

Wojciech Krzysztof ZIELIŃSKI

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Anime jako element soft power w polityce zagranicznej Japonii

Streszczenie: Nic tak bardzo nie reprezentuje idei soft power jak Japoński eksport popkultury reprezentowany zwłaszcza przez popularność w świecie anime. Produkt ten powstał i rozwijał się niezależnie od wpływu władz, w sposób rzeczywisty zdobywając serca i umysły fanów. Zdając sobie ostatecznie sprawę z możliwości, jakie daje powszechność kultury popularnej, japońskie państwo postanowiło wykorzystać ją w dyplomacji. Los obdarował Japończyków niezwykłym darem, który odpowiednio pielęgnowany może ułatwić im osiągnięcie swoich celów politycznych w światowej rozgrywce politycznej.

Słowa kluczowe: anime, soft power, dyplomacja, Japonia

Wstęp

Teoria *soft power* (miękkiej siły) została po raz pierwszy przedstawiona przez amerykańskiego politologa Joseph'a Neya, który twierdził, iż państwo, realizując własne interesy, nie może posługiwać się jedynie tzw. twardą siłą (*hard power*). Działanie takie nie będzie efektywne, gdyż mechanizmy *hard power* skupiają się na przymuszaniu (lub kupowaniu) innych uczestników stosunków międzynarodowych. Dlatego potrzebne są narzędzia miękkiej siły, która definiowana jest jako „zdolność uzyskiwania tego, czego się chce, raczej dzięki atrakcyjności niż przymusowi czy pieniądzy” (Ney, 2007, s. 11).

Artykuł zajmuje się kwestią wykorzystywania przez państwa elementów popkultury w celu wzmocnienia swojego potencjału tzw. „miękkiej siły”. Japońska popkultura jest bardzo oryginalną formą ludzkiej pomysłowości, właściwą jedynie temu konkretnemu narodowi. Tokio w swojej dyplomacji od dłuższego czasu wykorzystuje popularność i oryginalność własnej kultury, także tej określanej mianem „masowej”.

Celem artykułu jest zbadanie sposobów wykorzystywania kultury popularnej jako narzędzia kreującego wizerunek państwa na przykładzie

rozpowszechniania i wzrostu popularności japońskiego anime. Dla lepszego ukazania zasad działania tego mechanizmu rozpatrywany będzie indywidualny przypadek Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej. Zawężenie przedmiotu analizy do anime i USA wiąże się z dwoma powodami. Wzajemne przenikanie się kultur jest procesem nieformalnym, ewolucyjnym, niepozostawiającym po sobie oficjalnych dokumentów. Długo pozostaje niezauważalny dla ogółu społeczeństwa, będąc domeną małych, rozproszonych grup. W przypadku Stanów Zjednoczonych dysponujemy bogatym materiałem źródłowym opisującym wczesną fazę obecności anime, gdyż społeczność fanów dość wcześnie zorganizowała się w różnego rodzaju stowarzyszenia dokumentujące swoją działalność. Ponadto oba narody dzielą trudną i bolesną przeszłość. W momencie zapoczątkowania procesu rozpowszechniania anime w Stanach Zjednoczonych urazy wojenne wciąż były aktualne, a dodatkowo pojawiały się obawy związane z szybkim rozwojem ekonomicznym Japonii.

Krótką historia anime

Anime jest jednym z najbardziej znanych elementów japońskiej kultury popularnej. Anime to angielska wersja japońskiego słowa *animēshon*, oznaczającego filmy animowane. W przeciwieństwie do oryginalnego terminu używanego na określenie każdej animacji jego angielski odpowiednik ma zastosowanie ściśle ograniczone do produkcji powstających w Japonii, które charakteryzują się specyficzną formą i treścią. Początków animie należy upatrywać u źródeł japońskiej kinematografii datujących się na I połowę XX w. Pierwszy film animowany wyświetlono w Kraju Kwitnącej Wiśni w 1909 r. (Daisuke, 2002, s. 195). Pokaz odbył się w Teatrze Imperialnym w Asakusa. Była to produkcja Emile Cohl'a, sprowadzona z Francji przez Fukuhōdo Company – pierwszą japońską firmę zajmującą się kinematografią. Większość filmów z tamtej epoki to produkcje bardzo krótkie, importowane z innych państw, głównie Francji. Wyświetlane pod wspólnym tytułem „*Dekobō shingachō*”. Cykl ten wystawiano w różnych teatrach na terenie całego kraju, głównie podczas letnich festiwali. Zyskał bardzo dużą popularność wśród widzów. Jednak na prawdziwie japońską produkcję należało jeszcze poczekać kilka lat. W 1916 r. firma Tenkatsu ogłosiła rozpoczęcie produkcji filmów animowanych, inicjując powstanie nowej gałęzi japońskiego przemysłu filmowego (Daisuke, 2002, s. 198). Pierwszy film powstał rok później w 1917 r.

