

Особенности взаимного влияния "мягкой силы" США и Японии

Ксения Геннадьевна САНИНА

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, sanina.kg@dvfu.ru

Владимир Иванович АЛЕКСЕЕВ

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, alekseev.vi@dvfu.ru

Михаил Евгеньевич НАЧМАНСКИЙ

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, nachmanskii.me@dvfu.ru

Аннотация. После окончания Второй мировой войны "мягкая сила" являлась краеугольным камнем внешней политики Японии и важнейшим инструментом выстраивания внешнеполитических отношений США. Основными результатами исследования можно считать определение и описание главных направлений взаимного применения "мягкой силы" США и Японией, ставших основой прочного межгосударственного альянса после одного из самых сокрушительных применений "жесткой силы" в мировой истории. В исследовании применялись теоретические методы исследования – анализ специализированной литературы, связанной с темой статьи и посвященной смежным проблемам международных отношений, истории и внешней политики.

Ключевые слова: международные отношения, внешняя политика, США, Япония, "мягкая сила"

Для цитирования: Санина К.Г., Алексеев В.И., Начманский М.Е. Особенности взаимного влияния "мягкой силы" США и Японии // Известия Восточного института. 2024. № 2. С. 141–150. <https://doi.org/10.24866/2542-1611/2024-2/141-150>

Original article
<https://doi.org/10.24866/2542-1611/2024-2/141-150>

Peculiarities of USA and Japan mutual "soft power" influence

Ksenia G. SANINA

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, sanina.kg@dvfu.ru

Vladimir I. ALEKSEEV

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, alekseev.vi@dvfu.ru

Mikhail E. NACHMANSKII

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, nachmanskii.me@dvfu.ru

Abstract. "Soft power" became a key element of Japan's foreign policy and one of the most important instruments in the United States' diplomacy after World War II. The main results of the study are the identification and description of the major areas of mutual use of "soft power" by the United States and Japan, which became the basis of a strong interstate alliance after one of the most devastating uses of "hard power" in world history. Theoretical research methods, such as analysis of specialized literature related to the topic of the article and devoted to related problems of international relations, history and foreign policy, were used as a main methodology.

Keywords: international relations, foreign policy, the United States, Japan, "soft power"

For citation: Sanina K.G., Alekseev V.I., Nachmanskii M.E. Peculiarities of USA and Japan mutual "soft power" influence // Oriental Institute Journal. 2024. No. 2. P. 141–150. <https://doi.org/10.24866/2542-1611/2024-2/141-150>

Введение

Проблема влияния "мягкой силы" на политику мировых держав является одной из актуальнейших для международной политики. Ввиду обострения противоречий высокой становится опасность столкновения между ведущими ядерными державами, которое "мягкая сила" была призвана отсрочить, а в идеале – нивелировать. На фоне роста применения "жесткой силы" становится ярче пример взаимодействия "мягкой силы" США и Японии, в результате которого два государства-соперника во Второй мировой войне (1939–1945) смогли стать союзниками.

Исследованию феномена "мягкой силы" посвящено множество научных трудов. Особо выделяются работы Дж. Найя – он впервые предложил и термин "мягкая сила" (soft power), и саму теорию, посвященную данному явлению [29; 31]. Ис-

следования таких отечественных ученых, как Л.Р. Рустамова [12], Д.М. Ковалева [6], освещают теоретические особенности концепции "мягкой силы"; М.В. Братерский, А.С. Скриба [2], А.А. Полякова [10] изучали особенности применения "мягкой силы" во внешней политике США; О.Ф. Русакова, Д.М. Ковба [11], В.А. Королев, С.С. Кудрявцева [7] рассматривают особенности использования "мягкой силы" в странах АТР. Однако взаимное влияние "мягкой силы" США и Японии не было достаточно изучено ни отечественными, ни зарубежными учеными. Целью данной работы является рассмотрение инструментария обеих стран, которым они пользовались при реализации политики "мягкой силы" в отношении друг друга.

По мнению Дж. Най, "сила – это способность влиять на других с целью получения желаемого результата при помощи принуждения, денег, привлекательности или убеждения. Мягкая сила – это способность получать желаемое скорее за счет привлекательности, чем за счет принуждения или денег" [32]. А.Ю. Касюк полагает, что "мягкая сила" выгодно отличается от "жесткой силы" тем, что при успехе она приводит к более долговременным и надежным результатам" [5, с. 52].

Воздействие на граждан других стран через идеи и привлекательный имидж страны задает нужную США повестку и подспудно внушает доминантную ценность тех приоритетов, за которые ратует США. Най признает, что использование "мягкой силы" не делает США привлекательными для всех. Однако там, где "мягкая сила" сработала, она дала США огромное преимущество [32]. Более того, Най увязывает усиление антиамериканских настроений в мире с креном в сторону использования "жесткой силы", который начался во внешней политике США со времен войны в Ираке [30, р. 255].

"Мягкую силу" любого государства можно разделить на активную, "деятельную" и пассивную [5, с. 50]. К активной относится политика государства, направленная на создание положительного имиджа и поддержку своих позиций на международной арене. К пассивной – уже сформированный имидж и определенные свойства государства, которые являются привлекательными сами по себе и не требуют дополнительного вмешательства и пропаганды со стороны государства [18, р. 454]. Работу частных компаний и фондов, которые в рамках своей деятельности опосредованно поддерживают устоявшийся имидж государства, своей деятельностью или продукцией продвигают западные ценности и улучшают имидж США в рамках "культурной дипломатии", также следует отнести к пассивной "мягкой силе" [10, с. 92].

