

From ‘The Geisha’ to ‘My Japanese Boy’ - The Changing Image of Japan in Western Popular Music

Nuo „Geišos“ iki „Mano japono berniuko“ – Japonijos įvaizdžio kaita populiariojoje vakarietiškoje muzikoje

Prof., Dr., Dr.h.c., Sepp LINHART

Head of Department for East Asian Studies, University of Vienna (Austria)

Sociology (Japanese caricatures, Japanese games, Image of Japan in Western popular culture)

sepp.linhart@univie.ac.at

Keywords: image of Japan in the West, geisha image, Russo - Japanese War, Pacific War, Tin Pan Alley songs, German pop music.

Pagrindinės sąvokos: Japonijos įvaizdis Vakaruose, geišos įvaizdis, Rusijos ir Japonijos karas, Tin Pan Alley dainos, vokiečių populiarioji muzika.

Abstract

Ever since the first performance of the British comic opera *Mikado* in 1885 Japan played an important role in Western popular music. In the 20th century hundreds of songs treating the theme Japan were composed in North and South America, in Australia and in all countries of Europe. In my paper I first try to give an overview of the variety of songs which referred to Japan (love songs, war songs etc.) before I proceed to an analysis of several pieces as to their lyrics, Japanese elements in the music and the beautiful covers of the sheet music. As can be expected most songs are expressions of the prevailing Japan stereotypes in a society at a certain point of time.

The second part of the paper deals with changes in these songs, which have been showing an even greater output over the past forty years together with Japan becoming an important global player. It is interesting to note, though, that several of the most successful songs do no longer sell ‘Geisha and Fujiyama’ stereotypes but rather give a more balanced view of Japanese phenomena, while songs with stereotypical contents continue, but seem to have a smaller audience.

Santrauka

Jau nuo pat pirmojo komiškosios britų operos „Mikado“ pasirodymo (1885) išryškėjo Japonijos vaidmens vakarietiškoje populiariojoje muzikoje svarba. XX a. Šiaurės ir Pietų Amerikoje, Australijoje ir visose Europos valstybėse buvo sukurta šimtai dainų naudojant Japonijos tematiką.

Prieš pradėdant analizuoti keletą kūrinių lyriką, japoniskus elementus ir gražius natų viršelius, pirmiausia straipsnyje apžvelgiamos įvairios dainos (meilės, karo ir kt.), mininčios Japoniją. Kaip ir buvo galima tikėtis, dauguma šių dainų yra atitinkamu laikotarpiu visuomenėje dominavusių Japonijos stereotipų atspindys.

Antroje straipsnio dalyje nagrinėjamas šių dainų kitimas, kurio atvejų per paskutinius 40 metų, Japonijai tapus svarbia pasaulio dalimi, labai pagausėjo.

Įdomu tai, kad keletas pačių garsiausių dainų jau nepopuliarina *geišos* ir *Fudžijamos* stereotipo, o pateikia harmoningesnį japoniškojo fenomeno reginį, ir, nors stereotipinio turinio dainų vis dar klausoma, jos, atrodo, pritraukia mažesnę klausytojų dalį.

Evolution of the Traditionally Stereotypical Term *Geisha* in Contemporary French Newspapers Tradiciškai stereotipinio termino *geiša* evoliucija šiuolaikiniuose Prancūzijos laikraščiuose

Dr. Kyoko KOMA

Research fellow of Japanese Studies Centre, Vytautas Magnus University (Lithuania)

Communication and Information (Discourse Analysis, Semiotics, Intercultural Communication Studies, Fashion Studies)

k.koma@jc.vdu.lt

Keywords: geisha, French and Lithuanian newspapers, stereotype, pregrinism, xenism, Japanese women, discourse analysis

Pagrindinės sąvokos: geiša, Prancūzijos ir Lietuvos laikraščiai, stereotipas, pregrinizmas, ksenizmas, japonės moterys, diskurso analizė.

Abstract

This paper analyses how *geisha*, one of the most famous traditionally stereotypical terms, is represented in contemporary French media.

The book *Idées reçues: Le Japon (Fixed ideas: Japan)* indicates that “the woman is submissive to the men and to her husband.” This is one of the most pervasive ideas about Japan, and Japanese women have often been described as the embodiment of “orient as phantasm,” the most famous representative of which is a geisha.