Nosił tytuł *Imokawa Keizō Genka ban no maki*, jego powstanie związane jest z osobą Shimokawy Ōten. Pierwotna technika stosowana do uwieczniania animacji komplikowała proces produkcyjny filmu. Ō. Shimokawa rysował postacie kredą na tablicy, po czym tak stworzony obraz fotografował, następnie ścierał i rysował postać w nowej pozycji by ponownie ją sfotografować. Czynność tą musiał powtarzać wiele razy. Film został dobrze przyjęty przez część środowiska krytyków, którzy chwalili go za stosowanie „światowych” wzorów. Japońscy Twórcy filmowi z pierwszej fazy rozwoju rodzimego kina upodabniali swoje filmy do sztuk teatralnych. Dlatego też większość pierwszych produkcji była prostą adaptacją znanych i lubianych przedstawień. Nie stosowano zaawansowanych technik wykonywania ujęć czy montażu. Teatr i film nie były rozdzielone, nie stanowiły osobnych form sztuk. Japoński teatr nie przypominał europejskiego. Sprawiało to, że filmy nie posiadały spójnej fabuły z tradycyjnym dla naszej kultury przebiegiem akcji obejmującym zawiązanie, punkt kulminacyjny i rozwiązanie akcji. Następujące po sobie sceny nie były ze sobą związane jakimkolwiek wątkiem przyczynowo skutkowym. Aby rozeznaczyć się w prowadzonej narracji widz musiał odwoływać się do materiału źródłowego, na podstawie którego powstawała sztuka (głównie do oryginalnych dzieł literackich). Rodzimi krytycy zafascynowani kinem światowym nie potrafili zaakceptować tej odmienności. Nie uznawali takich filmów za formę sztuki, krytykowali je i postulowali tworzenie dzieł opartych o Zachodnie wzory. Należy zaznaczyć, iż pierwsze japońskie filmy tworzone według europejskich standardów nie cieszyły się popularnością wśród ówczesnych widzów.

Kolejnym ważnym twórcą okresu niemowłęcego kina animowanego był Kitayama Seitarō. Wprowadził on nową metodę animacji tzw. wycinankę (*cut-paper animation*). Narysowaną postać wycinano z arkusza, a następnie umieszczano na wcześniej przygotowanym tle, po czym fotografowano. Technika ta wymagała odpowiedniego stołu tak skonstruowanego, aby wycinanka nie zsuwała się z tła, a także przymocowanego do blatu na stałe stelaża utrzymującego aparat w odpowiedniej pozycji. Inną innowacją K. Seitarō było wprowadzenie do filmów krótkich tekstów objaśniających fabułę, lub reprezentujących dialogi. Debiutował w 1917 r. filmem *Saru Kani gassen*. Nie wszyscy pionierzy kina animowanego zrywali z tradycjami teatralnymi. Yamamoto Sanae w swoich dziełach wykorzystywał akwarele do rysowania tła, a postaciom nadał znajomy wygląd, bardzo podobny do tego jaki można było zaobserwować w *ningyō jōruri* – teatrze lalek *bunraku*. Jego film z 1925 r. *Ubasuteyama*, był właśnie

krytykowany przez część nowatorskiego środowiska filmowego za to podobieństwo¹. Motywy nawiązujące do japońskiej tradycji wykorzystywał również Ōfui Noburō. Podobnie jak K. Seitarō opierał się na technice wycinanki z tą różnicą, że stosował *chiyogami*, specyficzny rodzaj japońskiego papieru bogatego we wzory i kolory. Jego film *Kujira* z 1927 r. został wyeksportowany do Związku Radzieckiego i Francji. Remake zaś tego tytułu z 1950 r. zdobył nagrodę Festiwalu Filmowego w Cannes w 1953 r. Inny film *Yūreisen* z 1956 r. uhonorowano nagrodą Weneckiego Festiwalu Filmowego (Daisuke, 2002, s. 200).

Współczesne anime swój kształt zawdzięcza postaci Osamu Tezuki powszechnie uważanego przez fanów za „boga mangi”. Anime są przeważnie adaptacją znanych mang, czyli japońskiego rodzaju czarno-białego komiksu czytanego od prawej do lewej z góry ku dołowi (od zewnątrz do środka). Fenomeny anime i mangi są ze sobą nierozzerwalnie związane. O. Tezuka wymyślił postać *Tetsuwan Atom*, znanego powszechnie pod nazwą *Astro Boy*, którego przygody w formie mangi ukazały się w 1952 r., a przeniesione na szklany ekran zostały w 1963 r. (McKevitt, 2010, s. 897)². Anime to, było pierwszym, które odniosło oszałamiający sukces nie tylko w Japonii, ale także w świecie.

Branża ta obecnie jest biznesem prawdziwie globalnym. Tabela 1 ukazuje przychody, jakie generuje ten sektor gospodarki w świecie (bez wyliczania przychodów z wewnętrznego rynku).

