

Robert Łoś
Uniwersytet Łódzki
robert_los@uni.lodz.pl

Soft power współczesnej Japonii

The soft power of contemporary Japan

Streszczenie:

Pozycja Japonii po II wojnie światowej nabrała innego znaczenia. Wyznaczały ją klęska wojenna i konieczność szukania innej drogi rozwoju. Tą drogą było przyjęcie części zachodnich wartości – głównie amerykańskich – i zasad wolnego rynku w sferze ekonomii. Reorientacji uległa również polityka zagraniczna, która musiała nastawić się na wsparcie gospodarki poprzez szukanie i utrzymanie dobrych relacji z zagranicą. Większego znaczenia nabrały wszelkie instrumenty związane z *soft power*, czyli typowej dla Japonii kultury i wartości, które jednak połączone z wartościami Zachodu, mają korzystny wpływ na rozwój tego kraju. Najlepiej jest to widoczne we wzroście znaczenia tego państwa, które potrafiło wiele zyskać w kategorii miękkiej siły, pomimo hermetyczności własnej kultury i wartości. To one wraz z pokojową polityką i modelem gospodarczego rozwoju idealnie odzwierciedlały możliwości użycia *soft power*.

Słowa kluczowe: *soft power*, *soft power* Japonii, dyplomacja publiczna

Summary:

Japan's position after World War II acquired a new dimension determined by the loss of war and the necessity of finding a new path of development. It derived itself from taking over Western values, mainly Northern American ones, as well as free market principles. Foreign policy underwent a significant reorientation, as supporting economy and developing new foreign relations became necessary. Therefore, instruments related to soft power gained importance. Culture and values characteristic for Japan combined with Western values had a positive effect on Japan's development. It is most evident when observing the increase of Japan's international relevance. In spite of having rather hermetic culture, this country was able to achieve a lot in the category of soft power. Those values and culture in general, together with peaceful policies and a new model of economic development, ideally mirrored the opportunities deriving from the usage of soft power.

Keywords: Japanese soft power resources, public diplomacy

1. Wprowadzenie

Soft power jest pojęciem, które w sensie badawczym jest zjawiskiem stosunkowo młodym, ale miękka siła stosowana była w relacjach międzynarodowych od zawsze. Zainteresowanie tematem wynikało ze zmian w środowisku międzynarodowym, ale także z rosnącej fascynacji takimi dziedzinami jak marketing polityczny, dyplomacja publiczna czy branding narodowy. Zainteresowanie zjawiskiem wyraźnie rozwinęło się w latach 90. XX wieku wskutek fali deklinizmu. Wyraźnie zostało to sformułowane przez Paula Kennedy'ego, który potraktował USA jako mocarstwo, które tak jak inne w sposób cykliczny traci swe wpływy, ale chce jak najdłużej utrzymać przewagę.

Pojęcie *soft power* zostało dostrzeżone przez wykładowcę Harvardu, Josepha Nyea Jr., który użył tego sformułowania w swojej książce: *Bound to Lead: the Changing Nature of American Power*. Następnie, wykorzystał ten koncept w kolejnych publikacjach¹. W przyjętej przez niego definicji *soft power* to rodzaj siły, który należy do domeny wartości politycznych, wzorców kulturowych, idei i to odróżnia ją od *hard power*, opartej na sile militarnej, przemocy politycznej i presji ekonomicznej.

Zwolennicy *soft power*, tacy jak Joseph Nye, obwarowali jednak zarówno samo pojęcie, jak i granice jego stosowalności wieloma zastrzeżeniami, co świadczyło o trudnościach z określeniem uniwersalnych zasad, metod badawczych i weryfikowalnych wyników badań.

Japońskie *soft power* jest zagadnieniem niezwykle złożonym. Jeżeli uwzględnimy, że źródła miękkiej siły tkwią w uniwersalnych wartościach i kulturze, to będzie to sprzeczne z tym co reprezentuje Japonia. Język, który jest uniwersalnym narzędziem porozumienia, ani kultura Japonii daleka jest od kanonu wartości uniwersalnych, potwierdzając raczej hermetyczność japońskiej cywilizacji. Może ona jednak właśnie poprzez swoją unikatowość wzbudzać fascynacje, a tym samym daje możliwości wzrostu japońskiej miękkiej siły.

2. Model gospodarczy i polityka zagraniczna jako zasób i narzędzie *soft power* Japonii

Japońska gospodarka, tak jak inne, nie tylko tworzy bogactwa, ale w aspekcie *soft power*, buduje wizerunek państwa i społeczeństwa. Japońskie przedsiębiorstwa, nawet jeżeli straciły w rankingu światowym na rzecz amerykańskich, to znakomicie budują wizerunek kraju poprzez zdolności innowacyjne². W świecie znane są

¹ J. Nye jr, *Bound to lead: the changing nature of American power*, New York 1991; *The paradox of American power*, New York 2002; *Soft power: the means to success in world politics*, New York 2005.

² Pod względem liczby patentów japońska gospodarka zajmuje drugie miejsce: www.wipo.int/ipstats/en, [odczyt: 13.08.2016]. Innowacyjność japońskiej gospodarki nieco się zmniejszyła, ale i tak zaj-

japońskie firmy samochodowe czy wytwarzające elektronikę użytkową. Firmy te określają wizerunek nie tylko własny, ale również kraju i w dużej mierze przekłada się to na możliwości oddziaływania Japonii. Te możliwości nadal są duże, nawet jeżeli japońska gospodarka od wczesnych lat 90. XX w. tkwiła w stagnacji i została w 2010 r. wyprzedzona przez chińską³.

Chociaż wizerunek Japonii jako supermocarstwa ekonomicznego jest bardzo rozpowszechniony na całym świecie, to państwa Azji Wschodniej z pewną rezerwą przyjmuje obraz tego kraju jako nastawionej pokojowo potęgi cywilnej. Winę za to po części ponosi rząd Japonii, który nie miał wizji tego, co chce osiągnąć. Dotyczyło to głównie okresu od połowy lat 50. do końca lat 80. XX wieku, gdzie ograniczano się jedynie do działań, które zmierzały do utrzymania wzrostu gospodarczego i dobrobytu obywateli.