Особенности применения стратегии "мягкой силы" США в отношении Японии

После окончания Второй мировой войны для США основными стали задачи по примирению и взаимодействию с побежденной Японией и её демократизации. Интеракция США и Японии в этом контексте приобрела особую актуальность после победы сил КПК в гражданской войне в Китае (1946–1949) и началом Корейской войны в 1950 г., так как Япония стала выполнять роли союзника, военной базы и витрины капиталистической системы в АТР.

О влиянии исключительно "мягкой силы" США на Японию можно говорить начиная с момента ухода Союзных оккупационных сил из Японии в 1952 г. К середине 1950–х гг. Япония все еще не считала себя союзником США. Взаимодействие двух стран строилось на вынужденном сотрудничестве, прослеживались тенденции к выходу Японии из американской сферы влияния. Доказательством этого является деятельность премьер-министров Японии Хатояма Итиро (занимал пост в 1954–1956 гг.) и Исибаси Тандзан (занимал пост в 1956–1957 гг.), направленная на нормализацию отношений и установление прочных экономических связей между Японией, СССР и КНР. Всё изменилось с приходом к власти Киси Нобусукэ в 1957 г. Будучи ярким антикоммунистом и синафобом, Киси выступал за продолжение сотрудничества с США. Это делало его очень удобным кандидатом для продвижения интересов США в регионе. ЦРУ активно влияло на членов Либерально-демократической партии Японии (в создании которой принимало непосредственное участие) для продвижения его кандидатуры на должность премьер-министра [28,

р. 95–98]. Эта резкая смена настроений в высшем эшелоне японской власти открыла новую главу в отношениях Японии и США.

Дж. Най считает основой стратегии "мягкой силы" государства три аспекта: институты государственной власти, идеологию и культуру [29, р.167]. К "мягкой силе" институтов государственной власти относятся меры экономического воздействия [29, р. 168], которые США применяли в отношении Японии. Среди подобных мер – удвоение критически необходимых для интенсификации экономического роста иностранных займов для Японии в 1958 г. Основными кредиторами выступили США и Всемирный банк, в котором США имели большой вес и буквально продавили эту инициативу [17, р. 89–90]. К таким мерам относится учреждение "Объединенного комитета по американо-японской торговле" (Joint Committee on US-Japan Trade) в 1958 г., в рамках которого японские товары могли попасть на американский рынок по сниженным тарифам [16]. Так США поглотят почти 30% от всего японского импорта за 1960–е гг. К мерам экономического воздействия относится ограничение военного бюджета. Если бы Япония взяла на себя бремя собственной обороны, ее темпы экономического роста были бы ниже на 30% [34]. Все эти меры явились важными факторами возникновения "японского экономического чуда" [16].

Одним их наиболее эффективных инструментов "мягкой силы" является кинематограф [33; 36]. В 1945 г. оккупационная администрация США возобновила показ американских фильмов в японских кинотеатрах, а с 1953 г. по японскому телевидению стали демонстрировать американские телевизионные шоу. Интерес японского зрителя к американскому кино сохраняется и сегодня. Из десяти самых кассовых лент за 2022 г. четыре были произведены в Голливуде [44]. Если говорить о самых кассовых кинофильмах в японском прокате за все время статистических подсчетов, то на ноябрь 2023 г. семь кинофильмов производства США входят в число двадцати самых прибыльных на кинорынке Японии [47].

Еще в 1990 г. Дж. Най указывал на значение информационных ресурсов и распространения информации как аспектов "мягкой силы" [29, р. 164], и сегодня в Японии активно развивается рынок интернет-ресурсов, многие из которых являются продуктом компаний из США. На ноябрь 2023 г. число японских пользователей Facebook – 48,27 млн., а количество пользователей X (Twitter) – 68,85 млн. [26]. Почти все японские государственные деятели, службы и организации и многие компании имеют официальный аккаунт в X. Со времени пандемии коронавируса растет количество пользователей американских стриминговых сервисов Netflix и Amazon Prime [42], и эти компании доминируют на японском рынке [43].

Несмотря на недоверие японской общественности к НКО и различным фондам, на территории Японии активно действуют множество американских организаций. Стоит выделить такие организации, как Американо-японский фонд, основанный в 1980 г. и занимающийся продвижением американской культуры, поддержкой выдающихся молодых специалистов и предоставление грантов на обучение в США [39], и Американо-японский совет, основанный в 2009 г. и занимающийся поддержкой и развитием лидерских навыков выдающихся молодых специалистов, особенно американцев японского происхождения [40].

Увлечение обеих наций бейсболом также связано с политикой "мягкой силы" – С. Визенсейл в качестве примера значимой роли бейсбола в укреплении американо-японских отношений приводит турнир юниоров, который регулярно проводится поочередно на о. Сикоку и Гавайях в память о японских учащих и преподавателях рыболовецкого училища, погибших в 2001 г. в результате столкновения траулера "Эхиме Мару" и американской подводной лодки "Гринвилл". С. Визенсейл утверждает, что "будь затонувшее судно северокорейским, возможно, началась бы война между США и Северной Кореей. Но в данном случае японские и американские официальные лица смогли обратиться к знакомой форме дипломатии – бейсболу" [41]. Национальные команды регулярно встречаются в финалах "Мировой классики бейсбола" начиная с 2008 г., а драфт и переход американских игроков в японские команды и наоборот уже стал обыденностью [45].