After the economic bubble burst in the 1990s, the items of Japanese popular culture, such as the manga started to be appreciated by people all over the world. In addition, the afterward of the book *Japonaises, la révolution douce (The Japanese, the soft revolution)* published in 2000 indicates that “the place the women occupy in the (Japanese) society has radically evolved in this period.”

The research reveals how a traditional term *geisha* was used in some French newspapers published in 1995, 2000 and 2005 during the period when the new image of Japan and Japanese women is projected in many countries.

Santrauka

Šiame straipsnyje analizuojama, kaip *geiša*, vienas iš garsiausių tradiciškai stereotipinių terminų, yra vartojamas šiuolaikinėje Prancūzijos žiniasklaidoje.

Knyga *Idées reçues: Le Japon* (lit. *Nuolatinės idėjos: Japonija*) teigia, kad „moteris yra nuolanki vyrams ir santuokiniui vyrui“. Tai – viena iš labiausiai paplitusių sampratų apie Japoniją, o japonės moterys aprašomos kaip „iliuzijos įsikūnijimas“. Tipiškiausias tokio įvaizdžio pavyzdys yra geiša.

XX a. paskutiniame dešimtmetyje įvykus ekonomikos sproгимui, Japonijos populiariosios kultūros elementai, tokie, kaip *manga*, tapo vis populiareni visame pasaulyje. Be to, 2000 m. išleistoje knygoje *Japonaises, la révolution douce* (liet. *Japonai, švelni revoliucija*) nurodoma, kad „vieta, kurią moterys užima (Japonijos) visuomenėje, šiuo laikotarpiu radikaliai evoliucionavo“.

Šis tyrimas atskleidžia, kaip *geišos* terminas buvo vartojamas kai kuriuose Prancūzijos laikraščiuose, leistuose 1995, 2000 ir 2005 m. – tuo metu, kai naujasis Japonijos ir japonių įvaizdis plito daugybėje šalių.

Changing Images of Japanese Women in American Films: from *The Teahouse of the August Moon* (1956) to *Memoirs of a Geisha* (2005)

Japonės įvaizdžio kaita amerikiečių filmuose: nuo „Arbatos namelio rugpjūčio mėnesienoje“ (1956) iki „Geišos išpažinties“ (2005)

Dr. Yoshiko IKEDA

Assistant Professor of Graduate School of Engineering, Osaka University (Japan)

Semiotics, Cultural Studies

y-ikeda@tcct.zaq.ne.jp

Keywords: Geisha, images, representations of Japanese women, stereotypes, US-Japan Relations, *Memoirs of a Geisha*, *Sayonara*

Pagrindinės sąvokos: geiša, įvaizdis, japonės įvaizdis, stereotipai, JAV ir Japonijos santykiai, *Geišos išpažintis*, *Sajonara*

Abstract

This paper examines images of Japanese women in American films from the 1950s to the present: *The Teahouse of the August Moon* (1956), *Sayonara* (1957), *Shogun* (1980) and *Memoirs of a Geisha* (2005). The analysis indicates that images of Japanese women, especially stereotypes of the geisha, who once simply served and entertained Americans, have evolved to portray a much more complex image: a beautiful artist who is well-trained in musical instruments, dances, and elegant manners. It also shows that one of the geisha's central symbolic functions in the 1950s—serving as a surrogate for the Japanese state in providing service to Americans—has largely disappeared. Their image as mysterious targets of desire for Americans, however, has remained largely unchanged.

Santrauka

Šiame straipsnyje nagrinėjama japonės įvaizdžio kaita amerikietiškuose filmuose nuo XX a. 6-ojo dešimtmečio iki šių dienų: „Arbatos namelis rugpjūčio mėnesienoje“ (1956), „Viso gero“ (1957), „Šiogūnas“ (1980) ir „Geišos išpažintis“ (2005). Analizė atskleidė, kad japonės įvaizdis, ypač geišos – moters, kuri tiesiog patarnauja amerikiečiams ir juos linksmina, – stereotipas, išsiplėtojo į gerokai sudėtingesnę paveikslą: gražią menininkę, kuri profesionaliai groja muzikos instrumentais, šoka ir elegantiškai elgiasi. Viena iš pagrindinių geišos simbolinių pareigų, būdingų 6-ajam dešimtmečiui, t. y. tarnavimas Japonijos valstybei teikiant paslaugas amerikiečiams, dabar jau yra beveik dingusi; vis dėlto geišų, kaip amerikiečių trokštamų paslaptinių dalykų, įvaizdis išliko beveik nepasikeitęs.