Tabela 1

Przychody branży anime z kontraktów zagranicznych w mln dolarów

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
178,6	218,2	268,0	284,0	268,3	227,6	239,9	163,5	211,0	205,9	166,3	160,5	161,8	288,4

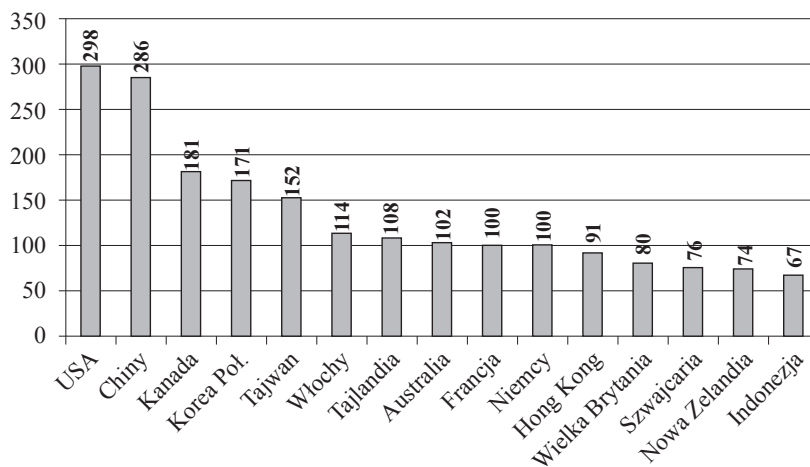
Źródło: The Association of Japanese Animation, *Anime Industry Report Summary*, 2016.

Dane z wykresów 1 i 2 zostały opracowane na podstawie wyników sondażu przeprowadzonego w 2015 r. wśród 16 największych korporacji z branży, które odpowiadały na pytanie ile i z kim podpisały kontraktów na sprzedaż licencji seriali animowanych. Łącznie w 2015 r. przeprowadzono 4345 transakcji.

¹ Dzieło to poruszało bardzo japoński temat obrazujący zwyczaj porzucania w górach starszych osób niemogących już na siebie pracować.

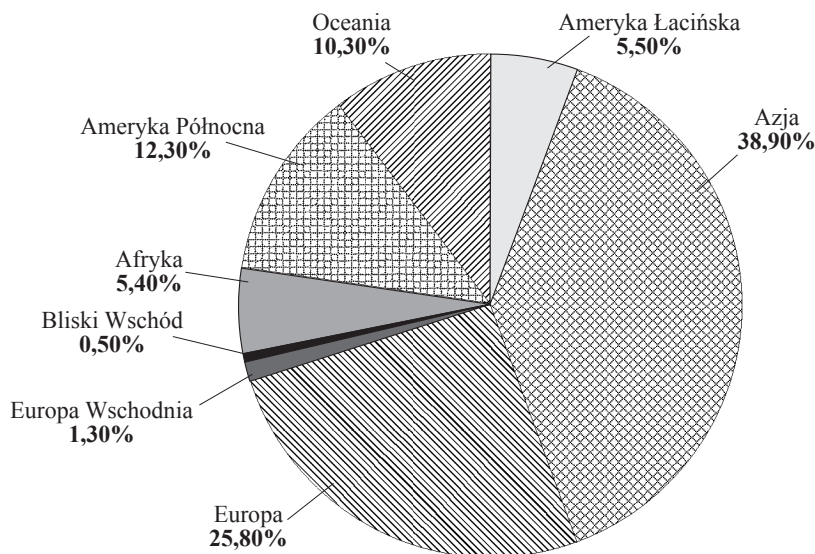
² Pierwszy raz postać *Astro Boy*'a ukazała się w mandze *Kapitan Atom* z 1951 r., wtedy był to jedynie bohater pomocniczy.

Wykres 1. Ilość podpisanych kontraktów według kraju



Źródło: The Association of Japanese Animation, *Anime Industry Report Summary*, 2016.

Wykres 2. Udział poszczególnych regionów w dystrybucji japońskich seriali animowanych



Źródło: The Association of Japanese Animation, *Anime Industry Report Summary*, 2016.