Особенности "обратного" влияния стратегии "мягкой силы" Японии в отношении США

По утверждению С.В. Волкова, "взаимодействие США и Японии – процесс двусторонней институционализации отношений Вашингтона и Токио в политической, военной и экономической сферах межгосударственных отношений. Определение взаимодействия как двусторонней институционализации следует из того, что она является традиционным ядром любых межгосударственных отношений, в том числе японо-американских" [3, с. 64]. В связи с этим нельзя игнорировать роль Японии в процессе "обратного" влияния на США в контексте концепции "мягкой силы". США остаются главным союзником Японии, но из-за очевидного дисбаланса сил в этом альянсе в пользу США в связи с изначальными позициями "победителя" (США) и "побежденного" (Япония), отсутствия у Японии полноценных вооруженных сил в соответствии с 9-ым пунктом Конституции Японии, принятой в 1947 г., и полной зависимостью от США в сфере безопасности, масштабами государств в контексте экономического и военно-политического веса на международной арене и пр., Японии пришлось выработать рычаги влияния на США, которые относятся именно к "мягкой силе" [4, с. 76].

В 1950–60 гг. применение "мягкой силы" имело одну цель – искоренение образа милитаристской державы. Проведение Олимпиады в Токио в 1964 г. с бюджетом в 3,7% валового национального продукта [9, с. 389] имело под собой важную цель – восстановление имиджа Японии в глазах мировой общественности. Однако нефтяной кризис 1970–х гг., снижение рождаемости и экономическая стагнация значительно замедлили рост ВВП Японии, что заставило бизнес и правительство направить средства на усиление присутствия японских компаний на рынке креативных отраслей для укрепления позитивного имиджа Японии [20].

Япония подошла к концепту "мягкой силы" с институциональной стороны. В 2004 г. для разработки концептуальной основы "мягкой силы" был создан Консультативный совет во главе с профессором университета Хосэй А. Тамоцу. Подход к этой задаче был основан на экспорте культурных ценностей с целью показать историческую значимость Японии всему миру. Разработанный Консультативным советом концепция видит самобытную массовую культуру как первый этап в погружении и усвоения остальных пластов японской культуры [8, с. 137–138].

Впервые этот курс японского правительства озвучил министр иностранных дел Т. Асо в 2006 г. Основные положения курса были обобщены в его программной речи от 2008 г. "Новый взгляд на культурную дипломатию", прочитанной в Университете цифрового Голливуда в г. Токио [15]. Особо отмечалось дальнейшее продвижение "мягкой силы" за рубежом как одного из наиболее перспективных направлений развития страны, а также пропаганда японской поп-культуры.

В Японии существует много организаций, деятельность которых направлена на укрепление культурных и интеллектуальных связей с зарубежными странами и на распространение японских культурных ценностей. Практическая реализация "мягкой силы" Японии является прерогативой Министерства иностранных дел (*Гаймусэ*), которое содействует продвижению традиционной японской культуры и поп-культуры, а также изучению японского языка за рубежом при поддержке аффилированного с МИД Японского Фонда. Японский фонд (Japan Foundation) – культурное агентство, которое было основано в 1972 г. [24]. Сейчас Японский фонд используется в качестве основного государственного инструмента мягкой силы в культурных и интеллектуальных обменах [14, с. 61].

К числу главных задач Фонда относится распространение в мире японского языка. Японский фонд имеет два офиса в США: первый в Лос-Анджелесе, второй в Нью-Йорке. Нью-Йоркское отделение периодически организует спортивные и культурные фестивали. На регулярной основе в рамках ежегодного аниме собрания в Нью-Йорке идут лекции, посвященные разным аспектам японской культуры. Отделение Japan Foundation в Лос-Анджелесе еще более активно в рамках подобной деятельности – в 2023 г. в там было организовано более 20 культурных мероприятий в разных форматах [25].

Каждые три года Японский фонд публикует доклад "Исследования преподавания японского языка за рубежом". Согласно его результатам, число изучающих японский язык американцев возросло с 1979 г. до 2018 г. примерно на 120 тысяч человек [37, p. 7]. Японский фонд активно выделяет существенную часть ассигнований на культурный и научный обмен с США, гораздо больше, чем на те же цели в отношении, например, России [46, с. 14].

Активную роль на американском направлении играет инициатива "Cool Japan", делающая упор на креативные отрасли, т. е. поп-музыку, рекламу, искусство, дизайн, *аниме*, гастрономические изыски и пр. [19]. Экспорт креативного продукта Японии должен способствовать притоку туристов. Согласно данным от Японской национальной туристической организации, количество туристов, прибывших из США в Японию, выросло более чем в два раза в период с 2004 г. по 2019 г. Даже несмотря на примерно 30% снижение американского туризма из-за имиджевого ущерба в контексте привлекательности Японии как туристического направления после аварии на АЭС Фукусима, японская "мягкая сила" сумела его восполнить. Жесткая реакция и строгие ограничения японского правительства в связи с пандемией COVID-19 повлияли на сильное сокращение потока туристов, однако со снятием последних антиковидных ограничений японским правительством поток туристов из США восстанавливается [22].

