

الهوية الثقافية والسياسة الخارجية: تأثير المانغا والأنمي

في تعزيز مكانة اليابان العالمية

م.د علي غسان سامي

الجامعة العراقية-رئاسة الجامعة-قسم التسجيل وشؤون الطلبة العام

ali.gh.sami@aliraqia.edu.iq

<https://doi.org/10.61884/hjs.v1i55.621>

ملخص :

في ظل تصاعد دور القوة الناعمة في العلاقات الدولية، باتت الثقافة الشعبية أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها الدول لتعزيز حضورها الخارجي وتحسين صورتها في النظام الدولي، وفي هذا السياق، تبرز اليابان بوصفها إنموذجا فريدا في توظيف عناصر هويتها الثقافية، لا سيما المانغا والأنمي فهما يمثلان وسائل دبلوماسية غير تقليدية تُسهم في ترسيخ مكانة اليابان العالمية وتحقيق أهدافها الإستراتيجية. إذ يتناول هذا البحث الكيفية التي تحولت بها المانغا والأنمي من منتجات فنية محلية إلى أدوات مؤثرة في السياسة الخارجية اليابانية، وذلك عبر تحليل الأبعاد الثقافية والسياسية لهذه الظاهرة، ورصد السياسات الحكومية والمؤسسات الرسمية التي تبنت دعمها ضمن إطار "القوة الناعمة".

الكلمات المفتاحية: الهوية الثقافية، السياسة الخارجية اليابانية، المانغا، الأنمي، مكانة اليابان

Cultural Identity and Foreign Policy: The Impact of Manga and Anime in Enhancing Japan's Global Standing

Lecturer Dr. Ali Ghassan Sami

Al-Iraqia University – University Presidency – Department of
Registration and General Student Affairs

Email: ali.gh.sami@aliraqia.edu.iq

ABSTRACT

In the context of the growing importance of soft power in international relations, popular culture has become one of the key instruments through which states enhance their external presence and improve their image within the global system. Japan, in particular, stands out as a unique model for employing elements of its cultural identity—especially manga and anime—as unconventional diplomatic tools that contribute to reinforcing its global position and achieving strategic objectives.

This study examines how manga and anime evolved from domestic artistic expressions into influential tools of Japan's foreign policy.

KEYWORDS: Cultural Identity, Japanese Foreign Policy, Manga, Anime, Japan's Global Standing.

المقدمة:

تُعد الهوية الثقافية أحد أبرز الأبعاد التي تؤثر في تشكيل وصياغة السياسة الخارجية للدول، إذ لم تعد العلاقات الدولية تُبنى فقط على المصالح السياسية والاقتصادية والأمنية، بل أصبحت القيم الثقافية والرموز الحضارية تلعب دوراً محورياً في تشكيل صورة الدولة وتأثيرها الخارجي، إذ شهد العالم في العقود الأخيرة صعوداً ملحوظاً لما يُعرف بـ«القوة الناعمة»، والتي تقوم على القدرة في التأثير والإقناع وذلك عبر الجاذبية الثقافية، بدلاً من أدوات القوة الصلبة التقليدية.

وفي هذا السياق، تمكّنت اليابان من تقديم نموذج مميز عبر توظيف عناصر ثقافتها الشعبية – وعلى رأسها المانغا (القصص المصورة اليابانية) والأنمي (الرسوم المتحركة اليابانية) – بوصفهما وسائل فعّالة لتعزيز مكانتها الإقليمية والدولية، عبر بناء صورة ذهنية إيجابية عنها في أوساط الشعوب الأخرى، لا سيما فئة الشباب. إذ تحولت المانغا والأنمي من منتجات فنية محلية إلى أدوات دبلوماسية وثقافية مؤثرة.

أولاً: أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحليل الصلة بين الهوية الثقافية والسياسة الخارجية في السياق الياباني، إضافةً إلى استعراض تطور المانغا والأنمي بوصفهما أداتين للانتشار الثقافي والدبلوماسي، وتقييم أثرهما في تشكيل التصورات العالمية حول اليابان. ثانياً: أهمية الدراسة: أما على صعيد أهمية الدراسة، تكمن في أنه يُسلّط الضوء على أحد أكثر الأمثلة المعاصرة وضوحاً لتوظيف الثقافة الشعبية في العلاقات الدولية، ويوفر إطاراً لفهم كيف يمكن للهوية الثقافية أن تتحول من بعد داخلي إلى أداة سياسية خارجية فاعلة.

ثالثاً: أشكالية الدراسة: إذ تتمثل إشكالية الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: إلى أي مدى ساهمت المانغا والأنمي بوصفهما منتجين ثقافيين شعبيين في تعزيز القوة الناعمة اليابانية، وكيف انعكس ذلك على سياسة اليابان الخارجية ومكانتها في النظام الدولي؟، ويتفرع من هذا السؤال سؤالين فرعيين يشكلان محور هذه الدراسة وهما كالآتي:-

– كيف تتشكل الصورة الدولية لليابان عبر الثقافة الشعبية؟

– ما دور الهوية الثقافية في تشكيل توجهات السياسة الخارجية اليابانية؟

رابعاً: فرضية الدراسة: تفترض هذه الدراسة إلى أن المانغا والأنمي بوصفهما تعبيرين عن الهوية الثقافية اليابانية، يمثلان أدوات فعالة في تعزيز القوة الناعمة اليابانية، وأن توظيفهما المنهجي من صانعي القرار ساهم في تحسين صورة اليابان عالمياً، فضلاً عن إسناد أهدافها الدبلوماسية والسياسية الخارجية.

خامساً: منهجية الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك عبر وصف وتحليل العلاقة بين الهوية الثقافية والسياسة الخارجية اليابانية، مع التركيز على المانغا والأنمي بوصفهما أدوات ثقافية.

سادساً: هيكلية الدراسة: تنتظم هذه الدراسة التي تحمل عنوان " الهوية الثقافية والسياسة الخارجية: تأثير المانغا والأنمي في تعزيز مكانة اليابان العالمية " إلى مبحثين، يذهب الأول منها في البحث عن تشكيل الصورة الدولية لليابان عبر الهوية الثقافية، في حين يعالج الثاني الهوية الثقافية ودورها في السياسة الخارجية اليابانية.

المبحث الأول

تشكيل الصورة الدولية لليابان عبر الهوية الثقافية

تملك الهوية الثقافية اليابانية، بجذورها العميقة في القيم الآسيوية والتقاليد المحلية دوراً مهماً في توجيه سياستها الخارجية نحو السلم، التنمية، والتعاون الدولي، ورغم التحديات، نجحت اليابان في بناء سياسة خارجية متميزة تستند إلى مزيج من القيم الثقافية والسياسات الواقعية، وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا المبحث الذي يحمل عنوان تشكيل الصورة الدولية لليابان عبر الهوية الثقافية إلى مطلبين، يبحث الأول منها عن مفهوم الهوية الثقافية وعلاقتها بالسياسة الخارجية، في حين يعالج الثاني تطور الدور الثقافي لليابان بعد الحرب العالمية الثانية.

- المطلب الأول: مفهوم الهوية الثقافية وعلاقتها بالسياسة الخارجية

في البدء يُقصد بالهوية الثقافية: هي منظومة من القيم، والمعتقدات، والموروثات التاريخية، والعادات، والرموز، واللغة، التي تميز شعباً أو أمة معينة عن غيرها، وتشكل إدراكها لذاتها وللآخر^(١)، لكن حين ننظر إلى الهوية الثقافية من منظور السياسة الخارجية، فإننا لا نتعامل معها بوصفها مجرد عناصر رمزية، بل ك أداة إستراتيجية لصياغة أولويات السياسة الخارجية، وتحديد تموضع الدولة في النظام الدولي، وبناء تصوراتها عن الأصدقاء والخصوم، وصولاً إلى التأثير على تشكيل التحالفات، ودعم الشرعية السياسية داخلياً وخارجياً، أي بعبارة أخرى الهوية الثقافية تصبح عنصراً فاعلاً في تشكيل الإدراك السياسي للدولة، أي كيف ترى نفسها في

تعد الهوية بأنها ليست مجرد معطى ثابت، بل هي بناء اجتماعي يتشكل عبر التفاعل مع الآخرين

العالم، وكيف تريد أن يراها الآخرون، وكيف تتصرف بناءً على هذا التصور^(٢) ولا شك أن هناك عدة مدارس فكرية حاولت تفسير دور الهوية الثقافية في السياسة الخارجية، منها: المدرسة البنائية (Constructivism): إذ تعد الهوية بأنها ليست مجرد معطى ثابت، بل هي بناء اجتماعي يتشكل عبر التفاعل مع الآخرين، وعلى أساس هذا المنطلق فإن السياسة الخارجية لا تُبنى فقط على المصالح المادية، بل أيضاً على الرموز، والمعتقدات، والانتماءات الثقافية، فمثلاً نظرة روسيا لنفسها بوصفها وريثة للحضارة الأرثوذكسية تؤثر

(1) Eleftherios Klerides, National Cultural Identities, Discourse Analysis and Comparative Education, (University of Cyprus: 2009), pp1238-1245.