Brak jasno wyznaczonych celów w polityce międzynarodowej ograniczył zdolność tego kraju do propagowania swoich ideałów i zabezpieczenia wpływów za granicą⁴. Niemniej z uznaniem można ocenić japońską politykę nieangażowania się militarnego oraz podejście antynuklearnego z jednoczesnym zaangażowaniem się w świadczenia międzynarodowej pomocy humanitarnej. Świadczona przez Japonię pomoc poważnie wpływa na wzrost jej miękkiego oddziaływania. Japonia od 1996 roku uczestniczy w programie Partnerstwo na Rzecz Rozwoju Demokratycznego w ramach ODA. Udział Japonii jest znaczny, sięgając ponad 9 mld dolarów rocznie i lokuje ją na piątym miejscu na świecie. Japońska pomoc związana jest z wspieraniem demokracji oraz poprawą ochrony praw człowieka. Wsparcie dotyczy głównie tych inicjatywy w państwach beneficjentach, aby wykształcić w nich odpowiednie systemy prawne, jak również instytucje i zasoby ludzkie wspierające proces demokracji.

Środki oferowane przez japoński rząd krajom rozwijającym się, przeznaczone są na rozwój infrastruktury, przedsiębiorczości, poprawę warunków bytowych ludności, tworzenie nowych szans i możliwości. Sama pomoc przybiera formę pożyczek, które od lat 60. XX wieku mają formę pomocy bezzwrotnej. Początkowo była ona skierowana tylko do krajów Azji Wschodniej. Głównie dotyczyło to krajów dotkniętych przez ekspansję japońską w trakcie II wojny światowej⁵. Zaangażowanie Japonii jako donatora pomocy rozwojowej miała przyczynić się do poprawy wizerunku,

muje pod tym względem wysoką pozycję: <https://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=gii-full-report-2014>, [odczyt: 13.08.2016]. Japońskie przedsiębiorstwa wśród stu największych na świecie zajmują dopiero piąte miejsce: <http://fortune.com/global500>, [odczyt: 13.08.2015].

³ J. S. Nye jr, *The Future of Power*, New York 2011, s. 164.

⁴ Y. Funabashi, *The Asianization Asia*, "Foreign Affairs", 1993 nr 5, s. 75 – 85.

⁵ A. Anders, *Japoński model soft power w polityce zagranicznej państwa*, w: *Polityka zagraniczna. Aktorzy, potencjały, strategie*, red. T. Łoś-Nowak, Warszawa 2011, s. 198.

zwłaszcza wśród państw doświadczonych w przeszłości japońską agresją w Azji⁶. Dla Japonii była to poważna zaszczość historyczna obciążająca bieżące wydarzenia

Przystąpienie do ODA zobowiązywało Japonię do pewnych działań, które uwzględniło ich aktywność międzynarodową. Dotyczyło to m.in. przyjęcia określonych rozwiązań dotyczących praw człowieka we własnym kraju. W 1994 roku Japonia ratyfikowała Konwencję Praw Dziecka a rok później Konwencję w sprawie Likwidacji Wszelkich Form Dyskryminacji Rasowej i wiele innych⁷. W Japonii zaczęły powstawać nowe organizacje zajmujące się prawami człowieka. W 1994 roku powstało Kyoto Human Rights Research Institute oraz Asia Pacific Human Rights Information Center (APHRIC), gdzie zamierzano prowadzić badania i promować świadomość dotyczącą praw człowieka.

Ważne były również niezbędne zmiany ustrojowe, aby sprostać nowym wyzwaniom w polityce zagranicznej. Japonia zgodnie z zapisem konstytucyjnym nie mogła angażować swych sił samoobrony poza granicami kraju. Dlatego w 1989 roku dokonała jedynie wsparcia finansowego działań USA i koalicji antyirackiej. Przełom nastąpił 15 grudnia 1992 roku, gdy Izba Reprezentantów uchwaliła prawo umożliwiające Japonii udział w operacjach pokojowych.

Te zmiany w japońskim prawodawstwie w kwestii sił samoobrony zaostały nieufnie przyjęte przez kraje azjatyckie. Po części było to spowodowane nierozwiązaniem problemów z okresu ekspansji japońskiej w okresie II wojny światowej. Japonia nie przeprowadziła denazyfikacji, nie przeprosiła za wojnę ani nie rozwiązała problemów granicznych, tak jak to zrobiły Niemcy. Sami Japończycy byli przekonani, że są raczej ofiarami wojny, a ich kraj chciał uchronić Azję przed ekspansją Zachodu i stworzyć Strefę Dobrobytu. Nie dziwi zatem, że w Japonii są zbyt duże opory, aby przeprosić za wojnę.

Najłatwiej Japonii było zmienić politykę w stosunku do Korei. Już w 1990 roku premier japońskiego rządu zrobił to po raz pierwszy, gdy wyraził skruchę z powodu działań Japonii w Korei w trakcie II wojny światowej. Pewne zmiany przyniosły wspólnie przeprowadzone mistrzostwa świata w piłce nożnej w 2002 roku (Japonia – Korea). Efektem zmian politycznych były również zmiany w interpretacji historii w podręcznikach szkolnych.

Na korzyść stylu polityki zagranicznej Japonii wpływa fakt, że Tokio jest zainteresowane uzgodnieniami wielostronnymi. Taki styl uprawiania dyplomacji jest ko-

⁶ Y. Watanabe, D.L. McConnell, *Soft power superpowers. Cultural and national assets of Japan and the United States*, New York 2008, s. 73.

⁷ M. Kosmala-Kozłowska, *Japonia wobec kontrowersji dotyczących respektowania praw człowieka w Azji*, w: *Japonia na początku XXI wieku. Polityka, gospodarka, społeczeństwo i stosunki z Polską*, red. K. Gawlikowski, M. Ławacz, Toruń 2008, s. 245.

rzystniejszy, gdyż trudno postawić Japonii zarzut, iż ta zmierza do powrotu polityki imperialnej. Wręcz przeciwnie, jej polityka zagraniczna wpisuje się w główny nurt działań. Wzmacnia to wiarygodność Japonii, ale jest też wynikiem potrzeb Zachodu. USA potrzebuje sojusznika w Azji, dzięki któremu mógłby próbować balansować rosnącą potęgę Chin. Jest to tym bardziej istotne, że Japonia jest jednym z nielicznych krajów azjatyckich, który ma głęboko zaszczerpione wartości demokratyczne, które nadto szeroko propaguje. Jako potęga ekonomiczną posiada wystarczające środki na aktywne szerzenie tych wartości.