Нужно отметить, что основоположник концепции "мягкой силы" Дж. Най в своей "программной" статье 1990 г. писал, что японские потребительские товары и кухня стали модными за рубежом, но они не вызывают у иностранцев ассоциаций с более широким пластом ценностей, как это происходит с товарами, произведенными в США. Най полагал, что, несмотря на то что успех промышленного сектора Японии дает стране важный источник "мягкой силы", Япония будто не может преодолеть ориентацию своей культуры "вовнутрь", но многих японцев беспокоит недостаток "интернационализации" и сложности с трансляцией более широких ценностных смыслов [29, p. 169–170].

В начале XXI в. Япония, словно учитывая замечания Дж. Найа, прилагала максимум усилий для обеспечения "интернационализации" своей продукции. Так в 2013 г. японская кухня – *ваасэку*, была внесена ЮНЕСКО в список нематериального культурного наследия человечества. Затем в рамках ДЖЕТРО (JETRO, организация содействия внешней торговле и инвестициям) в 2017 г. был основан Японский центр продвижения японских продуктов за рубежом (JFOODO), занимающийся созданием рекламной платформы для продвижения брендов на международной арене [13, с. 13]. Для США существуют специальные сайты по продвижению японской мраморной говядины-*вагю*, морских продуктов (японской лакедры – *бури*), зеленого чая, рисовой муки, алкогольной продукции (*саке* и *сэтью*), ферментированной соевой пасты – *мисо*. Экспорт продуктов первичного сектора экономики из Японии в США вырос с 2017 г. до 2021 г. на 52%. Для сравнения: с 2012 г. по 2014 г. этот показатель увеличился лишь на 11% [21]. Другим показателем успеха японской гостродипломатии в США служит рост количества местных японских ресторанов [27].

МИД принимает столь же активное участие в продвижении гастрономической культуры Японии в рамках программы "Бренд Японии". Эта инициатива направлена на популяризацию японских традиционных отраслей через организацию семинаров, тренингов с ведущими представителями японской культуры и промышленности. Все мероприятия имеют под собой экономическую подоплеку и об этом прямо говорится на официальном сайте МИД Японии [23]. В рамках программы "Бренд Японии" в разных городах США с 2015 г. по 2021 г. проводились семинары, посвященные японскому *саке*, *сэтью* и *авамори*, японскому виски, *манга*, искусству *бонсай*. По перечисленным мероприятиям очевидно, что их значительная доля направлена на популяризацию японского алкоголя. И действительно, с 2014 г. (начала действия программы "Бренд Японии") экспорт японской алкогольной продукции в США вырос примерно на 10 млрд. йен к 2022 г., показывая положительную динамику каждый год [38].

Япония использовала в качестве "мягкой силы" в отношении США и прочие аспекты экономики и культуры: автомобильную промышленность, *манга*, *аниме* и т. д. [1]. Тем не менее деятельность таких организаций, как Японский фонд, Японский центр продвижения японских продуктов за рубежом, мероприятия в рамках программ Cool Japan, "Бренд Японии" наиболее показательно характеризуют действие "мягкой силы" Японии, взаимосвязь продвижения различных японских продуктов на рынок США с ростом социокультурных и экономических показателей Японии.

Интересными также представляются результаты социологического исследования 2015 г., посвященного тому, как американцы представляют себе японцев и наоборот. Американцы имеют более позитивные представления о японцах, чем японцы об американцах: например, американцы очень высоко оценивают работоспособность японцев, их честность, но в то же время считают их агрессивными, что японцы полагают, что американцы не особо трудоспособны, честны и довольно агрессивны [35]. Сложно утверждать степень воздействия стратегии "мягкой силы" на формирование подобных мнений, но очевидно, что отношение американцев к японцам изменилось в позитивную сторону, в чем наверняка есть заслуга эффективной внешней политики Японии и такого важного её инструмента, как "мягкая сила".

Заключение

Таким образом, очевидно, что в процессе установления и развития союзнических отношений между США и Японией обе страны использовали в отношении друг друга широкий инструментарий "мягкой силы". В связи с изначально более выигрышными позициями США в этом альянсе количество и эффективность рычагов "мягкой силы" однозначно более масштабны, однако Японии, несмотря на это, удалось воплотить в жизнь достаточно продуктивную линию использования "мягкой силы" в отношении США, о чем свидетельствуют рост социо-культурных (количество американцев, изучающих японский язык) и экономических (экспорт различных товаров японского производства, в частности алкоголя) показателей.