(٢) علي مفتاح على الشاوش، تشكيل السياسة الخارجية: الكشف عن تأثير الثقافة والهوية الوطنية، (المجلة الأفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الانسانية والاجتماعية، ليبيا، جامعة بني وليد، المجلد ٢، العدد ٤: ٢٠٢٣)، ص ٢٤٢.

في سياستها تجاه أوكرانيا والغرب، فهي ليست مجرد بعد رمزي، بل تُترجم إلى أفعال سياسية وإستراتيجية حقيقية، تبرر عبر تدخلاتها، وتوجه تحالفاتها، وتصوغ ردود أفعالها تجاه الغرب، إذ إن هذه الهوية تُستثمر بوصفها أداة قومية ودينية وتاريخية، تمنح السياسة الخارجية الروسية بعداً عميقاً يتجاوز المصالح المادية إلى صراع حضارات وهويات^(١).

ومن المدارس التي حاولت تفسير دور الهوية الثقافية في السياسة الخارجية المدرسة الواقعية (Realism)، إذ تُركز على القوة والمصلحة، لكنها لا تنفي كلاً دور الهوية، لا سيما حين تتحول الهوية إلى أداة لتعبئة الدعم الشعبي أو تبرير سلوك سياسي خارجي^(٢)، في حين النظرية النقدية وما بعد الاستعمار تؤكد أن الهوية الثقافية هي نتاج تجارب تاريخية مع الاستعمار أو التبعية؛ مما يجعلها تلعب دوراً في تشكيل السياسات المناهضة للهيمنة الغربية^(٣).

وفي السياق ذاته تؤثر الهوية الثقافية في السياسة الخارجية في عدة جوانب لعل أبرزها تكمن في الآتي^(٤):-

أولاً: تحديد الأهداف الإستراتيجية للدولة: فالهوية تحدد ما تجعله الدولة مهماً: مثل الدول التي تجعل من حماية الدين أو اللغة أو العرق أساساً لسياستها الخارجية كالحال مع كل من إيران، السعودية، إسرائيل، وفرنسا، في حين أن هناك دول تبني سياساتها على حماية التراث القومي أو القيم الإنسانية المشتركة.

ثانياً: بناء تحالفات سياسية وثقافية: فالدول تسعى إلى بناء علاقات مع دول تشاركها الهوية أو تقترب منها، مثال على ذلك منظمة دول التعاون الإسلامي، جامعة الدول العربية، تحالفات الدول الناطقة بالإسبانية وغيرها.

ثالثاً: استخدام الهوية بوصفها أداة للقوة الناعمة: وذلك عبر تصدير الثقافة (السينما، اللغة، الإعلام، التعليم)، كما هو الحال مع تركيا عبر المسلسلات التاريخية العثمانية، والصين عبر «معاهد كونفوشيوس»، وفرنسا عبر نشر اللغة والثقافة على سبيل المثال لا الحصر.

رابعاً: مواجهة التهديدات الهويةية: فمثلاً بعض الدول تبني سياستها الخارجية للدفاع عن

(1) Hossein Karimifard, Constructivism, National Identity and Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran, (Asian Social Science, Islamic Azad University: 2012), pp239-240.

(2) S T E F A N O G U Z Z I N I , The Enduring Dilemmas of Realism in International Relations, Journal of International Relations, (Danish Institute for International Studies and Uppsala University, Vol: 10: 2004), pp537-544.

(3) Saman Abdulqadir Dizayi, Locating Identity Crisis in Postcolonial Theory: Fanon And Said, (Journal of Advanced Research in Social Sciences, Lithuania: 2019), pp85-86.

(٤) علي مفتاح على الشاوش، مصدر سبق ذكره، ص ص٢٣٩-٢٤٠.

هويتها من التهديدات الخارجية مثل تهديدات التغريب، أو التطرف، أو محو الثقافة، كالحال مع إيران التي تبرر تدخلاتها الإقليمية على أساس حماية توجهاتها الدينية ومقاومة الاستكبار. خامساً: إعادة إنتاج الهوية عبر التفاعل الدولي: إذ إن الانخراط في العلاقات الدولية يُعيد تشكيل تصور الدولة لنفسها، فالسياسات الخارجية قد تعزز أو تضعف الهوية الثقافية للدولة عبر التأثير بالعولمة أو الاحتكاك الحضاري.

ولا شك أن هناك جملة من التحديات في العلاقة بين الهوية الثقافية والسياسة الخارجية تتمثل في الازدواجية بين الهوية والمصلحة، فأحياناً تصطدم الهوية بالقيم البراغماتية أو بالمصالح الاقتصادية والسياسية، فضلاً عن وجود تهديدات من الداخل فمثلاً تعدد الهويات

داخل الدولة الواحدة قد يُربك صانع القرار الخارجي كالحال مع العراق، لبنان، أفغانستان، ناهيك عن العولمة والتداخل الثقافي: فمع تنامي التأثيرات الخارجية قد تضعف الهوية الوطنية ويزيد من تبعية الدولة في علاقاتها الخارجية، والأهم من ذلك تسييس الهوية بشكل عدواني، إذ إن بعض الدول قد تستخدم الهوية الثقافية لتبرير تدخلات خارجية عدوانية أو خلق نزاعات، لكن على الرغم من هذه التحديات فإن دمج القيم الثقافية في عملية صنع القرار السياسي الخارجي يوفر

هناك جملة من التحديات في العلاقة بين الهوية الثقافية والسياسة الخارجية تتمثل في الازدواجية بين الهوية والمصلحة، فأحياناً تصطدم الهوية بالقيم البراغماتية أو بالمصالح الاقتصادية والسياسية

أيضاً فرصاً للتنمية، منها تعزيز التفاهم المتبادل عبر مراعاة القيم الثقافية، إذ يمكن لواضعي السياسات تعزيز التفاهم المتبادل والعلاقات الدبلوماسية، وأيضاً فيما يخص التأثير على المعايير الدولية يساعد الدول على استخدام قيمها الثقافية للتأثير على القواعد والمعايير الدولية وتشكيل النظام الدولي بما يتواءم مع قيمها ومصالحها.^(١)

لذا تعد الهوية الثقافية من منظور السياسة الخارجية ليست مجرد خلفية رمزية أو خصوصية حضارية، بل هي فاعل حقيقي في توجيه سلوك الدولة، سواء عبر صياغة الأهداف، أو بناء التحالفات، أو مواجهة التهديدات، أو حتى استخدام القوة الناعمة، ففي عالم متعدد الأقطاب ومتسارع من حيث المتغيرات، يبقى فهم الديناميكيات الهوياتية ضرورياً لبلوغ سياسة خارجية متوازنة، مرنة، وذات بعد إستراتيجي أعمق.

(١) المصدر نفسه، ص ٢٤١.

المطلب الثاني: تطور الدور الثقافي لليابان بعد الحرب العالمية الثانية

بعد هزيمة اليابان واستسلامها في أغسطس من عام ١٩٤٥، فرض الحلفاء بقيادة الولايات المتحدة احتلالاً مباشراً، كان هدفه إعادة بناء اليابان لتصبح نموذجاً لدولة ديمقراطية وسلمية، إذ شملت الإصلاحات إعادة كتابة الدستور (دستور ١٩٤٧)، حل الجيش، وتمكين المرأة، وتحجيم دور الإمبراطور، فضلاً عن أنه فرضت سلطات الاحتلال رقابة على الأدب والمسرح والإعلام لمنع الترويج للقومية أو العسكرية، وتم الترويج على أثرها لقيم مثل السلام، والديمقراطية، وحقوق الإنسان، مما أثر في الإنتاج الثقافي^(١)، وكما مبين في الجدول ١.