Rozpowszechnianie anime w USA

W latach 50 i 60 XX w. wciąż żywe były w pamięci narodu przeżycia wojenne. Atak z grudnia 1941 r. na *Pearl Harbor* i wspomnienia o wielkich ofiarach poniesionych w walkach na Pacyfiku. Japoński fenomen gospodarczy budził w ówczesnym społeczeństwie amerykańskim obawy nie mniejsze niż japońskie lotniskowce ćwierć wieku wcześniej. Można pokusić się o porównanie, ówczesnej sytuacji z rozwojem gospodarczym dzisiejszych Chin i obawami, jakie się z nim wiążą. Z początku określenie czegoś mianem japońszczyzny miało pejoratywne zabarwienie oznaczając wyrób marnej jakości. Z czasem sytuacja zaczęła się zmieniać. We wczesnych latach 50-tych japoński przemysł zaczął tracić początkową przewagę nad amerykańskim. Eksport przestał być opłacalny, gdyż koszty produkcji przedsiębiorców zrównały się z amerykańskimi lub nawet przewyższyły je. W odpowiedzi na nowe warunki, Japończycy zaczęli inwestować w gospodarkę, modernizując linie produkcyjne, racjonalizując struktury organizacyjne przedsiębiorstw, a także rozwijając nowe technologie (Ohno, 2006, s. 162–165). Poprawiała się jakość produktów. Konieczność ostrej konkurencji z tańszym, efektywniejszym rywalem, cieszącym się wydajnym wsparciem własnego rządu, nadwyrężała siły amerykańskich firm, budząc równocześnie lęk przed utratą zleceń, pracy, a nawet obcym kapitałem gotowym wykupić rodzime przedsiębiorstwa. W takich warunkach anime zaczęło z wolna przenikać na amerykański grunt (Pew Research Center, 2015).

Pierwszym anime wyemitowanym w amerykańskiej telewizji był wspomniany już *Astro Boy*, który zadebiutował na antenie NBC w 1963 r. (Leonard, 2005, s. 284). Produkcja odniosła sukces komercyjny zachęcając korporacje do zakupu kolejnych licencjonowanych seriali. Tak też w 1965 r. zapoznano widza z tytułem *Gigantor* oraz *Kimba the white Lion*, a w 1967 r. premierę miał *Speed Racer*. Wszystkie te tytuły zostały przyjęte dość entuzjastycznie, dzięki czemu coraz więcej anime mogło być emitowanych w Stanach Zjednoczonych. Początkowo nikt tych produkcji nie wiązał z Japonią. Japoński styl rysowania animacji, okazał się być bardzo uniwersalnym. Postacie pozbawione były azjatyckich rysów, tak samo tła typowych dla Azji akcentów. Wystarczyło dodać angielskie dialogi, zmodyfikować lekko fabułę poprzez np. zmianę nazw postaci i niskim kosztem otrzymywano prawdziwie amerykańską kreskówkę (Leonard, 2005, s. 285). Prawdopodobnie jest to klucz do sukcesu anime w jego pierwszej fazie przenikania do Stanów Zjednoczonych. Produkcje

pozbawione zostały obcych wpływów kulturowych, przez co były bardzo przystępne dla rodzimego widza, który dostawał coś nowego, ale i zarazem co dobrze znał. Był to produkt prawdziwie uniwersalny, gdyż wzór postępowania amerykańskich korporacji medialnych, mógł być skopiowany w każdym innym państwie świata. Jednak taki stan rzeczy nie mógł trwać wiecznie.

Omówione filmy przeznaczone były w całości dla dzieci. Produkcje dla najmłodszych na całym świecie charakteryzują się pewną dozą uniwersalności. Rodził się już jednak nowy segment rynku dedykowany odbiorcy starszemu. Młodzież oczekiwała bardziej ambitnych treści. Japońscy producenci dysponowali odpowiednim repertuarem, lecz pojawił się problem natury prawnej. W latach 70-tych w Stanach Zjednoczonych obowiązywało bardzo restrykcyjne ustawodawstwo wprowadzające cenzurę wobec treści prezentowanych w filmach przeznaczonych dla nieletnich. W Japonii brakowało analogicznych przepisów dlatego tamtejsze programy dla młodzieży przepelnione były przemocą, erotyką, czy wulgarnym językiem, np. *Go Nagai (Devilman)*. Nie były one w stanie sprostać amerykańskim wymaganiom. Kilka seriali zostało wyemitowanych na terenie Stanów Zjednoczonych, ale dopiero po przejściu głębokiej cenzury. Jednym z pierwszych było *Gatchaman – Battle of the Planets*, później znane jako *G-Force* z 1978 r. Usunięto z niego sceny przemocy, dodano nowe postacie oraz zmieniono fabułę (pierwotna akcja toczyła się na Ziemi, w edycji amerykańskiej wszystkie bitwy odbywały się w kosmosie lub na innych planetach) (McKevitt, 2010, s. 901). Ciężko określić kiedy dokładnie widzowie zaczęli zdawać sobie sprawę z tego, że pod znanymi i lubianymi przez nich serialami kryje się coś więcej. Najpewniej był to proces ewolucyjny. Rewolucja nastąpiła tuż po 1975 r., kiedy coraz popularniejsze stawały się magnetowidy (Betamax, VHS) (Cusumano, Mylonadis, Rosenbloom, 1992, s. 55, 62–63).