Литература

1. Балакаева Л.Т. Мягкая сила Японии: аниме и манга / Л.Т. Балакаева, А. Турсунбаева // Вестник КазНУ. Серия востоковедения. 2018. № 3. С. 16–21.
2. Братерский М.В. Концепция "мягкой силы" во внешнеполитической стратегии США / М.В. Братерский, А.С. Скриба // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. № 2. Т. 9. С. 130–144. Волков С.В. США и Япония в мировой политике (1951–2010 гг.) // Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 5. С. 62–68. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2013-5-32-62-68>
3. Волков С.В. США и Япония в мировой политике (1951–2010 гг.) // Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 5. С. 62–68. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2013-5-32-62-68>
4. Казаков О.И. К вопросу о появлении альтернативы "мягкой силе" Японии // Восточная Азия: факты и аналитика. 2023. № 2. С. 76–91. <https://doi.org/10.24412/2686-7702-2023-2-76-91>
5. Касюк А.Я. "Мягкая сила" и санкционная политика Запада // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2018. Вып. 2 (800). С. 50–66.
6. Ковалева Д.М. Концепт soft power как предмет изучения современной политической науки и теоретическая основа внешнеполитических стратегий // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2013. Т. 13. Вып. 1. С. 118–132.
7. Королев В.А. "Мягкая сила" современной Японии: опыт и направления развития / В.А. Королев, С.С. Кудрявцева // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. № 2. Т. 9. С. 190–208.
8. Кочнева Е.Д. Япония как мировой лидер продвижения soft power // Дискурс-Пи. 2014. № 2–3. С. 134–140.
9. Мещеряков А.Н. Япония. В погоне за ветром столетий. М.: Лингвистика, 2022. 512 с.
10. Полякова А.А. "Мягкая сила" в контексте внешней политики США: концептуально-теоретические аспекты // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2015. № 2. С. 91–102.
11. Русакова О.Ф. Стратегические модели "мягкой силы" стран восточноазиатского региона / О.Ф. Русакова, Д.М. Ковба // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2016. № 2. Т. 12. С. 14–29.
12. Рустамова Л.Р. Механизм действия и пределы использования концепции "мягкая сила" // Ойкуме-

- на. 2018. № 1. С. 145–154. <https://doi.org/10.24866/1998-6785/2018-1/145-154>
13. Тимонина И.Л. Гастродипломатия Японии: экономические эффекты // Японские исследования. 2021. № 2. С. 6–25. <https://doi.org/10.24412/2500-2872-2021-2-6-25>
 14. Чургов С.В. Мягкое притяжение Японии // Полис. Политические исследования. 2015. № 6. С. 53–67. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.06.08>
 15. A new look at cultural diplomacy: a call to Japan's cultural practitioners. Speech by Minister for Foreign Affairs Taro Aso at Digital Hollywood University // Ministry of Foreign Affairs of Japan: website. URL: <https://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html> (дата обращения: 26.11.2023).
 16. Beckley M. America's role in the making of Japan's economic miracle / M. Beckley, Yu. Horiuchi, J.M. Miller // Journal of East Asian Studies. 2018. Vol. 18. Issue 1. P. 1–21. <https://doi.org/10.1017/jea.2017.24>
 17. Calder, K.E. Crisis and compensation: public policy and political stability in Japan, 1949–1986. Princeton: Princeton University Press, 1988. 560 p. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1fkqgkx>
 18. Chitty N. Conclusion // The Routledge handbook of soft power. Abingdon: Routledge, 2016. P. 453–463. <https://doi.org/10.4324/9781315671185.ch102>
 19. Cool Japan initiative // Cabinet Office. URL: https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/pdf/cooljapan_initiative.pdf (дата обращения: 26.11.2023).
 20. Halton C. Lost decade in Japan: history and causes // Investopedia: website. URL: <https://www.investopedia.com/terms/l/lost-decade.asp#:~:text=1%20During%20the%201990s%2C%20Japan's,in%20deflation%20for%20the%20economy.> (дата обращения: 26.11.2023).
 21. Japan // The Observatory of Economic Complexity: website. URL: <https://oec.world/en/profile/country/jpn> (дата обращения 26.11.2023).
 22. Japan-bound statistics // JTB Tourism Research & Consulting Co.: website. URL: <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/> (дата обращения: 26.11.2023).
 23. Japan brand program // Ministry of Foreign Affairs of Japan: website. URL: https://www.mofa.go.jp/p_pd/pds/page22e_000759.html (дата обращения: 26.11.2023).
 24. Japan Foundation: website. Tokyo, 1998–2023. URL: <https://www.jpf.go.jp/e/about/outline/index.html> (дата обращения: 26.11.2023).
 25. Japan Foundation Los Angeles: website. Los Angeles, 2018–2023. URL: <https://www.jfalac.org/events-listing.php?year=2023> (дата обращения: 26.11.2023).
 26. Japan social media statistics 2023. Most popular social media platforms // The Global Statistics. The Data Expert: сайт. URL: <https://www.theglobalstatistics.com/japan-social-media-statistics/> (дата обращения: 26.11.2023).
 27. Japanese restaurants in the US – number of businesses // IBIS World: website. URL: <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/number-of-businesses/japanese-restaurants-united-states/#:~:text=There%20are%2030%2C165%20Japanese%20Restaurants,over%20the%20past%205%20years%3F> (дата обращения: 26.11.2023).
 28. Johnson C. The CIA and Japanese Politics / C. Johnson, N.A. Schlei., M. Schaller // Asian Perspective. 2000. No. 4. Vol. 24. P. 79–103.
 29. Nye J.S. Soft power // Foreign Policy. 1990. No. 80. P. 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
 30. Nye J.S. Soft power and American foreign policy // Political Science Quarterly. 2004. No. 2. Vol. 119. P. 255–270. <https://doi.org/10.2307/20202345>
 31. Nye J.S. Soft power: the evolution of a concept // Journal of Political Power. 2021. Vol. 14. Issue 1. P. 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
 32. Nye J.S. Soft power: the origins and political progress of a concept // Palgrave Communications. 2017. No. 3. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.8> URL: <https://www.nature.com/articles/palcomms20178> (дата обращения: 26.11.2023).
 33. Keune O. Cinema as an element of a state's soft power system / O. Keune, V. Frants // Дискурс-Пи. 2017. № 2. С. 154–162. <https://doi.org/10.17506/dipi.2017.27.2.154162>
 34. Patrick H. Asia's New Giant: How the Japanese Economy Works / H. Patrick, H. Rosovsky. Washington, DC: Brookings Institution, 1976. 943 p.
 35. Stokes B. How Americans and Japanese see each other // Pew Research Center: website. URL: [https://www.pewresearch.org/short-reads/2015/04/09/how-americans-and-japanese-see-each-other/#:~:text=They%20see%20Americans%20as%20%E2%80%9Cinventive,%25\)%2C%20ages%2065%20and%20older.](https://www.pewresearch.org/short-reads/2015/04/09/how-americans-and-japanese-see-each-other/#:~:text=They%20see%20Americans%20as%20%E2%80%9Cinventive,%25)%2C%20ages%2065%20and%20older.) (дата обращения: 17.03.2024).
 36. Suwankaemanee L. American soft power through Hollywood superhero movies: the case of the trilogy of Captain America // English Language and Literature Studies. 2021. No. 3. Vol. 11. P. 1–8. <https://doi.org/10.5539/ells.v11n3p1>
 37. The Japan Foundation survey on Japanese language education 2018 // Japan Foundation Los Angeles. URL: https://www.jfalac.org/ckfinder/userfiles/files/JF_Survey_Report_2018.pdf (дата обращения: 26.11.2023).
 38. Trade Statistics of Japan // Ministry of Finance: website. URL: https://www.customs.go.jp/toukei/info/index_e.htm (дата обращения: 26.11.2023).
 39. United States-Japan Foundation: website. Tokyo, 1997–2023. URL: <https://us-jf.org/about-the-foundation/>