ولا شك أن الكتاب تطرقوا إلى الآثار التي خلفتها الحرب بما فيها الصدمة النفسية والدمار، فظهرت موضوعات مثل الهزيمة، فقدان الهوية، والقلق الوجودي، وأبرز هؤلاء الكتاب هم كل من: أوسامو دازاي الذي ناقش الانهيار الأخلاقي في روايته سقوط الإنسان (Ningen Shikkaku)، والكاتب يوكيو ميشيما الذي بدأ مسيرته في هذا الوقت، وبرز بطرحه لقضايا التقاليد والحداثة^(٢).

ومع حقبة التعافي الاقتصادي إلى النهضة الثقافية (١٩٥٠-١٩٧٠) ازدهر الاقتصاد الياباني وتوسعت الطبقة الوسطى، وبدأ الناس يستهلكون المنتجات الثقافية بكثافة، لا سيما الترفيهية منها، ونشأت مجلات ثقافية، أفلام، وإذاعات، كما بدأت السينما والتلفاز تحتل مكانة رئيسة في تشكيل الذوق العام، إذ يعد تيزوكا أوسامو أول من أطلق المانغا الحديثة بأسلوب سينمائي مثل Astro Boy^(٣)، مما شكّل حجر الأساس لثقافة الأنمي، في حين ثقافة المانغا بدأت تنتشر بين مختلف الأعمار، وتغطي موضوعات متنوعة: من الحرب، إلى الحب، إلى الخيال العلمي، أما على صعيد السينما أصبحت أداة ثقافية لتصدير صورة اليابان الجديدة فمن أبرز من وضع الحجر الأساس للسينما اليابانية هم كل من أكيرا كوروساوا الذي اشتهر عالمياً بأفلام مثل راشومون والساموراي السبعة، وكنجي ميزوغوتشي ويوزو أوزو الذين قدّموا رؤى اجتماعية

(1) Sakamoto Yoshikazu, The International Context of the Occupation of Japan, Democratizing Japan: The Allied Occupation, edited by: Robert E. Ward & Sakamoto Yoshikazu, (University of Hawaii press Honolulu: 2019), pp46-53.

(2) John W. Dower, Embracing defeat: Japan in the Wake of World War II, USA, 1999, pp60-61.

(3) ناكانو هارويوكي، من أوساكا إلى العالم: كيف بدأت المانغا اليابانية صعودها الصاروخي؟، اليابان، ٢٠٢٥، ص ٤-١٠.

وإنسانية عن المجتمع الياباني، إذ فازت الأفلام اليابانية على أثرها بجوائز في مهرجانات مثل كان وبرلين وفينيسيا، أما على صعيد التعليم والثقافة الأكاديمية: أُعيد تنظيم النظام التعليمي وفقاً للنموذج الأمريكي، مما شجّع على البحث، التفكير النقدي، وتدريس الأدب والفنون الحديثة، إذ أصبحت الجامعات مراكز مهمة في إنتاج النخبة الثقافية الجديدة^(١).

وفي عقدي الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي أصبحت اليابان من أوائل الدول التي استخدمت الثقافة الشعبية بوصفها أداة دبلوماسية، كما هو الحال مع المانغا والأنمي: مثل Dragon Ball، Sailor Moon، و Pokémon والتي اجتاحت بدورها الأسواق العالمية، فضلاً عن ألعاب الفيديو: نينتندو وسوني أطلقتا شخصيات مثل ماريو، التي أصبحت رموزاً عالمية؛ لذا أضحت الثقافة اليابانية مؤثرة في حياة الشباب حول العالم دون تدخل سياسي مباشر^(٢).

كما برزت اليابان بوصفها مركز للفن الحديث، الأزياء، والتصميم الصناعي، وأضحت على أثرها معارض طوكيو وجهة عالمية، وبرز مصممون مثل إيسبي مياكي ويوجي ياماموتو الذين ابتكروا أساليب فريدة تميز بين الشرق والغرب، ولا شك أن للموسيقى والفنون الأدائية بروز واضح في تلك المدة فظهور J-Pop بوصفها موسيقى شبابية عصرية، وتأسيس فرق مثل X Japan، التي جمعت بين الروك والغموض الشرقي، ناهيك عن استمرار فنون الأداء التقليدية (الكابوكي، النو) ولكن مع طابع حديث^(٣).

شهدت اليابان تطوراً في ثقافة الشوارع، الفنون المستقلة، وثقافة المقهى، فمناطق مثل هاراجوكو (طوكيو) أصبحت مراكز للموضة والثقافات الفرعية، مثل لولي أو كاواي

أما في حقبة الالفية الجديدة وصولاً إلى وقتنا الراهن أطلقت الحكومة اليابانية في عام ٢٠٠٢ مبادرة تحت مسمى كول اليابان (Cool Japan)، وذلك من أجل الترويج للثقافة اليابانية في العالم (كما مبين في الجدول ٢)، إذ بدأت المبادرة بشكل غير رسمي في أوائل العقد الأول من

(1) Nakano Haruyuki, Anime or Manga? Examining the Different Hit Formulas in Japan and Abroad, (Japan: 2025), pp5-9.

(2) Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, (Japan: 2019), pp300-301.

(٣) هبة الجبني، الثقافة اليابانية، وثيقة متاحة على شبكة المعلومات الدولية الانترنت، الرابط:

https://fliphtml5.com/yzqzq/fozq/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D9%87%D8%A8%D9%87_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%87%D9%86%D9%8A/ 2023، ص 3-14.

الألفية بوصفها مصطلح إعلامي وثقافي يُشير إلى جاذبية الثقافة اليابانية المعاصرة مثل الأنمي، المانغا، الأزياء، والموسيقى، في حين إن الاعتراف الرسمي الحكومي بالمبادرة بوصفها سياسة ثقافية عامة بدأ فعلياً في عام ٢٠١٠، عندما تبنت الحكومة اليابانية «كول اليابان» بوصفها جزء من إستراتيجيتها القومية لتعزيز القوة الناعمة، وفي عام ٢٠١٣، تم تأسيس صندوق كول اليابان (Cool Japan Fund Inc.) بوصفها مؤسسة استثمارية رسمية بتمويل مشترك بين الدولة (وزارة التجارة والاقتصاد والصناعة) فضلاً عن القطاع الخاص لدعم المشاريع الثقافية خارج اليابان، وبفضل الإنترنت ومنصات البث (مثل نتفليكس)، أصبح الأنمي واحداً من أبرز صادرات اليابان الثقافية، فأعمال مثل Attack on Titan و Demon Slayer جذبت جماهير عالمية^(١).

تحولت اليابان من دولة مهزومة ثقافياً بعد الحرب العالمية الثانية إلى واحدة من أقوى الدول تأثيراً في الثقافة العالمية الحديثة، إذ لعبت الثقافة دوراً محورياً في إعادة بناء صورة اليابان وتأكيد مكانتها بوصفها قوة ناعمة عالمية

شهدت اليابان تطوراً في ثقافة الشوارع، الفنون المستقلة، وثقافة المقهى، فمناطق مثل هاراجوكو (طوكيو) أصبحت مراكز للموضة والثقافات الفرعية، مثل لولي أو كاواي، وفي ظل التحديات الديموغرافية والاقتصادية، بدأت اليابان تُعيد التفكير في استخدام تقاليد الثقافة (مثل الزن، الشينتو، الجماليات التقليدية) بوصفها أدوات جذب ثقافي وسياسي^(٢).

لذا تحولت اليابان من دولة مهزومة ثقافياً بعد الحرب

العالمية الثانية إلى واحدة من أقوى الدول تأثيراً في الثقافة العالمية الحديثة، إذ لعبت الثقافة دوراً محورياً في إعادة بناء صورة اليابان وتأكيد مكانتها بوصفها قوة ناعمة عالمية، عبر مزيج فريد من التقاليد العريقة والابتكار التكنولوجي والخيال الإبداعي.

(1) Ministry of foreign affairs, Efforts to Promote Understanding and Trust toward Japan, Japan, 2012, https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2012/html/h3/h3_06.html.

(2) Nippon, Harajuku, your doorway to japan, (Japan: 2016), pp2-4.