Demonstracyjne porozumienia z Zachodem nie jest zbyt pożądane dla Japonii, a tym bardziej członkostwo w paktach militarnych. Niemniej władzom Japonii zależy, by świat liczył się z pozycją tego kraju, dlatego są gotowe wspierać działania pokojowe oraz te szerzące demokrację. Nie chcą uczestniczyć w paktach militarnych, ponieważ nakładałoby to na Japonię pewne zobowiązania dotyczące wojny i zbrojeń. Z drugiej jednak strony, chociaż Japonia zdaje się być krajem bardzo pacyfistycznym, od wielu lat wystawiana jest na coraz nowe i coraz bardziej nieuchronne zagrożenia militarne.

Najważniejszy dla Tokio jest problem Półwyspu Koreańskiego i Cieśniny Tajwańskiej. Zneutralizowanie tych zagrożeń nie leży tylko w interesie Japonii. Starając się ograniczyć zagrożenie, Japonia aktywnie współpracuje z USA w sprawie Korei Północnej, uczestnicząc w Komisji Sześciu, która grupuje dwa państwa koreańskie ChRL, Japonię, USA oraz Rosję. Należy jednak przyznać, że sojusze niewiele znaczą, jeśli nie są wsparte własnymi działaniami w kwestiach wojskowych.

Wspomniane zmiany w konstytucji pozwoliły na uczestnictwo Japonii w misjach pokojowych ONZ. Pierwsze z nich miały miejsce w Kambodży (1992 – 1993), Rwandzie (1994), Syrii i Izraelu (1995 – 1996), Bośni i Hercegowinie (2000), Mozambiku (1993) i Timorze wschodnim (1999, 2002). Po 2001 roku Japonia udzieliła wsparcia rzeczowego, personalnego oraz dyplomatycznego USA w Afganistanie. Aby ułatwić dalsze działania w zbliżającym się konflikcie 29 października 2001 roku uchwalono *Anti-terrorismus Special Measures Law*, który umożliwił wysłanie japońskich oddziałów pomocniczych w rejon Zatoki Perskiej. Zaangażowanie w Afganistanie stanowi bardzo ważny element współpracy z NATO, a obecność oddziałów Sił Samoobrony w tym kraju postawiło zdecydowanie Japonię na pozycji bardzo poważnego partnera Sojuszu Północnoatlantyckiego⁸.

Reasumując na początku XXI wieku aktywność japońskiej dyplomacji w ramach ONZ promowała bezpieczeństwo humanitarne. W praktyce politycznej Japonia

⁸ A. Anders, *Japoński model soft power w polityce zagranicznej państwa*, w: *Polityka zagraniczna. Aktorzy, potencjały, strategie*, red. T. Łoś-Nowak, Warszawa 2011, s. 181 – 195.

wspierała przemiany demokratyczne w Azji uwzględniając lokalne uwarunkowania kulturowe, społeczne i polityczne. Jej koncepcja prowadzenia polityki zagranicznej zyskała podsumowanie w Błękitnej Księdze z 2007 r., gdzie podkreślano zasadę walki o wartości demokratyczne i prawa człowieka, przy czym wyrażano konieczność współpracy z Japonią, USA, Australią i Indiami.

W dalszym ciągu następuje nowe otwarcie polityki Japonii. Kolejne działania z udziałem japońskich sił zbrojnych związane było z wysłaniem w 2009 roku okrętów wojennych do zwalczania piractwa morskiego. Podjęta akcja była raczej symboliczna, ale wyraźnie określiła kierunek polityki Tokio, w tym przypadku wyraźnie nastawiony na demonstracje bandery. Kontynuacją tego trendu było wysłanie z misją ONZ kontyngentu 300 żołnierzy japońskich w lutym 2010 roku na Haiti. Udział w misjach był odbierany pozytywnie zarówno przez własną i międzynarodową opinie publiczną. Korzystając z pozytywnych doświadczeń w działaniach na rzecz pokoju, w 2013 roku Japonia stworzyła Radę Bezpieczeństwa Narodowego i przyjęła pierwszą strategię bezpieczeństwa⁹.

3. Wartości jako zasób *soft power* Japonii

Społeczeństwo japońskie charakteryzuje się wysoką jednorodnością i spójnością, jeżeli chodzi o system wartości i zachowania społeczne. W Japonii wciąż rozbrzmiewają echa ideologii *nihonjinron* – wyjątkowości narodu japońskiego. Zakłada ona istnienie przepaści mentalnej dzielącej jej ludność od innych nacji, która nie pozwala im zrozumieć ich wielowiekowego dorobku kulturowego.

Zadziwić mogą powszechne zachowania wytrwałości, spokoju, opanowania i gotowość do wyrzeczeń w sytuacji klęsk naturalnych (trzęsienia ziemi)¹⁰. Z uwagi na istniejące, trwałe zagrożenie, Japonia to kraj ludzi, którzy dużą wagę przywiązują do przemijania, trwania, czasu. Symbolem tego jest *Sakura* – kwiaty wiśni, które przekwitają, a ich piękno przemija. Dla Japończyków oznacza to, że wszystko co istnieje na świecie ma zarówno swój początek, jak i koniec. Płatki kwiatów, które opadają są symbolem harmonii życia i śmierci jako dwóch nieodzownych elementów¹¹.

Japońskie społeczeństwo rozwijając się w cywilizacji buddyjsko-konfucjańskiej jest wysoce zhierarchizowane i za cnotę uznaje się przestrzeganie ustalonych norm społecznych, zgodnie z pozycją jaką zajmują jednostka. W tej wertykalnej strukturze oczekuje się od osób stojących niżej w hierarchii społecznej posłuszeń-

⁹ I. Krawczyk, *Aktywne działania na rzecz pokoju – nowy kierunek w polityce bezpieczeństwa Japonii*, „Bezpieczeństwo Narodowe”, 2014 nr 3(31), s. 97; Y. Watanabe, D.L. McConnell, s.129.

¹⁰ G. Wróbel, *Kultura organizacyjna i jej kształt wobec wartości i postaw kaizen*, w: *Kultura Kaizen. Rozważania nad wartościami ciągłego doskonalenia*, red. G. Wróbel, Rzeszów 2011, s. 26 – 29.

¹¹ *Japonia – kraj kwitnącej wiśni*, <http://www.kwitnacawisnia.cba.pl/>, [odczyt: 24.10.2014].

stwa i lojalności. W zamian osoby stojące wyżej w hierarchii zobowiązane są do wsparcia osób stojących w niej niżej.