The Japanese End: Japan in Alexandre Kojève's End of History Japonijos pabaiga: Japonija Aleksandro Kojeve istorijos pabaigoje

Aroz Rafael AINGERU (PhD candidate)

Faculty of Philosophy, Autonomous University of Madrid (Spain)

Philosophy

aingeruaro@gmail.com

Keywords: end of history, Hegel, Japanese formalism, Bataille, messianism, Taubes.

Pagrindinės sąvokos: istorijos pabaiga, Hėgelis, japoniškasis formalizmas, Bataille, mesianizmas, Taubes.

Abstract

This paper tries to analyze the idea of the End of History in Alexandre Kojève's major work, *Introduction to the Reading of Hegel*, and especially what he calls "the Japanese End of History", opposed to the American one. Following the tendency of his time (Kojève's text is contemporary to Roland Barthes' *Empire of Signs*), Kojève imagines Japan as a culture of pure formality, where what matters is form, rather than content. In his interpretation of Hegelian Philosophy of History, Kojève states that History has already finished in the United States, where, in metaphysical terms, Man has returned to Animality. However, History could have another end, and Kojève actually believes to have found it in Japan, where Man has survived to History, in an Action which has no longer a content (two of the examples he chooses are Noh theatre and Ikebana). Re-reading Kojève's work, which has often been understood as one of his famous jokes, actually demonstrates how some of the most important points in the whole metaphysical tradition of Philosophy of History come out in this Japanese End. Kojève's text is indeed an excellent example of the image of Japan in the contemporary European thought.

Santrauka

Šiame straipsnyje analizuojama pagrindiniame Aleksandro Kojeve veikale *Įvadas į Hėgelio skaitymus* (angl. *Introduction to the Reading of Hegel*) nagrinėta *Istorijos Pabaigos* samprata, ypač tai, kas vadinama „japonų Istorijos Pabaiga“ ir priešpriešinama amerikietiškajai versijai. Sekdamas to meto tendencijomis (Kojeve tekstas yra Rolando Barto *Ženklių imperijos* (angl. *Empire of Signs*) bendraamžis), Kojeve įsivaizduoja Japoniją kaip grynojo formalumo kultūrą, kuriai svarbiausia yra forma, o ne turinys. Hėgelio Istorijos filosofijos interpretacijoje Kojeve teigia, kad Istorija jau baigėsi Jungtinėse Amerikos Valstijose, kur, metafiziškai sakant, Žmogus sugrįžo į Gyvūniškumą (angl. *Animality*). Vis dėlto Istorija galėtų turėti ir kitokią pabaigą, kokią Kojeve iš tiesų tiki radęs Japonijoje, kur Žmogus išsaugojo Veiksmo, nebeturinčio turinio (du jo pasirinkti pavyzdžiai yra No teatras ir Ikebana) Istoriją. Naujas Kojeve veikalo perskaitymas, dažnai laikomas vienu iš garsiųjų jo pokštų, atskleidžia, kaip dauguma svarbių visoje Istorijos filosofijos metafizinėje tradicijoje klausimų randa kitokius atsakymus šioje Japonų Pabaigoje. Kojeve tekstas iš tiesų yra puikus Japonijos įvaizdžio šiuolaikinėje Europoje pavyzdys.

Remarks on the Creativity of Japanese Reception of Western Culture: From Literature to Popular Art

Pastabos apie japonų kūrybingumą perimant vakarietiškoją kultūrą: nuo literatūros iki populiariojo meno

Prof. Takashi KITAMURA

Professor of Graduate School of Language and Culture, Graduate School of Letters, Osaka University (Japan)

Humanities (Comparative literature/culture, French literature, Consumer culture)

kitamura@lang.osaka-u.ac.jp

Keywords: creativity of Japanese culture, Japanese reception of Western cultures, hybridity of Japanese culture, Akutagawa Ryūnosuke, Murakami Haruki, Takarazuka Revue.

