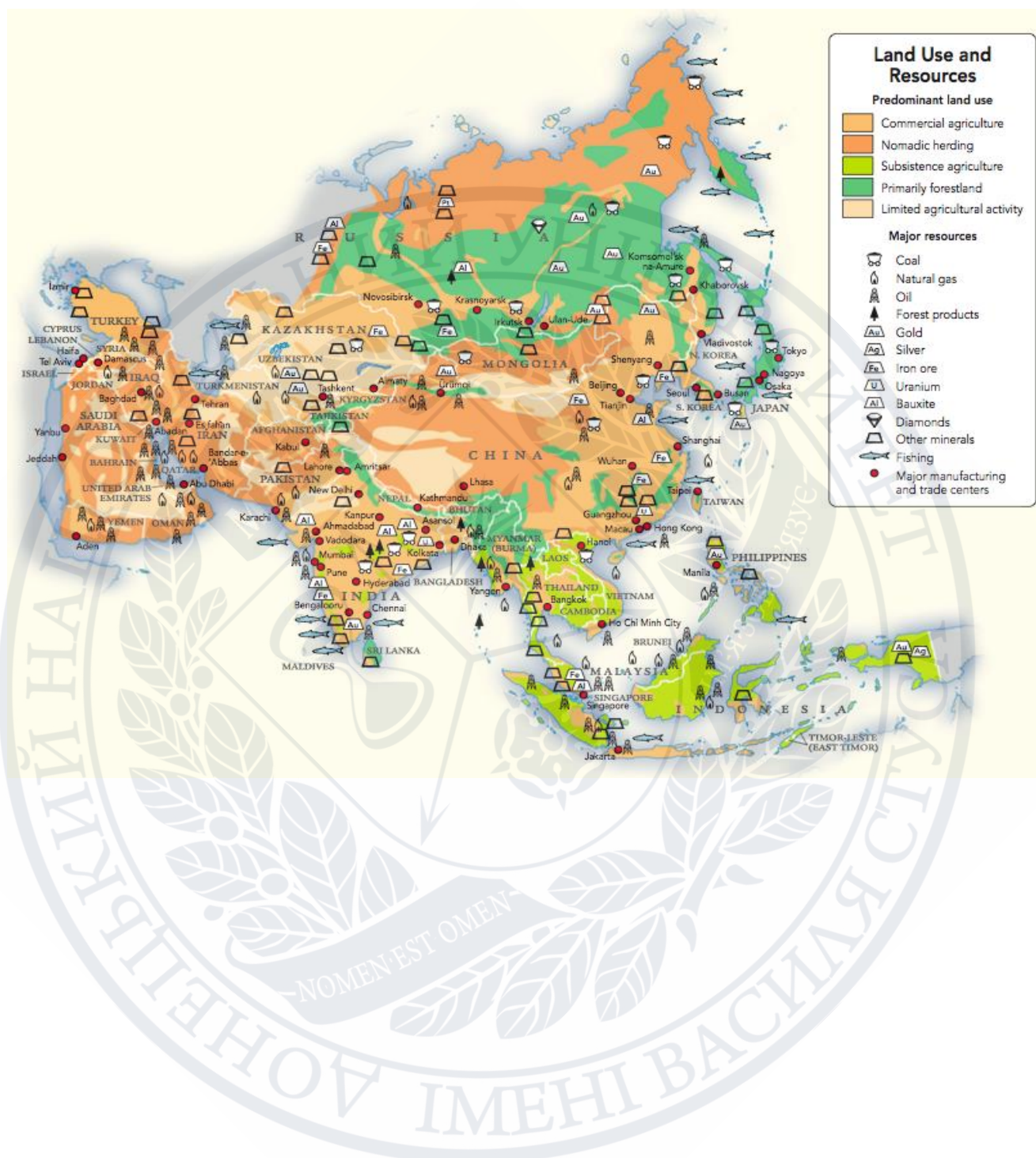


ДОДАТКИ

Додаток А.2. «Золотий трикутник»⁷

⁷ Взято с сайту: Portrait of a Golden Triangle Opium Farmer: overview. URL: <https://mythailand.blog/2020/04/30/portrait-of-a-golden-triangle-opium-farmer/>

Додаток А.3. Карта природних ресурсів Азії⁸



⁸ Взято з сайту: Asia Natural Resources. URL: <https://sites.google.com/site/environmentforkids/asia-natural-resources>