Anime zdobyło sobie grupę fanów, która z roku na rok powiększała się. To oni mieli zapoczątkować nieoficjalny obieg japońskiej animacji i przyczynić się do jej popularyzacji. W maju 1975 r. kilku fanów uczestniczących w spotkaniach popularnego wtedy *Los Angeles Science Fiction Society (LASFS)* postanowiło założyć własne stowarzyszenie, *Cartoon/Fantasy Organization (C/FO)*, które stało się pierwszym w Stanach Zjednoczonych klubem dedykowanym fanom anime (McKevitt, 2010, s. 906). Jego członkowie na comiesięcznych spotkaniach urządzali pokazy animowanych seriali z lat 60. XX w., jak i również nowszych produkcji także oryginalnych prosto z Japonii. W początkach C/FO nikt

w klubie nie znał języka japońskiego, oglądając japońskojęzyczne filmy publiczne snuto domysły, starając się odgadnąć o czym mogą rozmawiać bohaterowie i czego dotyczy fabuła. Amatorska działalność klubu była dobrze zorganizowana. Skrupulatnie pobierano składki, dysponowano własnym sprzętem audiowizualnym oraz organizowano coraz szerszą sieć podziemnej dystrybucji nowych programów (*Cartoon/Fantasy Organization*). C/FO szybko przestała być organizacją lokalną, zyskując członków i partnerów na terenie całych Stanów Zjednoczonych, a także poza nimi. C/FO *Rising Sun* było oddziałem terenowym stowarzyszenia mieszczącym się w bazie amerykańskiego lotnictwa w Misawie w Japonii. Nieoficjalny obieg anime mógł się narodzić tylko dzięki takim organizacją jak C/FO, jak i amerykańskiej obecności wojskowej na Wyspach Japońskich, skąd coraz częściej sprowadzano oryginalne produkcje. Rozpowszechnianie materiałów wideo z anime wymagało znacznego zaangażowania ze względu na czasochłonne i pracochłonne metody powielania materiałów źródłowych. Generowało także koszty związane z zakupem czystych kaset i systemów nagrywających, czy też koniecznością opłacenia przesyłek pocztowych. Panował handel wymienny między fanami SF w Japonii a anime w Stanach. Tym pierwszym dostarczano najnowsze odcinki popularnych seriali SF np. *Star Trek*, a oni odwiedzali się nagrywając i przysyłając nowe odcinki serii animowanych.

Społeczność fanów anime tzw. *otaku* nie jest jednorodna. Różnice uwidaczniają się głównie między kolejnymi pokoleniami. Każda z generacji poszukiwała innych treści w japońskich animacjach. Pierwsza wyrosła z bazy fanów SF, i tego też szukała w anime. Druga była w zasadzie podobna do pierwszej z tą różnicą, iż mogła ona czerpać z bogatych doświadczeń swoich poprzedników, jednocześnie przygotowując grunt pod trzecią generację, która pragnęła treści tajemniczych, interesowała się grami komputerowymi, a także zapoczątkowała rozwój stron internetowych poświęconych anime i mandze. Życie kulturalne tej subkultury przeniosło się ze świata realnego do wirtualnego, co spowodowało rozkład pierwotnych grup towarzyskich takich jak C/FO (Rutkowska, 2014, s. 9–12).

Wraz z pojawieniem się C/FO można przyjąć, iż oficjalnie rozpoczął się drugi obieg materiałów z anime. Od tej pory mamy do czynienia z dwoma odmiennymi kanałami dystrybucji japońskiej popkultury w Stanach Zjednoczonych. Komercyjny wciąż odbywał się za pomocą stacji telewizyjnych, a nieoficjalny powstał przy wydatnym współudziale oddanej społeczności fanów. Współistnienie obu grup było możliwe

dzięki temu, iż do lat 90. XX w. wielkie korporacje, czy to amerykańskie czy też japońskie, nie zwracały uwagi na rosnącą szarą strefę. Dopiero w późniejszych latach zaczęto z nią walczyć, jako przejawem piractwa intelektualnego (Leonard, 2005, s. 285–288).