Pagrindinės sąvokos: japonų kultūros kūrybingumas, japoniškas Vakarų kultūros priėmimas, japonų kultūros hibridiškumas, Akutagava Ryūnosuke, Murakami Haruki, Takarazuka reviu.

Abstract

Japan has incorporated various foreign cultures, modifying them in its own manner to create a new, original culture. For example, Japanese people long ago imported KANJI (Chinese characters) to transcribe their language, but a few centuries later they modified KANJI and invented their own characters called KATAKANA and HIRAGANA. With the arrival of the Meiji period in 1868, putting an end to the period of isolation that lasted for 250 years under the Edo Shogunate, Japan opened its doors to foreign trade and diplomatic relations. In an instant, a flood of western cultures surged toward Japan and had a significant influence on various aspects of Japanese culture, from its language to its lifestyle. Furthermore, the end of the Second World War brought another influx of American and European products. Now, in the age of globalization, Japanese can enjoy everything from all over the world in their daily life. However, Japan has never had cultural exchange with western countries unilaterally: there is always a creative modification in the process of receiving western cultures. We can find many foreign elements even in seemingly very Japanese culture; on the other hand we can also recognize some characteristics peculiar to Japan in Japanese reproductions of western cultural scenes. In this paper we will consider such a dualistic aspect of Japanese culture focusing on its hybridity and flexibility.

Santrauka

Japonija, perėmusi skirtingas užsienio kultūras ir savaip jas sujungusi, sukūrė naują ir originalią – japonų kultūrą. Pavyzdžiui, japonai jau seniai savo kalbos transkripcijai naudoja iš kinų perimtą raštą KANJI (liet. *kandži*) (kiniškus hieroglifus), tačiau per keletą amžių jie modifikavo šį raštą ir sugalvojo savus rašmenis, vadinamus HIRAGANA ir KATAKANA. 1868 m. prasidėjus Meiji (liet. *Meidži*) laikotarpiui, kuriuo baigėsi Edo šiogūnato vykdyta ir 250 metų trukusi šalies izoliacija, Japonija atvėrė duris užsienio prekybai ir diplomatiniams santykiams. Vakarietiškujų kultūrų srautas akimirksniu užplūdo Japoniją ir labai paveikė įvairius japonų kultūros aspektus: nuo kalbos iki gyvenimo būdo. Antrojo pasaulinio karo pabaiga sukėlė dar vieną amerikietišku ir europietišku gaminių bangą. Gyvendami globalizacijos amžiuje, japonai savo kasdieniame gyvenime gali mėgautis viskuo, tačiau Japonija vis dėlto niekuomet nevykdė vienpusių kultūrinių mainų su Vakarų valstybėmis – priešingai, vakarietiškujų kultūrų perėmimo procesas visada buvo labai kūrybingas. Vakarietiškosios kultūros elementų galime rasti netgi iš pirmo žvilgsnio grynoje japonų kultūroje; kita vertus, japonų kultūroje

vakarietiškos vaidybos reprodukcijose galime atpažinti kai kurias būtent Japonijai būdingas bruožas. Straipsnyje analizuojamas šis dualistinis japonų kultūros aspektas, o daugiausia dėmesio skiriama japonų kultūros hibridiškumui ir lankstumui.

The Differential Process of ‘Modernization’ in Imperial Japan: The Built Traditions in Taihoku During the Japanese Occupation

Diferencinis „modernizacijos“ procesas Japonijos imperijoje: japonų okupacijos metu Taihoku mieste sukurtos „tradicijos“

Hui-Ju CHANG (PhD candidate)
School of Architecture, University of Sheffield (United Kingdom)
Humanities (history of Architecture)
arp07hc@sheffield.ac.uk

Keywords: Modernization, Taipei, architectural history, colonization, Governor General’s Hall

Pagrindinės sąvokos: modernizacija, Taipėjus, architektūros istorija, kolonizacija, Generalgubernatoriaus rūmai

Abstract

During the 19th century, in Asia the constant political backdrop for home ruled countries was the threat of colonization. Although most Asian countries fell fully or partly western countries’ colonial intentions, Japan’s unique revolution in response to challenges from the west let them adapt to the challenge and become wealthy, powerful and, to varying degrees, Western. It adapted to the western order to the extent that it colonized Taiwan (from 1895-1945), an island owned by China. Taking advice from British officials, Japanese official architecture in Taiwan was both imposing and European, which was used to emphasize prestige.