W swym codziennym życiu Japończycy odwołują się do kodeksu postępowania *busido* (droga wojownika), sprowadzając wartość do określenia dwóch znaczeń: być i służyć¹². Oznacza to posłuszeństwo wobec seniora i gotowość poświęcenia życia dla obrony nie tylko jego samego, ale też jego interesów. Osoby kroczące drogą wojownika powinna być odważna i sprawiedliwa, powinny odznaczać się dobrocią i prawdomównością, powinny szanować tradycje, być wstrzemięźliwe i samokontrolować swe zachowania.

Współcześnie honor samuraja jest zastępowany przez *kaizen*, pod którym to określeniem kryje się system wartości funkcjonujący w świecie biznesu. *Kaizen* sprowadza się do przekładania porządku nad wolnością; konieczność dbania o wspólne dobro; skromność i szacunek dla władzy; gospodarność i wytrwałość; lojalność i wiarygodność; prawo i humanitaryzm wraz z olbrzymim poczuciem obowiązku.

Trudno określić na ile te dwie formy postępowania są w stanie zastąpić społeczeństwo obywatelskie¹³. Wbrew obawom zachowania związane z postawą obywatelską są w Japonii ukształtowane. Lojalność i podporządkowanie nie oznaczają braku krytyki pod adresem władzy. Przeciwnie, już w latach 50. XX wieku dochodziło do protestów wobec rządzących, a ruchy społeczne lat 70. były na tyle ważne, że wpłynęły na zmianę funkcjonowania aparatu państwowego i wielkich koncernów przemysłowych. Wszystko to było symbolem, iż wraz z poprawą sytuacji gospodarczej, zaktywizują się grupy obywatelskie¹⁴.

Wydarzeniem przełomowym w kształtowaniu się społeczeństwa obywatelskiego było trzęsienie ziemi z 17 stycznia 1995 roku, kiedy to samoorganizowały się grupy liczące ponad milion wolontariuszy do pomocy poszkodowanym. Było to zgodne z oczekiwaniami władzy, dlatego nazwano społeczeństwo japońskie – wspólnotą obywatelską kierowaną przez państwo. W tej sytuacji instytucje państwa zamiast zakazywać działalności starają się raczej stworzyć stosowne warunki dla działalności w określonej dziedzinie, mając na uwadze korzyści ogółu.

¹² K. Stefański, *Duch busido armii cesarskiej czyli tragedia pomyłek*, w: *W kręgu wartości kultury Japonii*, red. A. Kozyra, Warszawa 2013, s. 393 i n.

¹³ E. Kostowska-Watanabe, A. Ishikawa, *Sekret japońskiego sukcesu*, Warszawa 1990, s. 37.

¹⁴ B. Bochorodycz, *Spoleczeństwo obywatelskie w Japonii – rozwój i cechy charakterystyczne*, w: *Japonia na początku XXI wieku, Polityka, gospodarka, społeczeństwo i stosunki z polską*, red. K. Gawlikowski, M. Ławacz, Toruń 2008, s. 22.

4. Kultura jako zasób *soft power* Japonii

Cechą kultury japońskiej, jest jej unikatowość, która zawiera zarówno elementy rodzime, jak i zapożyczone. Uważa się, że Japończycy odeszli od własnej kultury pod wpływem oczarowania amerykańskimi możliwościami i stylem życia¹⁵. Zapozyczenia te nie przejmowano w czystej postaci, ale celowo je modyfikowano, by wykazać dowód własnej inwencji. W ten sposób powielano wzorce chińskie, a później amerykańskie style popkultury, modę, styl życia. Nawet jeżeli Stany Zjednoczone zaczęły mieć ogromny wpływ na kulturę japońską, to nie utraciła ona swego rodzaju odrębności i oryginalnego piękna. Dzięki temu ukształtowana została pewna estetyka, która jest rozpoznawana na całym świecie. Słynie ona z prostoty, nietrwałości, nieregularności czy wieloznaczności. Widać w niej elementy bardzo minimalistyczne, ale niekiedy paradoksalnie odznaczające się przepychem.

Japończycy mają szczególny stosunek do natury, która wynika z ich przekonania, że są jej częścią¹⁶. Odzwierciedla się to również w kompozycjach artystycznych i w samej estetyce japońskiej kultury. Sztuka w Japonii była od zawsze związana z codziennością. Oprócz literatury, architektury i teatru, w jej skład wchodzi również *chanoyu*, czyli ceremonia picia herbaty, *ikebana* – sztuka układania kwiatów czy *bonsai* – miniaturyzowanie drzew i krzewów. Artyści czerpią aspiracje z codziennych poczynań, zwyczajów i tradycji. Japończycy starają się podkreślać znaczenie piękna i czasem wyodrębniać je ze zwyczajnych, codziennych krajobrazów, odrzucając to, co nieestetyczne i brzydkie. Ten aspekt widać także w kuchni japońskiej, w której oprócz dobrego smaku, ważne jest odpowiednie podanie potraw. Smak, zapach, kompozycja – wszystko w posiłkach ma w tym kraju znaczenie. Estetyka japońska spełnia funkcję zaspokajania potrzeb ludzkich, nadawanych im poprzez pewnego rodzaju właściwości związane z samą naturą¹⁷. Za tradycyjny element kultury japońskiej uważa się orgiami, aczkolwiek ta sztuka składania papieru pochodzi z Chin, ale rozwinęła w Japonii. We współczesnej Japonii orgiami jest jednym z elementów w sposobie wychowania dzieci¹⁸.

Japońska kinematografia słynie z wielu produkcji. W szczególności japoński film *science fiction* pt. *Godzila* z 1954 roku doczekał się kontynuacji serii i znacznej popularności. Wielkość produkcji japońskiej kinematografii daje jej czwarte miejsce

¹⁵ P. Varley, *Kultura japońska*, Kraków 1999, s. 298 i n.

¹⁶ *Artystyczne wyznaczniki piękna w kulturze Japonii*, http://estetykaikrytyka.pl/art_pjac/art/3/pjac_3_10.pdf, [odczyt: 24.10.2015].

¹⁷ D.T. Suzuki, *Zen i kultura japońska*, Kraków 2009, s. 12 – 13.

¹⁸ J. Zaremba-Penk, *Japońska popkultura narzędziem podboju świata*, w: *Japoński soft Power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, red. A. Wosińska, Toruń 2010, s. 211.

na świecie¹⁹. Co najważniejsze zainteresowanie Japonią, życiem codziennym, zwyczajami objawiło się w motywach jakie pojawiały się w światowym kinie²⁰. Świat Pokemonów okazał się tak słynny, że na podstawie gier stworzono *anime*, filmy, książki, zabawki, a także mangę.