جدول ١ (الثقافة الشعبية في اليابان قبل وبعد الحرب العالمية الثانية)

المحور	قبل الحرب العالمية الثانية حتى عام ١٩٤٥	بعد الحرب العالمية الثانية
الطابع العام	تقليدي، قومي، محافظ، يخدم الدولة والإمبراطور	حديث، منفتح، فردي، يعكس التعدد والانفتاح على العالم
الرقابة والتوجيه	رقابة شديدة من الدولة، ترويج للقومية والعسكرية	رقابة أميركية في البداية، ثم حرية نسبية، مع تشجيع ثقافة السلام والديمقراطية
الموضوعات الثقافية	تمجيد الإمبراطور، البطولة، التضحية، التقاليد	الهزيمة، الهوية، الفرد، الحداثة، المستقبل، النقد الاجتماعي
الادب	تقليدي (هايكو، روايات الساموراي)، دعم النظام الإمبراطوري	أدب ما بعد الحرب، سوداوي، نقدي، يعكس التغيرات النفسية والاجتماعية
الترفيه الشعبي	مسرح الكابوكي، الأغاني العسكرية، القصص التاريخية	الأنمي، المانغا، الموسيقى الشعبية (J-pop)، الألعاب، الدراما التلفزيونية
التقنيات المستخدمة	الوسائل التقليدية: الكتب المطبوعة، المسرح، الصحف	الراديو، التلفزيون، الإنترنت، المنصات الرقمية
الهوية الثقافية	موحدة، إمبراطورية، مبنية على التفوق الوطني	متعددة، مفتوحة، هجينة، تمزج بين الشرق والغرب
الموسيقى	موسيقى عسكرية، تقليدية مثل إنكا (Enka)	موسيقى شعبية، روك، J-pop، مؤثرات إلكترونية وغربية
الفنون البصرية	لوحات تقليدية، رموز وطنية، الفنون الزخرفية	أنمي، مانغا، فنون رقمية، تصميم صناعي معاصر
التأثير العالمي	محدود، محلي بدرجة كبيرة	عالمي، ثقافة شعبية يابانية أصبحت مؤثرة في جميع أنحاء العالم

جدول من إعداد الباحث إستناداً إلى:

١- فوزي درويش، اليابان: الدولة الحديثة والدور الأمريكي، (القاهرة، مطابع غباشي للنشر والتوزيع: ١٩٩٤)، ص ٢٠١-٢١١.

2- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, (Japan: 2024), pp322-335.

جدول ٢ (مراحل التطور الثقافي لليابان بعد الحرب العالمية الثانية)

المدة الزمنية	المرحلة	السمات الثقافية البارزة	أبرز شواهد
١٩٤٥-١٩٥٢	الاحتلال الأمريكي وإعادة البناء	رقابة أميركية على الثقافة وترويج للديمقراطية والسلام، وانحياز الفكر الإمبراطوري.	أدب ما بعد الحرب (دازاي أوسامو، ميشيما) إصلاح التعليم
١٩٥٢-١٩٦٩	التعافي الاقتصادي والتحديث	ظهور طبقة وسطى وازدهار الصحافة والمجلات وبدايات ثقافة الأنمي والمانغا.	مانغا "Astro Boy" تيزوكا أوسامو سينما كوروساوا
١٩٧٠-١٩٨٩	عهد الاستهلاك والحدثة	نمو ثقافة الترفيه وظهور J-pop والموضة الشبابية، وتوسع صناعة السينما والدراما.	أفلام الساموراي الجديدة فرق J-pop مجلات الموضة الشبابية
١٩٩٠-١٩٩٩	ما بعد الفقاعة الاقتصادية	هروب إلى الثقافة الشعبية (المانغا، الألعاب) تزايد تأثير الأنمي عالمياً بروز ثقافات فرعية.	Dragon، Pokémon Ball ثقافة هاراجوكو
٢٠٠٠-٢٠١٩	العولمة الرقمية	استخدام الإنترنت في نشر الثقافة، وترويج لمبادرة "Cool Japan" وحضور قوي للأنمي والألعاب عالمياً.	أنمي Naruto، Death Note PlayStation، نينتندو
٢٠٢٠ حتى الان	ما بعد الجائحة والتحول الرقمي	التركيز على القوة الناعمة فضلاً عن السياحة ثقافية ومنح التقاليد مع التكنولوجيا والفنون الحديثة.	أنمي Demon Slayer والمطبخ الياباني عالمياً فضلاً عن المعارض رقمية.

جدول من إعداد الباحث إستناداً إلى:

1- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, (Japan: 2023), pp322-328.

٢- فوزي درويش، مصدر سبق ذكره، ص ص٢١٢-٢١٦.

٣- هديل حربي، السياسة الخارجية اليابانية تجاه محيطها الاقليمي والدولي، (مجلة الجمعية العراقية للعلوم السياسية، جامعة النهرين: ٢٠٢٤)، ص ص١٥٢-١٥٦.

المبحث الثاني

الهوية الثقافية ودورها في السياسة الخارجية اليابانية

تُعد الهوية الثقافية اليابانية عنصراً محورياً في صياغة السياسة الخارجية المعاصرة لليابان، لا سيما في ظل التحولات الجيوسياسية واعتماد الدول بشكل متزايد على أدوات القوة الناعمة، إذ تتميز اليابان بهوية ثقافية مركبة تجمع بين الحداثة التكنولوجية والتقاليد الشرقية العريقة، وهو ما منحها قدرة استثنائية على التأثير في الرأي العام العالمي عبر منتجاتها الثقافية، وقد بدأت اليابان، منذ مطلع القرن الحادي والعشرين، في توظيف هذه الهوية ضمن إطار دبلوماسي ثقافي إستراتيجي، تسعى عبرها إلى تصدير صورتها بوصفها دولة سلمية، مبدعة، ومتطورة، إذ لعبت عناصر مثل الأنمي، المانغا، المطبخ الياباني، الفنون القتالية، والتصميم المعماري دوراً رئيساً في إعادة رسم الهوية الثقافية اليابانية بعد الحرب العالمية الثانية، وتعزيز حضورها الإيجابي على الساحة الدولية، إذ استطاعت اليابان أن تطور نموذجاً متميزاً في السياسة الخارجية يعتمد على الجذب الثقافي بدلاً من الضغط السياسي، وهو ما تجلّى في مبادرات مثل "كول اليابان"، التي تهدف إلى ترويج للثقافة اليابانية عالمياً ودعم الاقتصاد الإبداعي، وهكذا أصبحت الهوية الثقافية اليابانية أداة فاعلة في بناء علاقات دولية مرنة ومستدامة، تُعزز من النفوذ السياسي دون الحاجة إلى استخدام الوسائل التقليدية للقوة، لذا ينظم هذا المبحث الذي يحمل عنوان: الهوية الثقافية ودورها في السياسة الخارجية اليابانية على مطلبين، يعالج الأول منها: الدبلوماسية الثقافية اليابانية: من الساموراي إلى الثقافة الشعبية، في حين يبحث الثاني عن مكانة المانجا والأنمي في تجسيد الثقافة اليابانية ضمن إطار سياستها الخارجية.

- المطلب الأول: الدبلوماسية الثقافية اليابانية: من الساموراي إلى الثقافة الشعبية

استطاعت اليابان أن توظف إرثها الثقافي العريق وتطوره التكنولوجي لبناء حضور عالمي استثنائي، من رمزية الساموراي في العصور الوسطى، مروراً بإعادة تشكيل الهوية بعد الحرب العالمية الثانية، وصولاً إلى عصر الأنمي والثقافة الرقمية، إذ رسمت اليابان مساراً فريداً في تطور دبلوماسيتها الثقافية⁽¹⁾.

ففي القرون الوسطى، لم تكن الدبلوماسية الثقافية تُمارَس بالشكل المؤسسي المعروف اليوم، لكنها ظهرت بشكل رمزي عبر التقاليد والممارسات الثقافية التي ميّزت اليابان، لا سيما في فترة إيدو ١٦٠٣-١٨٦٨، إذ في هذه الحقبة الزمنية، هيمنت طبقة الساموراي على الحياة السياسية والاجتماعية، إذ كانوا يمثلون القيم اليابانية العليا مثل الشرف، الانضباط،

(1) Toshiya Nakamura, Japan's New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives, (Japan, Studies in Media and Society: 2013), pp3-5.