W oficjalnej dystrybucji dopiero w 1979 r. pojawił się pierwszy tytuł przeznaczony w całości dla młodzieży. *Star Blazers* było amerykańską adaptacją japońskiej serii *Uchū Senka Yamato* (*Space Battleship Yamato*). Produkcja niepozbawiona była elementów przemocy, ukazywała osobiste tragedie bohaterów, sceny pogrzebów, a przede wszystkim opowiadała o toczącej się zagładzie ludzkości. Tytuł nie był wolny od cenzury, w ramach której usunięto niektóre sceny przemocy, picia alkoholu i wątków seksualnych oraz pozbyto się wulgarnego języka. Nie zmieniono ważnego elementu serialu obejmującego genezę statku, na którego pokładzie załoga podróżowała po wszechświecie. Był to ten sam pancernik *Yamato*, który wziął udział w walkach na Pacyfiku podczas II wojny światowej. Choć szersze znaczenie słowa *Yamato* oznaczające japońską ziemię, japoński naród i japońskiego ducha zostało zagubione w amerykańskiej edycji nie zanegowano samego faktu pochodzenia okrętu, choć zredukowano go jedynie do poziomu środka transportu. Do końca lat 80. XX w. amerykańscy producenci głęboko ingerowali w fabułę japońskich seriali animowanych, nie zawsze przez wzgląd na wymogi prawne. Szczytem takiej manipulacji była produkcja *Robotech* z 1985 r. wyprodukowana przez Carla Macek'a. Serial stworzono ze zmontowanych scen pochodzących z trzech niepowiązanych ze sobą japońskich serii. Fabuła została napisana na nowo, podobnie dialogi, różne produkcje powiązano ze sobą za pomocą zręcznego montażu. Zwiastunem końca podobnych praktyk była kinowa premiera w grudniu 1989 r. pełnometrażowego filmu animowanego *Akira* pierwszego wyświetlanego na terenie Stanów Zjednoczonych przeznaczonego wyłącznie dla widzów dorosłych. Lata 90. XX w. otworzyły nowy rozdział w popularyzacji japońskiej popkultury w świecie. Pojawienie się i upowszechnienie dostępu do internetu ułatwiło rozpowszechnianie filmów animowanych wprost z Japonii. W 1999 r. w kinach zadebiutował film Hayao Miyazaki'ego *Princess Mononoke* bardzo dobrze przyjęty przez widzów i krytyków, w trzy lata później produkcja tego samego reżysera *Spirited Away* otrzymała Oscara w kategorii filmów animowanych. W końcu, jeden z popularniejszych na świecie kanałów przeznaczonych dla dzieci i młodzieży, Cartoon Network umieściło w swojej ramówce, najpierw w 2005 r. serie *Naruto*, a rok później *Bleach*, jedne z najpopularniejszych w swoim czasie, zarówno w Japonii, jak i poza nią (Green, 2013).

Anime jako element soft power Japonii

Japonia jest idealnym podmiotem jeśli chodzi o badanie walorów miękkiej siły. Konstytucyjnie pozbawiona możliwości prowadzenia wojny i udziału w konfliktach zbrojnych dla osiągnięcia swoich celów narodowych musi w znacznie większym stopniu niż inne państwa polegać na sile ekonomicznej i narzędziach *soft power*. Jedną z najstarszych japońskich instytucji powołanych w tym celu było stworzone w 1923 r. *China Cultural Affairs Bureau* (Biuro ds. stosunków kulturowych z Chinami) (Peng, 2010, s. 353). Ironią losu jest, iż działalność mająca doprowadzić do zdobycia serc i umysłów Chińczyków była finansowana z japońskiej części chińskiego odszkodowania za powstanie bokserów. Można po wątpiewać w szczerość intencji japońskiej polityki kulturalnej lat 20.–30. XX w. Prawdziwa budowa potencjału miękkiej siły, praktycznie od zera, nastąpiła dopiero po II wojnie światowej i to też nie zaraz po jej zakończeniu. W nową epokę Japończycy wchodzili z dużym deficytem zaufania zwłaszcza wśród narodów Azji. Nierozliczenie się z wojennej przeszłości, w szczególności popełnianych na masową skalę zbrodni wojennych, oraz także powojenne działania związane z odbudową gospodarczą kraju takie jak protekcyjność handlowy, często nieuczciwa konkurencja ze strony japońskich przedsiębiorstw nie przyczyniały się do kreowania pozytywnego wizerunku Japonii w świecie. Powoli zauważając te niedociągnięcia swojej polityki zagranicznej Japończycy postanowili dla polepszenia relacji z sąsiadami powołać w 1972 r. *Japan Foundation* (Fundację Japońską), zajmującą się przekazywaniem funduszy na rozwój, wysyłaniem za granicę wolontariuszy oraz organizowaniem wymiany studenckiej i kursów języka japońskiego (Peng, 2010, s. 355). Japonia jest obecnie jednym z ważniejszych krajów darczyńców pomocy dla krajów rozwijających się³. W 1974 r. podczas objazdu premiera Tanaki Kakuei po państwach Azji Południowo-Wschodniej doszło do dużych zamieszek antyjapońskich w stolicach Indonezji i Tajlandii. Politycy na własnej skórze przekonali się jak źle Japończycy są postrzegani w państwach stanowiących przeciw ich bliską zagranicę. Wyciągając wnioski z wydarzeń roku 1974 w Manili podczas spotkania państw ASEAN w 1977 r., ówczesny premier Japonii Takedo Fukuda przedstawił zasady japońskiej polityki zagranicznej, które przeszły do historii pod nazwą doktryny Fukudy (Pressetto,

³ W 2013 r. budżet przeznaczony na ten cel wyniósł 6,796 mld dolarów amerykańskich, a w 2014 r. 5,672 mld dolarów (Ministry of Foreign Affairs, *Japan's Official Development Assistance White Paper*).