Literaturę japońską wyróżnia krótka forma poetycka, podobnie jak większość utworów pisanych prozą²¹. Popularne elementy świata kultury japońskiej w sztuce to również teatr *kabuki* i *Itako*. Teatr *kabuki* to jeden z trzech gatunków japońskiego teatru klasycznego. Wyróżnia go charakterystyka, która polega na wyeksponowaniu typowych cech bohatera poprzez makijaż²².

Dzisiejsza Japonia może pochwalić się znakomitymi pisarzami, artystami, architektami i producentami filmowymi. Niestety tylko nieliczni są znani za granicą a ich twórczość wywiera wpływ zagranicą. Dlatego w poszukiwaniu wsparcia dla swej kultury, Japończycy przystąpili do ofensywy kulturowej i ustanowili nagrodę *Preaemium Imperiale*, co w założeniu miało być odpowiednikiem japońskiego Nobla. Nagroda sponsorowana jest przez Stowarzyszenie Sztuki Japońskiej, które wskazuje na determinacje Japonii w upowszechnianiu dziedzictwa kulturowego.

Kuchnia japońska jest popularna na świecie, ale nie tak jak włoska czy chińska. Do tej pory bardzo słynne stały się tylko sushi i sake, pomimo, że Japonia ma olbrzymie możliwości w bogactwie smaków kuchni²³. Znana na całym świecie jest także japońska ceremonia picia herbaty²⁴. Również rozpoznawalne są sztuki walki, które również zyskały międzynarodowe uznanie. Wśród nich najważniejsze to judo, karate, aikido czy sumo²⁵. Innym istotnym elementem kultury japońskiej jest kimono, które jest tradycyjnym ubiorem japońskim.

¹⁹ <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=116>, [odczyt: 13.08.2015].

²⁰ A. Wosinska, *Japonia i Japończycy w kinematografii zachodniej/w/ Japonia według Zachodu. Zachód według Japonii*, red. A. Wosińska, Bydgoszcz 2013, s. 141 i n.

²¹ M. Beger, *Polskie haiku*, w: *Japoński soft Power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, w: *Inspirująca i inspirowana. Popkultura japońska*, red. A. Wosińska, Toruń 2011, s. 133.

²² *Kabuki*, <http://portalwiedzy.onet.pl/67403,,,kabuki,haslo.html>, [odczyt: 5.05.2016].

²³ Y. Hori, Świeża rybka prosto z marketu, w: *Japonia. Kultura.Manga*, red. M. Taniguchi, A. Watanuki, Kraków 2011, s. 27 i n.

²⁴ *Ceremonia picia herbaty w Japonii*, http://japonia.lovetotravel.pl/ceremonia_picia_herbaty_w_japonii, [odczyt: 8.05.2016].

²⁵ *Tajemnice samurajskiego miecza, czy można przeciąć nim człowieka na pół?*, <http://ciekawe.onet.pl/historia/tajemnice-samurajskiego-mieczu-czy-mozna-przeciac-1,5598784,artykul.html>, [odczyt: 6.05.2014].

5. Dyplomacja publiczna i kulturalna w *soft power* Japonii

Kultura japońska, która kiedyś była postrzegana jako prymitywna, co wynikało głównie z jej nieznaności, zaczęła z czasem wzbudzać wielkie zainteresowanie. Aby zintensyfikować przekaz i oddziaływanie japońskiej kultury w 1991 roku powołano Japońskie Centrum Komunikacji Medialnej (*Japan Media Communication Centre* – JAMCO), które miało dotować eksport programów telewizyjnych do krajów rozwijających się. W dalszej kolejności w 1997 roku powołano przy Ministerstwie Łączności komitet odpowiedzialny za promocję japońskich programów telewizyjnych za granicą.

W kreowaniu japońskiej kultury, a przez to zwiększenia *soft power* duże znaczenie odegrali członkowie japońskiej diaspory. Stali się oni promotorami kultury japońskiej, a co najważniejsze, nie izolowali się w grupach etnicznych. Japońska diaspora odgrywa znaczną rolę we wzroście japońskiego *soft power*, tym bardziej, że utrzymuje silny związek z krajem macierzystym. Ulega asymilacji, ale zdecydowanie słabiej w warstwie kulturowej. Dlatego Japończycy żyjący poza granicami od pokoleń tworzą centra kultury japońskiej, które upowszechniają wiedzę na temat kultury, obyczajów i sztuki Japonii²⁶. Do ich kompetencji należy także prowadzenie działalności edukacyjnej, inspirowanie badań, organizowanie sesji naukowych, wykładów, wystaw, prezentacji japońskiej muzyki i tańca²⁷. W centrach organizowane są koncerty muzyki popularnej i tradycyjnej, wieczory karaoke, festiwale filmowe, pokazy tańca. Prowadzone są zajęcia między innymi z zakresu sztuk walki, a także różne warsztaty artystyczne – nauka gry na japońskich instrumentach perkusyjnych, lekcje orgiami, kursy tańca, raku – czyli wypalanie ceramiki według techniki japońskiej, która pochodzi z XVI wieku. Do programów szczególnie popularnych należą warsztaty ikebany, kursy parzenia herbaty, a także zajęcia, gdzie uczestnicy są zapoznawani z japońską sztuką kulinarną. Przez ośrodek prowadzone są też kursy języka japońskiego i kaligrafii²⁸. Bardzo popularne są również festyny, które nawiązują do tradycyjnych świąt japońskich. Wszystko to przybliża kulturę Japonii za granicą. Wiedza ta jest łatwiej dostępna, a elementy jej kultury stają się rozpoznawalne.

Całość zabiegów japońskiego rządu i władz w sprawie wspierania japońskiego *soft power* rozbija się o mentalność narodu. Japończycy uważają swoją kulturę za

²⁶ M. Waclawik, *Japońska mniejszość etniczna jako promotor kultury japońskiej w USA i Kanadzie*, w: *Japoński soft power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, red. A. Wosińska, Toruń 2010, s. 99.

²⁷ *Japanese American Cultural & Community Center*, <http://www.jaccc.org/history.php>, [odczyt: 8.05.2016].