الطاعة، وضبط النفس^(١).

فعلى الرغم من أن اليابان كانت تعيش في عزلة نسبية آنذاك، فإن هذه القيم بدأت تأخذ بعداً رمزياً عالمياً مع بداية الانفتاح في أواخر القرن التاسع عشر، إذ أعيد تقديم صورة الساموراي في المعارض الدولية بوصفها رمزاً للحضارة اليابانية الفريدة، لا কেনصر حربي، بل نموذجاً أخلاقياً وروحياً^(٢).

ومع بدء عصر الامبراطور مييجي (عصر التحديث الأول) وذلك في المدة من عام ١٨٦٨-١٩١٢، سعت اليابان إلى اللحاق بركب الحضارة الغربية دون التخلي عن هويتها، فبدأت الدولة بإرسال بعثات ووفود تعليمية وثقافية إلى أوروبا، كما استقبلت مفكرين وفنانين غربيين، وشهدت تلك المرحلة تأسيس أولى صور الدبلوماسية الثقافية الرسمية، كما شاركت اليابان في معارض دولية كبرى مثل معرض باريس العالمي (١٨٦٧) إذ عرضت فنونها التقليدية، من الخط والكيمنو إلى السيراميك والحداث، إذ لم يكن الهدف اقتصادياً فقط، بل سعت الدولة لترسيخ فكرة أن اليابان أمة ذات تاريخ عميق وفن راقٍ، قادرة على التحديث دون التخلي عن جذورها^(٣).

وفي مرحلة الحرب العالمية الثانية، ارتبطت صورة اليابان عالمياً بالعدوانية والعسكرية، وبعد الهزيمة في عام ١٩٤٥، كان لزاماً على اليابان إعادة صياغة صورتها أمام العالم، وهنا بدأ الدور الحقيقي للدبلوماسية الثقافية بوصفها أداة سياسية إستراتيجية تهدف إلى: إعادة بناء صورة اليابان كدولة مسالمة (عصر التحديث الثاني) عبر نشر الفنون والموسيقى والدراما اليابانية لتعزيز التقارب الثقافي، وتعليم اللغة اليابانية في الخارج وتقديم منح دراسية، إذ تأسست مؤسسات مثل مؤسسة اليابان (Japan Foundation) عام ١٩٧٢ بوصفها مظلة رسمية للدبلوماسية الثقافية، تُعنى بتنظيم المعارض الثقافية، ورش العمل، وتبادل الوفود الثقافية والتعليمية مع مختلف الدول، أما في حقبة الثمانينيات وحتى اليوم، شهد العالم انفجاراً في الإقبال على الثقافة الشعبية اليابانية، إذ أصبحت الأنمي والمانغا والألعاب اليابانية أدوات غير رسمية لكنها فعالة جداً في نشر صورة اليابان عالمياً، فبدلاً من صورة الساموراي، أصبحت رموز مثل «ناروتو» و«بوكيمون» و«ماريو» تمثل اليابان الحديثة، إذ إن هذه المرحلة

(١) فوزي درويش، الشرق الأقصى: الصين واليابان، (القاهرة، دار الكتب المصرية: ١٩٩٧)، ص ٣٥-٣٦.

(2) Lisa Narroway, Symbols of State Ideology: The Samurai in Modern Japan, (University of Sydney: 2008), pp76-77.

(3) ببداء محمود أحمد، تجربة التحديث في اليابان ١٨٦٨-١٩٨٩، (مجلة المعهد، الجامعة المستنصرية، كلية الاداب: ٢٠٢٣)، ص ١٨٧-١٨٩.

- من الدبلوماسية الثقافية تميزت بعدة عناصر⁽¹⁾:
 - بروز الأنمي والمانغا بوصفها أدوات بصرية جاذبة: إذ تُقدم قصصاً تحمل القيم اليابانية مثل العمل الجماعي، المثابرة، والشرف، لكنها بلغة عصرية تصل لجمهور عالمي من الأطفال والشباب.
 - الألعاب الرقمية: إذ لعبت شركات مثل نينتندو وسوني دوراً كبيراً في ترسيخ اليابان بوصفها قوة إبداعية وتكنولوجية.
 - الموضة والموسيقى: إذ انتشرت ثقافة «الهارجوكو» و J-Pop الياباني، لتُشكل نمط حياة شبابي معولم يرتبط باليابان.
- ومن الجدير بالذكر إن الحكومة اليابانية دعمت هذه الموجة من التحديثات على الدبلوماسية الثقافية عبر مبادرة "Cool Japan" التي أطلقها رسمياً لتعزيز النفوذ الثقافي عالمياً، وترويج الصناعات الإبداعية اليابانية مثل التصميم، الطعام، الأنمي، والتكنولوجيا، لكن على الرغم من النجاح الكبير الذي حققته اليابان في الدبلوماسية الثقافية، تواجه تحديات عدة: لعل أبرزها تكمن في⁽²⁾:

١- التحكم الرسمي في العناصر غير الرسمية: إذ إن أحد أبرز التحديات في الدبلوماسية الثقافية اليابانية هو أن الكثير من عناصرها الأكثر تأثيراً – مثل الأنمي، المانغا، وألعاب الفيديو لا تنبع مباشرة من سياسات الدولة أو مؤسساتها الثقافية الرسمية، بل من شركات خاصة ومجتمعات إبداعية مستقلة، وهذا يعني أن الدولة لا تملك السيطرة الكاملة على الرسائل التي تصدر عن هذه الوسائط، والتي قد تحتوي أحياناً على موضوعات حساسة أو غير متماشية مع القيم الرسمية، ومن الصعب كذلك تنظيم أو توجيه هذه المنتجات بما يتماشى مع إستراتيجية دبلوماسية موحدة، مما يُضعف فعالية الجهود الرسمية مثل مبادرة "Cool Japan"، والتحدي يكمن كذلك

أن الثقافة الشعبية ساعدت في جعل اليابان محبوبة وجذابة عالمياً، إلا أنها ساهمت أحياناً في ترسيخ صور نمطية سطحية، منها: إن اليابان كأرض «الغربة» أو «الفانتازيا» فقط

في التوفيق بين حرية الإبداع بوصفه مصدراً للقوة الناعمة، والحاجة إلى الانسجام في الرسائل الثقافية الموجّهة للعالم، فمثلاً قد تُعرض في بعض أعمال الأنمي صور أو رسائل تُفسر خارجياً على أنها ترويج للعنف أو الممارسات المثيرة للجدل اجتماعياً؛ مما يعقّد

(1) Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, (Japan: 2022), pp314-325.

(2) Nancy Snow, Japan's Challenges in Public Diplomacy, An American Vision, (California State University, Fullerton: 2016), pp9-12.

الصورة الثقافية التي ترغب اليابان في تصديرها.

٢- **الصورة النمطية:** فبالرغم من أن الثقافة الشعبية ساعدت في جعل اليابان محبوبة وجذابة عالمياً، إلا أنها ساهمت أحياناً في ترسيخ صور نمطية سطحية، منها: إن اليابان كأرض «الغريبة» أو «الفانتازيا» فقط، عبر أنمي مليء بالكائنات الخارقة والمواقف الغريبة، فضلاً عن ربط الثقافة اليابانية حصرياً بعناصر استهلاكية ترفيهية، مما يُغفل جوانب أعمق من الفكر، الفلسفة، أو السياسة اليابانية، ناهيك عن تقوقع النظرة إلى اليابان في قوالب محددة (مثل النينجا، الساموراي، أو التكنولوجيا الخارقة)؛ مما يُقلّل من تنوعها الثقافي الحقيقي، لذا التحدي هنا يكمن في: كيف تُحافظ اليابان على جاذبية عناصرها الترفيهية دون أن تقع في فخ التبسيط أو التشويه لصورتها الحضارية.