mission-and-vision/ (дата обращения: 26.11.2023).

40. U.S.–Japan Council: website. Tokyo, 2000–2023. URL: <https://www.usjapanCouncil.org/mission-and-purpose/> (дата обращения: 26.11.2023).

41. Wisensale S. How baseball has strengthened the relationship between the United States and Japan // Smithsonian Magazine: website. URL: <https://www.smithsonianmag.com/history/how-baseball-strengthened-relationship-between-united-states-japan-180968597/> (дата обращения: 26.11.2023).

42. 動画配信サービスのユーザー数はコロナ影響で伸びたのか？市場全体と各サービスの動向を調査 // マナミナ: サイト. = Выросло ли количество пользователей стриминговых сервисов из-за влияния коронавируса? Исследование динамики всего рынка и каждого сервиса // Манамина: сайт. URL: <https://manamina.valuesccg.com/articles/1667> (дата обращения: 26.11.2023).

43. 今井扶美. 動画配信サービスの満足度、「Netflix」が3年ぶりの1位に帰り先. Z世代では「Disney+」がトップ // Impress Business Media: Сайт. = Имаи Фуми. По степени удовлетворенности зрителей стриминговыми сервисами Netflix впервые за три года вернул себе первое место. Среди поколения Z самый популярный сервис Disney + // Impress Business Media: сайт. URL: <https://webtan.impress.co.jp/n/2023/11/08/45929> (дата обращения: 26.11.2023).

44. 村松健太郎. 【2022年】今年最もヒットした映画は？ 興行収入ランキング // M & A Online: Сайт. = Китамура Кентаро. Какие фильмы стали хитами в 2022 году? Рейтинг самых кассовых фильмов // M & A Online: сайт. URL: <https://maonline.jp/articles/movie-column2022-the-best> (дата обращения: 26.11.2023).

45. WBC 制覇は日本の「ソフトパワー」を世界に見せつけた // 四季報Online: Сайт. = "Мировая классика бейсбола" показала миру "мягкую силу" Японии // Агентство новостей "Сикихо" онлайн: сайт. URL: <https://shikiho.toyokeizai.net/news/0/661630> (дата обращения: 26.11.2023).

46. 平成24年度 項目別業務実績報告書 = Отчёт о деятельности Японского фонда за 2012 г. // Japan Foundation. URL: <https://www.jpf.go.jp/j/about/result/br/2012/report.pdf> (дата обращения: 26.11.2023).

47. 歴代ランキング. 歴代興収ベスト100 // 映画大好き! Cinemaランキング通信. 興行通信社Presents: Сайт. = Рейтинг за всю историю. 100 самых кассовых фильмов всех времен // Обожаем кино! Новостное агентство кино-рейтингов. Представляет кино-пиарагентство: сайт. URL: <https://www.kogyotsushin.com/archives/alltime/> (дата обращения: 26.11.2023).