²⁸ T. Paleczny, *Współczesne społeczeństwo amerykańskie w perspektywie socjologicznej*, Kraków 2002, s. 43.

bardzo wyjątkowa, że aż niemożliwą do zrozumienia przez obcokrajowców²⁹. Język japoński nie jest tak powszechny w użyciu i to stanowi poważną zaporę rozwojową. Jest on klasyfikowany jako największy język izolowany, ponieważ jego struktury gramatyczna, fonetyka czy frazeologia są niepodobne do struktur żadnego innego języka na świecie³⁰. Język będący ojczystym tylko dla 125 mln ludzi to zbyt mała liczba użytkowników języka, aby japońska sztuka rozpowszechniła się w stopniu znaczącym poza obszarem Azji. Ponadto dominacja języka angielskiego w Internecie jest nieraz poważną przeszkodą dla Japończyków³¹.

Pomimo wyraźnego zainteresowania Zachodu owocami wschodniej popkultury, Japonia ma jeszcze wiele do zrobienia by ją promować poza granicami kraju. Wykorzystuje popkulturę jako narzędzie polityczne, ale jest to zbyt mało, ponieważ uważa się, że są nią głównie zainteresowane nastolatki³². Najlepiej o tym świadczy popularność na całym świecie *mangi* (komiksu) i *anime* (filmów i seriali animowanych). Japońskie komiksy dominują na rynku komiksów Azji Wschodniej (np. *Hello-Kitty* czy *Pokemony*). Odwzorowuje się je na licencjonowanych oraz nielicencjonowanych zabawkach oraz artykułach papierniczych. Japońskie filmy animowane trafiają na zachód, (*Pszczółka Maja*, *Załoga G*), ale nie są one kojarzone z krajem pochodzenia³³.

Japonia będąc wielkim producentem dóbr kulturalnych na świecie, nie wykorzystuje jeszcze wszystkich swoich możliwości. Udział tego sektora w japońskim dochodzie narodowym brutto jest nadal niski. Niektóre japońskie produkty pop kultury, takie jak gry komputerowe oraz w mniejszym stopniu *anime*, z powodzeniem wprowadzono na rynki światowe. Inne produkty w zakresie mediów i świata mody stały się popularne wyłącznie w Azji Wschodniej. Wiele produktów japońskiej pop kultury takich jak muzyka, akcesoria odzieżowe czy kreowanie idoli, nie znalazły wielu podatnych odbiorców poza specyficznym kulturowo regionem Azji Wschodniej.

²⁹ P. Tomalka, *Kendo jako styl życia*, w: *Japoński soft power. Wpływy Japonii na kulturę Zachodu*, red. A. Wosińska, Toruń 2010, s. 237; J. Jeliński, *Nowy typ bohatera – o samurajach w amerykańskiej kinematografii*, w: *Japoński soft power...*, s. 191.

³⁰ *Język japoński*, <http://www.sjao.uni.wroc.pl/?k=9>, [odczyt: 02.05.2014].

³¹ R. Siedlinski, I. Merklejn, *Oblicza współczesnej japońskości. Literatura – film – spektakl*, Warszawa 2011, s. 24.

³² E. Cziomer, L. Zyblikiewicz, *Zarys współczesnych stosunków międzynarodowych*, Warszawa 2005, s. 94 i n.

³³ P. Tomalka, *Kendo jako styl życia*, w: *Japońskie soft power. Wpływ Japonii na kulturę zachodnią*, red. A. Wosińska, Toruń 2010, s. 237; J. Jeliński, *Nowy typ bohatera – o samurajach w amerykańskiej kinematografii*, w: *Japońskie soft power...*, s. 191.

Tu jednak kultura japońska spotyka przeszkody wśród państw, które same przeżywają okres przyspieszonego rozwoju. Państwa regionu ograniczają import produktów kultury, w szczególności amerykańskiej i japońskiej, uzasadniając to nie tylko względami komercyjnymi, ale imperializmem kulturowym. Orężem walki z obcą kulturą jest głoszenie haseł powrotu do azjatyckich wartości. Jest to istotne w południowo-wschodniej Azji, w szczególności w Indonezji, Malezji i Singapurze. Kultura amerykańska w mniejszym stopniu kultura japońska, były traktowana jako ideologiczne zagrożenie dla lokalnych tradycyjnych wartości, które mogło doprowadzić do moralnego upadku całego społeczeństwa³⁴.

W przypadku Japonii bardziej podkreśla się znaczenie historycznej przeszłości oraz politycznej rywalizacji, która może zostać reaktywowana. Tak więc, na kilku rynkach, przemysł japońskiej kultury popularnej musi pokonać przeszkody, związane z przeszłością. Nie ograniczyło to do końca przyływu kultury japońskiej na te rynki. Japońskie animacje, muzyka, gry komputerowe i seriale telewizyjne były wszechobecne, a mieszkańcy Korei Południowej czy Chińczycy na Tajwanie, są w stanie uzyskać dostęp do produktów poprzez nadajniki satelitarne, piracki rynek krajowy oraz Internet. Bary karaoke również przyczyniły się do popularności muzyki japońskiej poprzez oferowanie zarówno legalnie, jak i nielegalnie piosenek japońskich.

W 1998 roku Korea południowa rozpoczęła czteroetapowy proces znoszenia zakazu importu produktów japońskiej kultury masowej. W pierwszej kolejności zniesiono zakaz dopuszczenia japońskich filmów wyprodukowanych w kooperacji z Koreą. Po zniesieniu cenzury nastąpił gwałtowny wzrost sprzedaży japońskich wytworów kultury, ale trwało to krótko. Zamiast spodziewanych 10% udziałów w rynku muzycznym, jak było na początku po otwarciu rynku liczba ta spadła do 3-5 %³⁵. Na Tajwanie importowanie japońskiej muzyki, filmów i programów telewizyjnych zostało zabronione po odnowieniu kontaktów dyplomatycznych między Japonią a ChRL w roku 1972. Zakaz ten był stopniowo wycofywany od roku 1993³⁶.

Gdy otworzono rynek Azji Wschodniej dla wytworów przemysłu kulturowego japońskie filmy miały tam większe możliwości ekspansji. Ekspansja generowana zaś była poprzez przedsiębiorczość i lokalny popyt oraz nieustannie szukano możli-

³⁴ C. Beng-Huat, *Consuming Asians: ideas and issues*, w: *Consumption in Asia; lifestyle and identities*, red. C. Beng-Huat, London – New York 2000, s. 1 – 35.

³⁵ A. Wosińska, *Popkultura a stosunki japońsko-koreańskie*, w: *Inspirująca i inspirowana. Popkultura japońska*, red. A. Wosińska, Toruń 2011, s. 17.