٣- **التنافس الإقليمي المتمثل بالصعود الكوري الجنوبي:** إذ شهد العقدان الماضيان صعوداً ملحوظاً لقوة كوريا الجنوبية الثقافية، لا سيما عبر: الدراما الكورية (K-Dramas) التي حققت نجاحاً عالمياً، الكي-بوب (K-Pop)، والذي أصبح صناعة مؤثرة مدعومة بسياسات حكومية قوية، فضلاً عن إستراتيجيات تسويق ذكية تربط الثقافة الشعبية بالמוضة، الطعام، والسياحة، إذ إن هذا الصعود يُشكل تحدياً لليابان في عدة نقاط لعل أبرزها: تقاسم الاهتمام العالمي مع كوريا الجنوبية، ولا سيما لدى فئة الشباب، فضلاً عن تفوق كوريا في التسويق الثقافي الموجه والممأسس، في حين لا تزال اليابان تعتمد بشكل أكبر على العفوية والإبداع الفردي، ناهيك عن تنافس على النفوذ في الأسواق الإقليمية مثل جنوب شرق آسيا، والغرب أيضاً، في الفضاءات الرقمية والمنصات الإعلامية.

ومع ذلك في اعتقادي لا تزال اليابان تتمتع بميزة تنافسية فريدة عبر توظيف قدرتها على الجمع بين الأصالة (الساموراي، الشنتو، الفن التقليدي) والحداثة (الأنمي، الروبوتات، الترفيه الرقمي)، إذ استطاعت اليابان استثمار إرثها الثقافي الغني وتطويره لخدمة أهدافها في التأثير العالمي.

– المطلب الثاني: مكانة المانغا والأنمي في تجسيد الثقافة اليابانية ضمن إطار سياستها الخارجية.

لا شك إن المانغا والأنمي يحتلان مكانة محورية في تمثيل الثقافة اليابانية على المستويين المحلي والعالمي، فهما لا يُعدّان فقط وسائل ترفيه، بل يُشكلان أيضاً نافذة ثقافية تُظهر قيم المجتمع الياباني، وتاريخه، وتقاليده، وحتى تطورات المعاصرة، فإن كثير من أعمال المانغا والأنمي تعكس مفاهيم مثل الانضباط، العمل الجماعي، التضحية، والاحترام، وهي قيم أساسية في الثقافة اليابانية، كما تُظهر العديد من الأعمال تصوير دقيق للعلاقات الأسرية، وضغط النظام التعليمي، والمواقف اليومية التي يعيشها اليابانيون، فضلاً عن أن الكثير من الأنمي والمانغا تُعالج موضوعات دينية وشنتوية وبوذية، بالإضافة إلى أساطير يابانية تقليدية، مثل الأرواح (يوكاي)، والشياطين (أوني)، والآلهة (كامي)، والأهم من ذلك هناك حدث سنوي مهم بدأ منذ عام ٢٠٠٣ وهو حدث الكوسبلاي، وهي ظاهرة من ظواهر الثقافة الشعبية التي نشأت في اليابان، إذ تساهم في تنشيط التبادل الثقافي الدولي عبر الأنمي والمانغا وألعاب الفيديو اليابانية، فمنذ عام ٢٠٠٩ تقوم وزارة الخارجية بمنح «جائزة وزير الخارجية» للفريق الفائز بالبطولة، بصفتها عضواً في اللجنة التنفيذية للقمة.^(١)

أصبحت المانغا والأنمي سفراء ثقافيين لليابان، إذ ساعدا في نشر اللغة والعادات اليابانية في أوساط غير يابانية. كما تستخدم اليابان المانغا والأنمي ضمن ما يُعرف بـ «القوة الناعمة» لتعزيز صورتها عالمياً وزيادة الاهتمام بثقافتها

لذا أصبحت المانغا والأنمي سفراء ثقافيين لليابان، إذ ساعدا في نشر اللغة والعادات اليابانية في أوساط غير يابانية، كما تستخدم اليابان المانغا والأنمي ضمن ما يُعرف بـ «القوة الناعمة» لتعزيز صورتها عالمياً وزيادة الاهتمام بثقافتها، ولا شك توجد هناك أنواع كثيرة من المانغا والأنمي مثل (شونين، شوجو، سينين، جوسي، إيسيكاي، تاريخي، خيال علمي...)، وكل نوع يخدم فئة عمرية معينة، ويعرض وجهات نظر متعددة ضمن المجتمع الياباني، فمع الانتشار العالمي، بدأت المانغا والأنمي في استيعاب عناصر ثقافية من خارج اليابان، مما أدى إلى تفاعل ثقافي متبادل، نرى فيه أعمالاً يابانية تحتوي على عناصر من الثقافات الغربية، أو تصاميم شخصيات تناسب الأذواق العالمية.^(٢)

(1) Ministry of foreign affairs, The World Cosplay Summit 2024, https://www.mofa.go.jp/p_pd/ca_opr/pagewe_000001_00077.html.

(2) Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, Japan, 2018, pp358-359.

لذا ساعد كل ذلك في ظهور مهرجانات الأنمي حول العالم مثل Japan Expo في فرنسا، و Anime Expo في أميركا، وكما تزايد عدد متعلمي اللغة اليابانية بسبب حبهم للأنمي، ناهيك عن إن أسلوب رسم الأنمي أصبح مألوفاً حتى في الإعلانات، وتصميم الأزياء، وألعاب الفيديو العالمية، كما إن هناك إنتاجات أجنبية بأسلوب الأنمي: مثل Avatar: The Last Air bender، الذي أنتج في الولايات المتحدة لكنه مستلهم تماماً من أنمي ياباني^(١).

وعلى صعيد لغة الأرقام توضح مدى عمق تأثيرهما الثقافي والاقتصادي والاجتماعي، ليس فقط داخل اليابان، بل على المستوى العالمي، إذ بلغت إيرادات الأنمي العالمية في عام ٢٠٢٠ حوالي ٢٠,٤٧ مليار دولار أمريكي، في حين عام ٢٠٢٣ سجلت الصناعة إيرادات قياسية بلغت ٣٣,٤٦٥ مليار دولار أمريكي مع نمو بنسبة ١٤,٣ مقارنة مع المراحل السابقة، في حين وصلت الإيرادات في عام ٢٠٢٤ إلى ٨١,٩٦ مليار دولار، مع توقعات بزيادة إلى ٨٩,٧٧ مليار دولار أمريكي نهاية عام ٢٠٢٥، ليبلغ حتى عام ٢٠٣٤ حوالي ٢٠٣,٦٨ مليار دولار أمريكي، إذ تأتي هذه التوقعات بالتزامن مع ظهور منصات البث مثل Netflix و Crunchyroll والتي ساعدت في زيادة الطلب على محتوى الأنمي^(٢).

أما المانغا بلغت إيراداتها في عام ٢٠٢٠ على المستوى العالمي حوالي ٤,٥ مليار دولار أمريكي، ليقفز هذا الرقم إلى ١٣ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢٤، ومن المتوقع أن يصل إلى ١٦,٣٥ مليار دولار أمريكي في نهاية عام ٢٠٢٥، وكما تُشير التوقعات إلى أن سوق المانغا سيستمر في النمو مع تقديرات بأن يصل إلى ٤٢,٤٦ مليار دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٣٠^(٣).

أما على صعيد الإيرادات المحلية فصناعة الأنمي سجلت في عام ٢٠٢٣ إيرادات بلغت حوالي ٢,٤ مليار دولار أمريكي، في حين أن مبيعات المانغا بلغت حوالي ٤,٦ مليار دولار أمريكي وذلك في عام ٢٠٢٣، إذ يُعرض الأنمي الياباني في أكثر من ١٣٠ دولة حول العالم، مع دعم رسمي من الحكومة اليابانية كمصدر للقوة الناعمة^(٤).

(1) Ministry of foreign affairs, Press Conference, 11 June 2009: <https://www.mofa.go.jp/announce/press/2009/6/0611.html>.

(2) Anime Market Size, Share, Trends, and Forecast by Revenue Source, and Region, 2025-2033, <https://www.imarcgroup.com/anime-market>.

(3) Manga Market Analysis Report 2025-2030, https://www.globenewswire.com/news-release/2025/02/26/3033000/28124/en/Manga-Market-Analysis-Report-2025-2030-with-Akita-Publishing-Bilibili-Comics-Bungeishunju-Hitotsubashi-Kadokawa-Kodansha-Nihon-Bungeisha-Seven-Seas-Entertainment-Shogakukan-VIZ-Yen.html?utm_source=chatgpt.com.