References

1. Balakaeva L.T. Soft power of Japan: anime and manga / L.T. Balakaeva, A. Tursunbaeva // Al-Farabi Kazakh National University Journal of Oriental Studies. 2018. No. 3. P. 16–21. (In Russ.).
2. Bratersky M.V. Soft power concept in U.S. foreign strategy / M. V. Bratersky, A. S. Skriba // International Organizations Research Journal. 2014. No. 2. Vol. 9. P. 130–144. (In Russ.).
3. Volkov S.V. The USA and Japan in World Politics // MGIMO Review of International Relations. 2013. No. 5. P. 62–68. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2013-5-32-62-68> (In Russ.).
4. Kazakov O.I. On the question of the emergence of an alternative to Japan's "soft power" // East Asia: Facts and Analytics. 2023. No. 2. P. 76–91. <https://doi.org/10.24412/2686-7702-2023-2-76-91> (In Russ.).
5. Kasyuk A.Y. Soft power and West's sanctions policy // Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social sciences. 2018. Issue 2 (800). P. 50–66. (In Russ.).
6. Kovaleva D.M. Concept of soft power as subject of modern political science and theoretical basis for foreign policy strategy // Research yearbook. The Institute of Philosophy and Law. The Urals Division of RAS. 2013. Vol. 13. Issue 1. P. 118–132. (In Russ.).
7. Korolev V.A. Soft power of modern Japan: practice and developments / V. A. Korolev, S. S. Kudryavtseva // International Organizations Research Journal. 2014. No. 2. Vol. 9. P. 190–208. (In Russ.).
8. Kochneva E.D. Japan as a world leader promoting soft power // Discourse-P. 2014. No. 2–3. P. 134–140. (In Russ.).
9. Mesheryakov A.N. Japan. Chasing the wind of centuries. M.: Lingvistika, 2022. 512 p. (In Russ.).
10. Polyakova A.A. "Soft power" in the US foreign policy context: the theoretical aspects // RSUH/RGGU Bulletin Series "Political Science. History. International Relations". 2015. No. 2. P. 91–102. (In Russ.).
11. Rusakova O.F. Strategic soft power models of the East Asian countries / O. F. Rusakova, D. M. Kovba // Political expertise: POLITEX. 2016. No. 2. Vol. 12. P. 14–29. (In Russ.).
12. Rustamova L.R. The mechanism of "soft power" implementation and the limits of its use // Ojkumena. Regional researches. 2018. No. 1. P. 145–154. <https://doi.org/10.24866/1998-6785/2018-1/145-154> (In Russ.).
13. Timonina I.L. Japan's gastrodiploacy: economic effects // Japanese Studies in Russia. 2021. No. 2. P. 6–25. <https://doi.org/10.24412/2500-2872-2021-2-6-25> (In Russ.).
14. Chugrov S.V. Soft attraction of Japan // Polis. Political Studies. 2015. No. 6. P. 53–67. <https://doi.org/10.17976/jpps/2015.06.08> (In Russ.).
15. A new look at cultural diplomacy: a call to Japan's cultural practitioners. Speech by Minister for Foreign Affairs Taro Aso at Digital Hollywood University // Ministry of Foreign Affairs of Japan: website. URL: <https://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html> (accessed 26.11.2023).
16. Beckley M. America's role in the making of Japan's economic miracle / M. Beckley, Yu. Horiuchi, J.M. Miller // Journal of East Asian Studies. 2018. Vol. 18. Issue 1. P. 1–21. <https://doi.org/10.1017/jea.2017.24>