2014, s. 2). Zaprezentowane środki polegały na pozyskiwaniu przychylności państw ASEAN poprzez kreowanie pozytywnej polityki ze strony Tokio. Japoński premier wyrzekł się wojny jako narzędzia prowadzenia polityki zagranicznej oraz dał dobitnie do zrozumienia, iż odtąd Tokio będzie kładło ogromny nacisk na działania oparte na wzajemności, równości i zaufaniu. Mimo, iż sama Japonia nie miała dobrej prasy, to nie dało się nie zauważyć, iż wpływ kultury japońskiej na społeczeństwa azjatyckie, a także na resztę świata rósł. Popularność zyskiwała architektura, teatr, kulinaria, moda, gry, czy też nowoczesne wytwory japońskiego przemysłu elektronicznego. Odmienność japońskiej cywilizacji w połączeniu z rozgłosem, jaki nadał jej dynamiczny rozwój gospodarczy budziło na Zachodzie ciekawość, zwłaszcza w czasach kiedy Chiny odwróciły się od swojego dziedzictwa, pozostając wciąż krajem zamkniętym. W Azji działał podobny mechanizm co na zachodzie, ale tam żywa była wciąż pamięć o japońskiej obecności z czasów przed i w trakcie II wojny światowej. Choć w większości niekorzystny, to jednak pozostawił po sobie pewne zwyczaje, które mimo odejścia Japończyków wciąż kultywowano.

W Niebieskiej Księdze z 2006 r. wydanej przez japońskie Ministerstwo Spraw Zagranicznych po raz pierwszy odnotowano fenomen, jakim jest wzrastająca popularność rodzimej popkultury określony w tekście mianem „*Cool Japan*” (Ministry of Foreign Affairs, 2006). Premier Taro Aso podczas swojego przemówienia do parlamentu w styczniu 2007 r. ogłosił, iż kultura popularna będzie wykorzystywana jako narzędzie dyplomatyczne (Ministry of Foreign Affairs, 2007). Japończycy zrealizowali swoje zapowiedzi w charakterystyczny dla siebie sposób, powołując w 2009 r. instytucję znaną pod nazwą „*Cute Ambassadors*” (Śłodkich Ambasadek) (Prough, 2010, s. 55). Mianowane nimi zostały trzy młode dziewczyny, które zatrudniono w ministerstwie, aby podróżowały po świecie, odwiedzając międzynarodowe popkulturowe imprezy, na których miały promować japońską kulturę. Wyznacznikami popularności japońskiej kultury masowej są takie postacie jak *Doraemon*, *Hello Kitty*, *Pokemony*, *Godzilla*, *Astro Boy* czy *Ultraman*, rozpoznawalne na całym świecie. Siłę oddziaływania anime wykorzystywano również w sytuacjach niekonwencjonalnych np. podczas japońskiej misji wojskowej w Iraku. Na cysternach dostarczających miejscowej ludności wodę wymalowano postać bardzo znanej na Bliskim Wschodzie kreskówki *Capitan Majed*, którą wyświetlano także w Polsce pod tytułem *Kapitan Tsubasa* lub *Kapitan Jastrząb* (Okazaki, 2005). Wymienione w tekście postacie pojawi-

ły się także w filmie promującym Letnie Igrzyska Olimpijskie w Tokio w 2020 r. (*Tokyo 2020 Preview*, youtube.com, 21.09.2017).

Podsumowanie

Japońska dyplomacja potrafiła w porę wykorzystać nadarzącą się okazję do zastosowania nowego narzędzia budowy potencjału *soft power*, jakim okazała się być popkultura. Popularność anime wraz ze związaną z nią subkulturą ewoluowała na przestrzeni dziesiątków lat. Ewolucja ta odbywała się bez żadnego oficjalnego wsparcia japońskiego państwa. Jej motorem często bywały osoby prywatne, fani, którzy na własny użytek w nieoficjalny sposób rozpowszechniali ten element kultury, nie zdając sobie nawet sprawy z tego jak bardzo w ten sposób przyczyniają się do szerzenia pozytywnego wizerunku Kraju Wschodzącego Słońca. Kultura popularna Japonii stała się narzędziem dyplomatycznym, którego rozwój nie pochłonął żadnych (lub w znikomym stopniu) państwowych funduszy, wręcz zaczął przynosić spory dochód. Pozytywne oddziaływanie anime zaznaczyło się nie tylko w krajach Zachodu, ale także bardzo silnie w państwach Azjatyckich, na których relacje z Japonią wpływa ciężki bagaż doświadczeń historycznych (Yoshitaka, 2011, s. 32). Obecnie jednym z większych zagrożeń dla tego narzędzia dyplomacji publicznej może być outsourcing produkcji filmów animowanych do innych krajów azjatyckich. Coraz częściej można spotkać koreańskie lub chińskie kreskówki udające anime. Na razie jeszcze są gorsze jakościowo od oryginałów, ale odnotowuje się tendencję wzrostową. Japonia ma jedną dużą przewagę nad rywalami, eksportuje nie tylko filmy, ale także całą złożoną strukturę kulturalną. Oprócz anime jest też cosplay, manga, gry komputerowe, muzyka i wiele innych powiązanych produktów czy przejawów nowoczesnej kultury. Anime jeszcze długo pozostanie ważnym elementem *soft power* Japonii.