(4) Taimu TSUJI, 2024, https://us.oricon-group.com/news/1562/?utm_source

وبحسب مؤسسة Japan Foundation، فإن عدد متعلمي اللغة اليابانية في العالم ارتفع من ٢,٩ مليون (٢٠٠٩) إلى ٣,٨ مليون (٢٠١٨)، ويرتبط ذلك جزئياً بشعبية الأنمي والمانغا، كما إن المانغا تُقرأ من قبل أكثر من ٨٠٪ من اليابانيين في سن المراهقة وحتى الثلاثينات، مع توفرها في جميع وسائل النقل، والمكتبات، والمتاجر الصغيرة، مما يجعلها جزءاً من الحياة اليومية، وكما تشير الإحصائيات إلى إن ٩٠٪ من الشباب الياباني تحت سن ٣٠ يشاهدون الأنمي بانتظام، سواء عبر التلفاز أو منصات البث، ولا شك إن للقطاع السياحي حصة من تلك الأرقام فمثلاً الأنمي تورزم (Anime Tourism) يجذب أكثر من ٢,٥ مليون سائح سنوياً، إذ يزور السياح أماكن ظهرت في الأنمي مثل كيوتو، طوكيو، هاكوني، كما إن استوديو غيبلي وحده يجذب أكثر من ١ مليون زائر سنوياً إلى متحفه في طوكيو، وهو أحد رموز الثقافة اليابانية عالمياً^(١).

وعلى المستوى الحكومي، أطلقت وزارة الخارجية اليابانية مبادرات مثل Anime

Ambassador سفير الأنمي لترويج الثقافة اليابانية عالمياً عبر شخصيات مشهورة مثل دورايمون منذ عام ٢٠٠٨، كما تم إدراج الأنمي والمانغا كأحد «الكنوز الثقافية الحديثة» التي تمثل اليابان في المعارض الدولية، كما عملت بعض المدارس والجامعات الحكومية اليابانية والدولية في إدراج المانغا والأنمي بوصفهما مواد تعليمية لفهم الثقافة اليابانية، إذ إن المانغا والأنمي لم يعودا مجرد وسائل ترفيهية، بل تطوراً ليصبحا عمقاً ثقافياً شاملاً يعكس تطورات وتناقضات

**إن انتشار الأنمي والمانغا عالمياً
ساعد اليابان في أن تصوغ صورة
ذهنية إيجابية عنها بوصفها
دولة مبدعة ومتقدمة تقنياً،
وسلمية؛ مما ساعد في تعزيز
القبول الدولي لسياستها
الخارجية**

المجتمع الياباني، ويعملان كجسر ثقافي يربط اليابان بالعالم.^(٢)

لذا يتضح مما تقدم إن انتشار الأنمي والمانغا عالمياً ساعد اليابان في أن تصوغ صورة ذهنية إيجابية عنها بوصفها دولة مبدعة ومتقدمة تقنياً، وسلمية؛ مما ساعد في تعزيز القبول الدولي لسياستها الخارجية. كما أسهمت هذه الوسائط في خلق قنوات تواصل غير رسمية بين الشعوب، وكما تتجلى أهمية المانغا والأنمي كذلك على صعيد السياسة الخارجية في قدرتها على خلق روابط عاطفية وثقافية عابرة للحدود، حيث تزايد عدد متعلمي اللغة اليابانية والزائرين لليابان بدافع الاهتمام بهذه الأعمال؛ مما فتح المجال لتعزيز التبادل الثقافي والسياحي، وهما أداتان رئيسستان في السياسة الخارجية اليابانية.

(1) Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, (Japan: 2024), Op.cit, pp322-325.

(2) Ministry of foreign affairs, Inauguration Ceremony of Anime Ambassador, 2008, <https://www.mofa.go.jp/announce/announce/2008/3/0319-3.html>

الخاتمة والاستنتاجات

تمثل الهوية الثقافية أحد أهم العناصر المكونة لقوة الدولة الناعمة، إذ تسهم في صياغة الصورة الذهنية للدولة في المحيط الدولي، وتعزز من مكانتها الجيوثقافية ضمن النظام العالمي، وقد برزت اليابان في العقود الأخيرة، بوصفها قوة ثقافية مؤثرة على الصعيد الدولي، لا سيما عبر استثمارها الإستراتيجي في منتجاتها الثقافية الشعبية، وعلى وجه الخصوص المانغا والأنمي. وقد أظهرت هذه الدراسة أن اليابان استطاعت عبر أدواتها الثقافية غير التقليدية أن تدمج الهوية الثقافية في صلب سياستها الخارجية، بما يعكس وعياً مؤسسياً بدور الثقافة في تعزيز النفوذ السياسي والاقتصادي، فالمانغا والأنمي لم تعودا مجرد وسائط ترفيهية موجهة لجمهور شبابي، بل تحولتا إلى رموز ثقافية عالمية، تجسد فلسفة الحياة اليابانية، وتعيد إنتاج صورة للدولة بوصفها مجتمعاً متقدماً، منفتحاً، وأصيل في آنٍ معاً.

إن انتشار هذه الوسائط بشكل واسع على المستوى العالمي ساهم في تشكيل ما يُعرف بـ «اليابانوفيلية» (Japanophilia)، أي الإعجاب الواسع بالثقافة اليابانية، وهو ما انعكس إيجاباً على قطاعات أخرى مثل السياحة، والتعليم، والاستثمار وصولاً إلى التعاون السياسي والثقافي، بذلك، أصبحت المانغا والأنمي أدوات فاعلة في خدمة أجندة السياسة الخارجية اليابانية، وعاملاً محورياً في صياغة قوة اليابان الناعمة ضمن سياق العولمة الثقافية.

إذ تبرز المانغا والأنمي بوصفها أكثر من مجرد ظواهر ثقافية؛ فهما تجسيد ملموس لكيفية تحويل عناصر الهوية الوطنية إلى موارد إستراتيجية، تُسهم في صياغة قوة الدولة الناعمة ضمن النظام الدولي. إذ إن الأنموذج الياباني يُظهر بوضوح أن الثقافة، حين تُدار بحنكة سياسية وتُدعم بتخطيط مؤسسي، قادرة على تجاوز حدود الجغرافيا واللغة، لتعيد رسم موقع الدولة في خريطة التأثير العالمي.

لذا توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات لعل أبرزها تكمن في التفصيل الآتي:-

١- التكامل بين الثقافة والسياسة الخارجية: إذ أثبتت التجربة اليابانية إن الثقافة، حين تُدار ضمن رؤية إستراتيجية متكاملة، قادرة على لعب دور محوري في السياسة الخارجية، فالمزج بين الرمزية الثقافية والرسائل الدبلوماسية الناعمة يعزز من فعالية أدوات السياسة الدولية، ويخلق ما يمكن تسميته بـ (الدبلوماسية الثقافية المستدامة).

٢- إعادة إنتاج الهوية الوطنية في سياق عابر للحدود: المانغا والأنمي ليستا مجرد تعبيرات فنية محلية، بل أصبحتا منصتين لإعادة تعريف الهوية اليابانية بصورة تتجاوز الحدود الجغرافية، وقد مكّن هذا الامتداد الثقافي اليابان من تقديم نموذج بديل للحدثة، يدمج

- القيم التقليدية بالتكنولوجيا، وهو ما شكّل جاذبية عالمية متزايدة.
- ٣- القوة الناعمة بوصفها أداة لإعادة تموضع اليابان دولياً: إذ في ظل التراجع النسبي للدور الجيوسياسي الياباني مقارنة بالقوى الكبرى، ساهمت القوة الناعمة المبنية على الثقافة في إعادة تموضع اليابان على خارطة النفوذ العالمي، وقد أصبح من الواضح أن تأثير اليابان في وجدان الشعوب يفوق أحياناً تأثيرها في المعادلات العسكرية والاقتصادية.
- ٤- توسيع مفهوم الدبلوماسية الثقافية: إذ تُشير الحالة اليابانية إلى تطور مفهوم الدبلوماسية الثقافية ليشمل وسائط الاتصال الجماهيري والترفيه الشعبي، إذ إن إدماج المانغا والأنمي ضمن الإستراتيجية الثقافية الرسمية يعكس تحولاً في فهم السياسات الثقافية بوصفها امتداداً للسيادة الرمزية.
- ٥- إمكانية نقل النموذج وتكييفه: إذ إن نجاح اليابان في توظيف منتجات ثقافتها الشعبية في خدمة سياساتها الدولية يطرح إمكانية نقل هذا النموذج، شريطة تكييفه مع السياقات المحلية لكل دولة. فالدروس المستفادة من الحالة اليابانية يمكن أن تلهم دولاً أخرى تسعى لتفعيل مواردها الثقافية بوصفها أداة تأثير خارجي.