³⁶ L. Ching, *Imagining in the empires of the Sun: Japanese mass culture in Asia*, w: *Contemporary Japan and Popular Culture*, red. J.W. Traet, Richmond 1996; *Feeling Asian modernities: transnational consumption of Japanese TV dramas*, red. K. Iwabuchi, Hong Kong 2004, s. 138 – 139.

wości rozwoju rynku. *Pony Canyon* and *Alex Trax*, to dwa z sześciu dużych japońskich przedsiębiorstw muzycznych, które stopniowo poszerzały i pogłębiały swoje wpływy na rynkach mediów wschodnioazjatyckich, poprzez przejście z umów licencjonowanych z lokalnymi firmami do otwarcia lokalnych oddziałów³⁷.

Trzy japońskie firmy: *Sony*, *Nintendo* i *Sega* przewodzą na rynku gier komputerowych, pomimo wprowadzeniu *X box'a* przez *Microsoft*. Największe wpływy japońskiej muzyki i filmów można zaobserwować w Azji Wschodniej. Większość przemysłów kultury popularnej Azji Wschodniej jest w dużym stopniu oparta na modelach japońskich, w szczególności muzyce, serialach telewizyjnych, stylach mody, komiksach i animacji. Japońskie firmy medialne, takie jak *FUJI TV* i *HORI PRODUCTIONS*, zostały zaangażowane w tego typu produkcje w latach 90. XX w., współpracując z rodzimymi firmami i organizacjami medialnymi w Singapurze, Malezji, Indonezji, Tajwanie, Korei Południowej, Chinach, a nawet w Wietnamie. Pod przewodnictwem *Fuji TV*, popularny w latach 70. XX w. japoński program wyławiający gwiazdy, *Suta Tanjo* („Narodziny gwiazdy”) został powielony na świecie. W ten sposób wielu późniejszych idoli rynku medialnego zostało wykreowanych na podstawie zapożyczeń japońskich. Japońskie programy telewizyjne wyznaczają standardy dla wielu programów poprzez umiejętności produkowania i finansowania, oraz dzięki swojej wysokiej jakości. Obecnie traktowane są jako lider w swej dziedzinie i są obiektem regularnego kopiowania. Tak zwana „koreańska fala” seriali telewizyjnych w Azji Wschodniej na początku naśladowała japońskie³⁸.

6. Zakończenie

Japońskie *soft power* jest zagadnieniem niezwykle złożonym. Wśród państw azjatyckich zajmuje najwyższą pozycję. Możliwości oddziaływania japońskiego *soft power* są duże, ale nie w pełni wykorzystane w wielu kategoriach³⁹.

W zakresie dyplomacji Japonia prowadzi politykę zgodną ze swoimi możliwościami i preferencjami. Znaczne środki wykorzystuje na tworzenie placówek kultury za granicą, choć ich liczba jest niewielka. Liczba placówek dyplomatycznych czy zaangażowanie w organizacjach międzynarodowych jest wysokie, lokując Japonie

³⁷ N. K. Otmazgin, *Contesting soft power: Japanese popular culture in East and Southeast Asia*, „International Relations of the Asia – Pacific”, 2008 vol. 8, s. 73 – 101, http://www.academia.edu/5777501/Contesting_soft_power_Japanese_popular_culture_in_East_and_Southeast_Asia, [odczyt: 28.09.2015].

³⁸ H. Aoyagi, *Pop idols and the Asian identity*, w: *Japan pop! Inside the world of Japanese popular culture*, red. C. J. Timothy, New York 2000, s. 67.

³⁹ Ranking na podstawie: R. Łoś, *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Łódź 2017.

przeciętnie na 10 miejscu w świecie. Wpływ japońskich liderów jest oceniany jako umiarkowany w rankingach prasowych. To co świadczy o sile Japonii, to olbrzymia liczba aktywnych internautów, szczególnie z uwagi na procentowy dostęp do niego społeczeństwa.

W kategorii społeczno-politycznej Japonia nie należy do liderów, aczkolwiek jest to kraj z wolną prasą i Internetem. W kategorii oceny systemu państwowego, skali korupcji, praworządności i sprawności działania państwa zyskują pozycję w drugiej dziesiątce.

Całkiem dobrze wypada Japonia w kategorii edukacja. W randze uniwersytetów lokowani są na 9 miejscu, przyjmując ponadto znaczną liczbę studentów obcokrajowców (7 miejsce). Ich system edukacyjny na poziomie podstawowym i średnim jest bardzo dobry, znaczne są wpływy think tanków oraz stosunkowo wysoką pozycję uzyskują za liczbę laureatów Nagrody Nobla w zakresie nauk ścisłych (8 miejsce).

Najbardziej imponuje w kategorii kultura popularna i wysoka. Językiem japońskim posługują się rdzenni mieszkańcy kraju i raczej nie jest on aż tak popularny jak chiński. Japonia nie imponuje liczbą przyjmowanych turystów (20 miejsce w świecie), ale już zdecydowanie lepiej wypada na liście obiektów światowego dziedzictwa UNESCO (11 miejsce), odwiedzanych muzeów (9 miejsce), liczbie wyprodukowanych filmów (4 miejsce), które są nagradzane na festiwalach filmowych. Dobrą pozycję zajmuje Japonia w uzyskiwanych medalach olimpijskich (13 miejsce w świecie).

Natomiast w kategorii społeczno-gospodarczej Japonia zyskuje olbrzymie znaczenie. Ich firmy budują swą markę wzmacniając jednocześnie markę państwa. Zakres konkurencyjności gospodarki budzi uznanie i daje duże możliwości (4 miejsce), pomimo, że zakres innowacyjności lokuje ich dopiero na 19 miejscu. Pomimo olbrzymiego wzrostu gospodarczego Japonia ma wiele do zrobienia w zakresie poprawy poziomu życia obywateli i wskaźnik HDI lokuje ją dopiero na 17 miejscu na świecie, podobnie jak wskaźnik Giniego. W tej kategorii przemawia skala pomocy rozwojowej, która lokuje Japonie na piątym miejscu w świecie.

Tabela nr 1. Współczesny ranking państw według softpower.

Ranking	Państwa	Liczba punktów (max. 60)
1	USA	49,50
2	Wielka Brytania	44,00
3	Niemcy	40,50
4	Francja	39,75

Soft power współczesnej Japonii

5	Szwecja	30,50
6	Holandia	28,75
7-8	Włochy, Kanada	27,50
9	Dania	27,00
10	Finlandia	25,75
11	Szwajcaria	25,25
12-13	Austria , Hiszpania	24,00
14	Japonia	23,50
15	Chiny	23,00
16	Australia	22,50
17	Norwegia	22,25
18	Belgia	21,00
19	Polska	20,00
20	Czechy	17,50
21-22	Rosja, Nowa Zelandia	16,75
23-24	Irlandia, Korea Pd	15,25
25	Luksemburg	14,00
26	Brazylia	11,00
27-28	Islandia, Singapur	10,75
29	Indie	10,00
30	Portugalia	9,50

Źródło: R. Łoś, *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Łódź 2017, s. 267.