Bibliografia

- Cartoon/Fantasy Organization, http://c_fo.tripod.com/bylaws.html, 13.07.2017.
- Cusumano M., Mylonadis Y., Rosenbloom R. (1992), *Strategic Maneuvering and Mass-Market Dynamics: The Triumph of VHS over Beta*, „The Business History Review”, vol. 66, nr 1, Spring, http://sjbae.pbworks.com/w/file/fetch/41532670/cusumano_mylonadis_rosenbloom_1992.pdf, 21.09.2017.

- Daisuke M. (2002), *Before anime: animation and the Pure Film Movement*, „Japan Forum”, nr 14(2).
- Green S. (2013), *Overseas Sales Help Make „Naruto” Tv Tokyo’s Top Earner for 2013*, <http://www.crunchyroll.com/anime-news/2013/06/03-1/overseas-sales-help-maker-naruto-tv-tokyos-top-earner-for-2013>, 21.09.2017.
- Leonard S. (2005), *Progress against the law. Anime and fanfom, wiht the key to the globalization of culture*, „International Journal of Cultural Studies”, SAGE, London.
- McKevitt A. G. (2010), *You Are Not Alone! Anime and the Globalizing of America*, „Diplomatic History”, vol. 34, nr 5.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2006), *Diplomacy Bluebook 2006*, <http://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/index.html>, 13.07.2017.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2007), *Policy speech by Minister for Foreign Affairs, Taro Aso to the 166th session of the Diet, 26 January 2007*, <http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0701.html>, 13.07.2017.
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2014), *Japan’s Official Development Assistance White Paper 2014*, http://www.mofa.go.jp/policy/oda/page_000017.html, 13.07.2017.
- Ohno K. (2006), *The Economic Development of Japan*, GRIPS Development Forum, Tokyo, <http://www.grips.ac.jp/forum/pdf06/EDJ.pdf>, 21.09.2017.
- Ney J. S. (2007), *Soft Power – Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Okazaki S. (2005), *A Japanese Comic Hero Cheers Iraqi Children*, „Japan Now”, vol. 1, nr 8, 1 December, http://www.us.emb-japan.go.jp/jicc/japan-now/EJN_no8.html, 13.07.2017.
- Peng E. L. (2007), *Japan’s Quest for „Soft Power”. Attraction and Limitation*, „East Asia” nr 24.
- Pew Research Center (2015), *Americans, Japanese: Mutual Respect 70 Years After the End of WWII*, <http://www.pewglobal.org/2015/04/07/americans-japanese-mutual-respect-70-years-after-the-end-of-wwii/>, 22.09.2017.
- Pressello A. (2014), *Japanese diplomacy during the Cambodian peace process and Japan’s post-Cold War role in Southeast Asia: The legacy of the Fukuda Doctrine, 1989–1993*, „Japan Forum”, vol. 26, nr 1.
- Prough J. (2010), *Marketing Japan: Manga as Japan’s New Ambassador*, „ASIA Network Exchange”, vol. XVII, nr 2 Spring.
- Rutkowska M. (2014), *Polska subkultura otaku wobec źródeł japońskich*, „Załącznik Kulturoznawczy 1, Muzeum Historii Polski”, http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Zalacznik_Kulturoznawczy/Zalacznik_Kulturoznawczy-r2014-t1/Zalacznik_Kulturoznawczy-r2014-t1-s9-25/Zalacznik_Kulturoznawczy-r2014-t1-s9-25.pdf, 21.09.2017.
- The Association of Japanese Animation (2016), *Anime Industry Report Summary*, red. H. Masuda, M. Hasegawa, <http://aja.gr.jp/english/japan-anime-data>, 13.07.2017.

Tokyo 2020 Preview – Rio 2016 Closing Ceremony, YouTube, 21.08.2016, <https://www.youtube.com/watch?v=kh3CQ0rifhI&t=177s>, 21.09.2017.

Yoshitaka M. (2011), *The Pitfall Facing the Cool Japan Project: The Transnational Development of the Anime Industry under the Condition of Post-Fordism*, „International Journal of Japanese Sociology”, nr 20.

Post truth and fake news or content and sources of information verification?

Summary

Nothing so much represents the idea of soft power as Japan's export of pop culture represented in particular by the popularity of the anime. This product has developed free from influence of the authorities, effectively capturing the hearts and minds of fans. Finally realizing the potential of popular culture, the Japanese state decided to use it in diplomacy. Fate has given the Japanese an unusual gift that properly nurtured can be used to help them achieve their political goals in world politics.

Key words: anime, *soft power*, diplomacy, Japan

Informacja o autorze

Wojciech Krzysztof Zieliński [w.zielinski60@gmail.com] – absolwent Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu na kierunku stosunki międzynarodowe, stypendysta National Taipei University in Taiwan, doktorant, specjalizuje się w zagadnieniach polityki państw Azji Wschodniej, zwłaszcza kwestii tajwańskiej.