توصيات ختامية:

- ١- تعزيز الدبلوماسية الثقافية الرسمية: ينبغي على الحكومة اليابانية تكثيف استخدام المانغا والأنمي بوصفها أدوات دبلوماسية ناعمة، عبر إدماجها في برامج وزارة الخارجية، وإطلاق معارض ومهرجانات ثقافية دولية برعاية رسمية تروج للصورة الإيجابية لليابان عالمياً.
- ٢- توسيع شبكة المعاهد الثقافية اليابانية: ضرورة زيادة عدد المراكز الثقافية اليابانية مثل Japan Foundation في العواصم الكبرى والعواصم النامية، لتدريس اللغة والثقافة اليابانية عبر المانغا والأنمي، وجعلها مدخلاً لتفاهم أوسع مع المجتمعات المحلية.
- ٣- الاستثمار في الصناعات الإبداعية محلياً وعالمياً: تكثيف دعم شركات الإنتاج الفني والمبدعين اليابانيين محلياً، مع تشجيع التعاون الدولي لإنتاج أعمال مشتركة (Co-productions) تعكس الثقافة اليابانية وتناسب الأذواق العالمية، ما يعزز انتشارها وشرعيتها الثقافية عالمياً.
- ٤- دمج أدوات الثقافة الشعبية في المناهج التعليمية الدولية: ضرورة تشجيع تدريس اللغة والثقافة اليابانية باستخدام المانغا والأنمي في برامج تعليمية رسمية

- حول العالم كما هو الحال في كوريا الجنوبية وأمريكا؛ مما يسهم في توسيع القاعدة الجماهيرية على المدى الطويل
- ٥- مرآة التأطير الثقافي لصورة اليابان: إذ إن التأثير الثقافي القوي قد يخلق صوراً نمطية (stereotypes) سلبية أو محدودة عن اليابان. لذلك توصي الدراسة بضرورة الموازنة بين نشر المحتوى الترفيهي وتعزيز الصورة المتكاملة لليابان بوصفها دولة ذات تاريخ وحضارة وموقع سياسي عالمي.
- ٦- تشجيع الابتكار في الأنماط الفنية والمضامين الثقافية: التأكيد على حث الفنانين والمنتجين على الابتكار في المضامين التي تتجاوز التقاليد النمطية وتعكس تحديات العالم المعاصر مثل: البيئة، الذكاء الاصطناعي، قضايا الهوية؛ ما يزيد من عمق الرسائل الثقافية وقدرتها على التأثير في النقاشات العالمية.
- ٧- تحفيز الحوار بين الثقافات عبر الأنمي والمانغا: ضرورة استخدام المانغا والأنمي كجسر للحوار بين الثقافات، عبر إنتاج أعمال تتناول موضوعات إنسانية عالمية، تُمكن اليابان من أداء دور «الوسيط الثقافي» في القضايا الإنسانية والدولية، ما يعزز من رصيدها في القوة الناعمة.
- ٨- التركيز على الأسواق الصاعدة في آسيا وإفريقيا: بالإضافة إلى أوروبا وأمريكا، ينبغي على اليابان أن توجه أنظارها إلى الأسواق الناشئة، إذ يتزايد الاهتمام بالأنمي والمانغا، فهذه المناطق تمثل فرصاً إستراتيجية لبناء النفوذ الثقافي والاقتصادي الياباني مستقبلاً.

قائمة المصادر:

أولاً: المصادر العربية:

أ- الكتب العربية والمترجمة:

١- فوزي درويش، الشرق الاقصى: الصين واليابان، (القاهرة، دار الكتب المصرية: ١٩٩٧).

٢- فوزي درويش، اليابان: الدولة الحديثة والدور الأمريكي، (القاهرة، مطابع غباشي للنشر والتوزيع: ١٩٩٤).

ب- المجلات والصحف:

١- بيداء محمود أحمد، تجربة التحديث في اليابان ١٨٦٨-١٩٨٩، (مجلة المعهد، الجامعة المستنصرية، كلية الاداب: ٢٠٢٣).

٢- علي مفتاح على الشاوش، تشكيل السياسة الخارجية: الكشف عن تأثير الثقافية والهوية الوطنية، (المجلة الافريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الانسانية والاجتماعية، ليبيا، جامعة بني وليد، المجلد ٢، العدد ٤: ٢٠٢٣).

٣- ناكانو هارويوكي، من أوساكا إلى العالم: كيف بدأت المانغا اليابانية صعودها الصاروخي؟، (اليابان: ٢٠٢٥).

٤- هديل حربي، السياسة الخارجية اليابانية تجاه محيطها الاقليمي والدولي، (مجلة الجمعية العراقية للعلوم السياسية، جامعة النهرين: ٢٠٢٤).

ج- الانترنت:

١- هبة الجهنى، الثقافة اليابانية، وثيقة متاحة على شبكة المعلومات الدولية الانترنت، الرابط: https://fliphtml5.com/yzqzq/fozq/%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D9%87%D8%A8%D9%87_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%87%D9%86%D9%8A/ ، 2023.

ثانياً: المصادر الأجنبية:

First: Books

- 1- Eleftherios Klerides, National Cultural Identities, Discourse Analysis and Comparative Education, University of Cyprus, 2009.
- 2- Hossein Karimifard, Constructivism, National Identity and Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran, Asian Social Science, Islamic Azad University, 2012.
- 3- John W. Dower, Embracing defeat: Japan in the Wake of World War II, USA, 1999.
- 4- Lisa Naraway, Symbols of State Ideology: The Samurai in Modern Japan, University of Sydney, 2008.
- 5- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, Japan, 2018.
- 6- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, Japan, 2019.
- 7- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, Japan, 2022
- 8- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, Japan, 2023.
- 9- Ministry of foreign affairs, Diplomatic bluebook, Japan, 2024.
- 10- Sakamoto Yoshikazu, The International Context of the Occupation of Japan, Democratizing Japan: The Allied Occupation, edited by: Robert E. Ward & Sakamoto Yoshikazu, University of Hawall press Honolulu, 2019.
- 11 - STEFANO GUZZINI, The Enduring Dilemmas of Realism in International Relations, Journal of International Relations, Danish Institute for International Studies and Uppsala University, Vol: 10, 2004.

Second: Periodicals

- 1- Nakano Haruyuki, Anime or Manga? Examining the Different Hit Formulas in Japan and Abroad, Japan, 2025.
- 2- Nancy Snow, Japan's Challenges in Public Diplomacy, An American Vision, California State University, Fullerton, 2016.

- 3- Nippon, Harajuku, your doorway to japan, Japan, 2016.
- 4- Saman Abdulqadir Dizayi, Locating Identity Crisis in Postcolonial Theory: Fanon and Said, Journal of Advanced Research in Social Sciences, Lithuania, 2019.
- 5- Toshiya Nakamura, Japan's New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives, Japan, Studies in Media and Society, 2013.

Third: Internet

- 1- Anime Market Size, Share, Trends, and Forecast by Revenue Source, and Region, 2025-2033, <https://www.imarcgroup.com/anime-market>.
- 2- Manga Market Analysis Report 2025-2030, https://www.globenewswire.com/news-release/2025/02/26/3033000/28124/en/Manga-Market-Analysis-Report-2025-2030-with-Akita-Publishing-Bilibili-Comics-Bungeishunju-Hitotsubashi-Kadokawa-Kodansha-Nihon-Bungeisha-Seven-Seas-Entertainment-Shogakukan-VIZ-Yen.html?utm_source=chatgpt.com.
- 3- Ministry of foreign affairs, Inauguration Ceremony of Anime Ambassador, 2008, <https://www.mofa.go.jp/announce/announce/2008/3/0319-3.html>.
- 4- Ministry of foreign affairs, Press Conference, 11 June 2009: <https://www.mofa.go.jp/announce/press/2009/6/0611.html>.
- 5- Ministry of foreign affairs, Efforts to Promote Understanding and Trust toward Japan, Japan, 2012, https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2012/html/h3/h3_06.html.
- 6- Ministry of foreign affairs, The World Cosplay Summit 2024, https://www.mofa.go.jp/p_pd/ca_opr/pagewe_000001_00077.html.
- 7- Taimu TSUJI, 2024, https://us.oricon-group.com/news/1562/?utm_source.