Miejsce 14 Japonii w ogólnej klasyfikacji *soft power* oznacza niezbyt wysoką pozycję, ale najlepszą wśród państw azjatyckich. Tuż za nią uplasowały się Chiny. Należy założyć, że w najbliższej perspektywie nastąpi wzrost chińskiego *soft power*, ale z uwagi na asymetryczność poszczególnych kategorii, wymaga to znacznych nakładów ze strony tego państwa.

Pomimo, że japońskie *soft power* nie jest idealne, to w odróżnieniu od rosyjskiego czy chińskiego jest korzystniejsze. Jego cechą jest stosunkowo symetryczny rozwój wszystkich kategorii *soft power*. Japonia bez wątpienia wiele zyskuje łącząc elementy zachodnich wartości z tradycyjną kulturą. Oznacza to, że perspektywie będzie się nadal rozwijało bez konieczności wielu nakładów na dalszy rozwój, aby utrzymać a nawet doprowadzić do jej dalszego wzrostu.

Bibliografia:

- Anders A., *Japoński model softpower w polityce zagranicznej państwa*, w: *Polityka zagraniczna. Aktorzy, potencjały, strategie*, red. T. Łoś-Nowak, Warszawa 2011.
- Aoyagi H., *Pop idols and the Asian identity*, w: *Japan pop! Inside the world of Japanese popular culture*, red. C.J. Timothy, New York 2000.
- Beger M., *Polskie haiku*, w: *Japoński soft power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, A. Wosińska, Toruń 2010.
- Bochorodycz B., *Spółczesność obywatelska w Japonii – rozwój i cechy charakterystyczne*, w: *Japonia na początku XXI wieku, Polityka, gospodarka, społeczeństwo i stosunki z polską*, red. K. Gawlikowski, M. Ławacz, Toruń 2008.
- Ching L., *Imagining in the empires of the sun: Japanese mass culture in Asia*, w: *Contemporary Japan and popular culture*, red. J.W. Traet, Richmond 1996.
- Cziomer E., Zyblikiewicz L., *Zarys współczesnych stosunków międzynarodowych*, Warszawa 2005.
- Daisetz T., *Zen i kultura japońska*, Kraków 2009.
- Hori Y., *Świeża rybka prosto z marketu*, w: *Japonia. Kultura. Manga*, red. M. Taniguchi, A. Watanuki, Kraków 2011.
- Jeliński J., *Nowy typ bohatera – o samurajach w amerykańskiej kinematografii*, w: *Japoński soft power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, red. A. Wosińska, Toruń 2010.
- Koichi I., *Feeling Asian modernities: transantional consumption of Japanese TV dramas*, Hong Kong 2004.
- Kosmala-Kozłowska M., *Japonia wobec kontrowersji dotyczących respektowania praw człowieka w Azji*, w: *Japonia na początku XXI wieku, Polityka, gospodarka, społeczeństwo i stosunki z Polską*, red. K. Gawlikowski, M. Ławacz, Toruń 2008.
- Krawczyk I., *Aktywne działania na rzecz pokoju – nowy kierunek w polityce bezpieczeństwa Japonii*, „Bezpieczeństwo Narodowe”, 2014 nr 3(31).
- Kostowska-Watanabe E., Ishikawa A., *Sekret japońskiego sukcesu*, Warszawa 1990.
- Łoś R., *Soft power we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, Łódź 2017
- McGann J. G., *2015 Global Go To Think Tanks Index Report*, Philadelphia 2016.
- Nye J. S. jr, *Bound to lead: the changing nature of American power*, New York 1991.
- Nye J. S. jr, *The Future of power*, New York 2011.

- Nye J. S. jr, *The paradox of American power*, New York 2002.
- Otmazgin N.K., *Contesting soft power: Japanese popular culture in East and Southeast Asia*, "International Relations of the Asia – Pacific", 2008 vol. 8.
- Palasz-Rutkowska E., Starecka K., *Japonia*, Warszawa 2004.
- Paleczny T., *Współczesne społeczeństwo amerykańskie w perspektywie socjologicznej*, Kraków 2002.
- S Nye J. S. jr, *Soft power: the means to success in world politics*, New York 2005
- Siedlinski R., Merklejn I., *Oblicza współczesnej japońskości. Literatura – film – spektakl*, Warszawa 2011.
- Stefański K., *Duch busido armii cesarskiej czyli tragedia pomyłek*, w: *W kręgu wartości kultury Japonii*, red. A. Kozyra, Warszawa 2013.
- Tomalka P., *Kendo jako styl życia*, w: *Japońskie soft power. Wpływ Japonii na kulturę zachodnią*, red A. Wosińska, Toruń 2010.
- Watanabe Y., McConnell D. L., *Soft power superpowers. Cultural and national assets of Japan and the United States* HYPERLINK "http://www.amazon.com/superpowers-cultural-national-assets-United/dp/B001K2KJ-PI/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=1447323188&sr=1-2&refinements=p_27%3AYasushi+Watanabe+And+David+L.+Mcconnell", New York 2008.
- Waclawik M., *Japońska mniejszość etniczna jako promotor kultury japońskiej w USA i Kanadzie*, w: *Japoński soft power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, red. A. Wosińska, Toruń 2010.
- Wosinska A., *Japonia i Japończycy w kinematografii zachodniej*, w: *Japonia według Zachodu. Zachód według Japonii*, red A. Wosińska, Bydgoszcz 2013.
- Wosińska A., *Popkultura a stosunki japońsko-koreańskie*, w: *Inspirująca i inspirowana. Popkultura japońska*, red. A. Wosińska, Toruń 2011.
- Wróbel G., *Kultura organizacyjna i jej kształt w obliczu wartości i postaw kaizen*, w: *Kultura Kaizen. Rozważania nad wartościami ciąglego doskonalenia*, red. G. Wróbel, Rzeszów 2011.
- Varley P., *Kultura japońska*, Kraków 1999.
- Zaremba-Penk J., *Japońska popkultura narzędziem podboju świata*, w: *Japoński soft power. Wpływy Japonii na kulturę zachodnią*, red. A. Wosińska, Toruń 2010.