17. Calder, K.E. Crisis and compensation: public policy and political stability in Japan, 1949–1986. Princeton: Princeton University Press, 1988. 560 p. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1fkkgckx>
18. Chitty N. Conclusion // The Routledge handbook of soft power. Abingdon: Routledge, 2016. P. 453–463. <https://doi.org/10.4324/9781315671185.ch102>
19. Cool Japan initiative // Cabinet Office. URL: https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/pdf/cooljapan_initiative.pdf (accessed 26.11.2023).
20. Halton C. Lost decade in Japan: history and causes // Investopedia: website. URL: <https://www.investopedia.com/terms/l/lost-decade.asp#:~:text=1%20During%20the%201990s%2C%20Japan's,in%20deflation%20for%20the%20economy.> (accessed 26.11.2023).
21. Japan // The Observatory of Economic Complexity: website. URL: <https://oec.world/en/profile/country/jpn> (accessed 26.11.2023).
22. Japan-bound statistics // JTB Tourism Research & Consulting Co.: website. URL: <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/> (accessed 26.11.2023).
23. Japan brand program // Ministry of Foreign Affairs of Japan: website. URL: https://www.mofa.go.jp/p_pds/page22e_000759.html (accessed 26.11.2023).
24. Japan Foundation: website. Tokyo, 1998–2023. URL: <https://www.jpf.go.jp/e/about/outline/index.html> (accessed 26.11.2023).
25. Japan Foundation Los Angeles: website. Los Angeles, 2018–2023. URL: <https://www.jfalc.org/events-listing.php?year=2023> (accessed 26.11.2023).
26. Japan social media statistics 2023. Most popular social media platforms // The Global Statistics. The Data Expert: сайт. URL: <https://www.theglobalstatistics.com/japan-social-media-statistics/> (accessed 26.11.2023).
27. Japanese restaurants in the US - number of businesses // IBIS World: website. URL: <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/number-of-businesses/japanese-restaurants-united-states/#:~:text=There%20are%2030%2C165%20Japanese%20Restaurants,over%20the%20past%205%20years%3F> (accessed 26.11.2023).
28. Johnson C. The CIA and Japanese Politics / C. Johnson, N. A. Schlei., M. Schaller // Asian Perspective. 2000. No. 4. Vol. 24. P. 79–103.
29. Nye J. S. Soft power // Foreign Policy. 1990. No. 80. P. 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
30. Nye J. S. Soft power and American foreign policy // Political Science Quarterly. 2004. No. 2. Vol. 119. P. 255–270. <https://doi.org/10.2307/20202345>
31. Nye J. S. Soft power: the evolution of a concept // Journal of Political Power. 2021. Vol. 14. Issue 1. P. 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
32. Nye J. S. Soft power: the origins and political progress of a concept // Palgrave Communications. 2017. No. 3. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.8> URL: <https://www.nature.com/articles/palcomms20178> (accessed 26.11.2023).
33. Keune O. Cinema as an element of a state's soft power system / O. Keune, V. Frants // Дискурс-Пи. 2017. № 2. С. 154–162. <https://doi.org/10.17506/dipi.2017.27.2.154162>
34. Patrick H. Asia's New Giant: How the Japanese Economy Works / H. Patrick, H. Rosovsky. Washington, DC: Brookings Institution, 1976. 943 p.
35. Stokes B. How Americans and Japanese see each other // Pew Research Center: website. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2015/04/09/how-americans-and-japanese-see-each-other/#:~:text=They%20see%20Americans%20as%20%E2%80%9Cinventive,%25%2C%20ages%2065%20and%20older.> (accessed 17.03.2024).
36. Suwankaewmanee L. American soft power through Hollywood superhero movies: the case of the trilogy of Captain America // English Language and Literature Studies. 2021. No. 3. Vol. 11. P. 1–8. <https://doi.org/10.5539/ells.v11n3p1>
37. The Japan Foundation survey on Japanese language education 2018 // Japan Foundation Los Angeles. URL: https://www.jfalc.org/ckfinder/userfiles/files/JF_Survey_Report_2018.pdf (accessed 26.11.2023).
38. Trade Statistics of Japan // Ministry of Finance: website. URL: https://www.customs.go.jp/toukei/info/index_e.htm (accessed 26.11.2023).
39. United States-Japan Foundation: website. Tokyo, 1997–2023. URL: <https://us-jf.org/about-the-foundation/mission-and-vision/> (accessed 26.11.2023).
40. U.S.–Japan Council: website. Tokyo, 2000–2023. URL: <https://www.usjapancouncil.org/mission-and-purpose/> (accessed 26.11.2023).
41. Wisensale S. How baseball has strengthened the relationship between the United States and Japan // Smithsonian Magazine: website. URL: <https://www.smithsonianmag.com/history/how-baseball-strengthened-relationship-between-united-states-japan-180968597/> (accessed 26.11.2023).
42. Has the number of users of streaming services increased due to the impact of coronavirus? Study of the dynamics of the entire market and each service // Manamina: website. URL: <https://manamina.valuesccg.com/articles/1667> (accessed 26.11.2023).
43. Imai Fumi. In terms of viewer satisfaction with streaming services, Netflix regained first place for the first time in three years. Disney+ is the most popular service among Generation Z // Impress Business Media: website. URL: <https://webtan.impress.co.jp/n/2023/11/08/45929> (accessed 26.11.2023).

44. Kitamura Kentarou. Which films were hits in 2022? Ranking of the highest grossing films // M & A Online: website. URL: <https://maonline.jp/articles/movie-column2022-the-best> (accessed 26.11.2023).

45. "World Baseball Classic" showed the world the "soft power" of Japan // News Agency Sikiyou Online: website. URL: <https://shikiho.toyokezai.net/news/0/661630> (accessed 26.11.2023).

46. Report on the activities of the Japan Foundation for 2012 // Japan Foundation. URL: <https://www.jpf.go.jp/j/about/result/br/2012/report.pdf> (accessed 26.11.2023).

47. All-time ranking. 100 highest-grossing movies of all time // We love cinema! Movie ratings news agency. A movie PR agency presents: website. URL: <https://www.kogyotsushin.com/archives/alltime/> (accessed 26.11.2023).



Ксения Геннадьевна САНИНА, канд. филол. наук, доцент кафедры японоведения Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток, Россия, e-mail: sanina.kg@dvfu.ru

Владимир Иванович АЛЕКСЕЕВ, студент Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток, Россия, e-mail: alekseev.vi@dvfu.ru

Михаил Евгеньевич НАЧМАНСКИЙ, студент Дальневосточного федерального университета, г. Владивосток, Россия, e-mail: nachmanskii.me@dvfu.ru

Ksenia G. SANINA, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Japanese Studies, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, e-mail: sanina.kg@dvfu.ru

Vladimir I. ALEKSEEV, Student, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, e-mail: alekseev.vi@dvfu.ru

Mikhail E. NACHMANSKII, Student, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, e-mail: nachmanskii.me@dvfu.ru

Поступила в редакцию

(Received) 12.12.2023

Одобрена после рецензирования

(Approved) 29.05.2024

Принята к публикации

(Accepted) 08.06.2024