The paper focuses on Japan’s architectural activities in Taiwan, and why the peculiar practice in building in Western styles was so pervasive. The most significant project during Japan’s colonization of Taiwan was the Governor General’s Hall (1918) which was home to the political elite of Taiwan during and after the Japanese period and was built in the style of red brick Renaissance. Through understanding this building we can understand the culture of the leaders, and how they influenced and changed the country so rapidly, and gain insight into the ethnocentric meaning of what it is to be ‘modern’.

Santrauka

XIX a. Azijos nepriklausomų šalių politiniame fone nuolat buvo jaučiama kolonizacijos grėsmė. Nors Vakarų šalių kolonijines užmačias bent iš dalies jautė dauguma Azijos šalių, savita Japonijos revoliucija, kaip atsakas į Vakarų iššūkius, leido prisitaikyti prie naujų sąlygų ir tapti turtinga, galinga ir santykinai vakarietiška šalimi. Japonija taip prisitaikė prie vakarietiškos tvarkos, kad net kolonizavo (nuo 1895 iki 1945 m.) Taivano salą, priklausiusią Kinijai. Remdamiesi britų valdininkų patarimais, japonai Taivanyje sukūrė įspūdingą europietišką valdžios architektūrą, kurią naudojo prestižui pabrėžti. Šiame straipsnyje apžvelgiama Japonijos architektūrinė veikla ir bandoma atsakyti į klausimą, kodėl tokia paplitusi buvo vakarietiškojo tipo namų statyba. Japonijos Taivano kolonizavimo laikotarpiu svarbiausias projektas buvo Generalgubernatoriaus rūmai (1918), pastatyti renesanso raudonųjų plytų stiliumi: šie rūmai buvo Taivano politinio elito namai ir Japonijos Taivano kolonizavimo laikotarpiu, ir jam pasibaigus. Analizuodami šio pastato architektūrą, mes galime pažinti lyderių kultūrą, suvokti, kaip jie galėjo taip greitai paveikti ir pakeisti šalį, galime atskleisti tam tikras išvalgas apie *modernumo* sąvokos etnocentrinę prasmę.

Concept of *kyōsei* in Tokugawa intellectual tradition and the origin of modern company codes *Kyōsei* sąvoka Tokugavų intelektualinėje tradicijoje ir įmonių moderniųjų kodų kilmė

Prof. Dr. Jan SÝKORA

Director of Institute of East Asian Studies, Charles University (Czech Republic)

History (Japanese early modern and modern social and intellectual history)

sykoraj@gmail.com

Keywords: Japanese Neo-Confucianism, *kyōsei*, profit, Kaitokudō, Mijake Sekian, Kaiho Seiryō, modern company codes.

Pagrindinės sąvokos: japoniškasis neokonfucianizmas, *kyōsei*, pelnas, Kaitokudō, Mijake Sekian, Kaiho Seiryō, modernieji įmonių kodai.

Abstract

The term *kyōsei* (共生), a concept of coexistence, has been widely applied to various disciplines from biology to business. Although it usually refers to the question of symbiosis between species, in contemporary Japanese society it has more recently become the synonymous with the concepts of corporate responsibility, ethical decision making, stakeholder maximization, and responsible reciprocity.

The concept itself has, however, much longer traditional and can be traced back to the times when Confucian ideas started to penetrate Japanese intellectual milieu or even before. The Tokugawa social order brought a new framework for development of particular brand of Japanese Neo-Confucianism in which private academies like Kaitokudō, founded by the group of Osaka merchants, searched for the new concept of social relations based on the sincerity and the trust.

Since the main axis of Kaitokudō thought was concerned with issues of political economy – which resulted in what Najita Tetsuo defines as a “complex discursive interaction between a ‘political’ view of economics and an ‘economic’ view of politics” (Najita 1987: 8) – the proponents of the academy came into understanding the society as a “fabric” woven from political “warp” and economic “woof”, stretched at the frame made of “sincerity” and “trust”.

In this paper I trace the conceptual linkage between the Confucian foundation of trust and relatively modern idea of social responsibility originated in the concept of *kyōsei*, as discussed in Kaitokudō, Gansuidō and other private academies which emerged at the dawn of the eighteenth century, and touch the question of how the *kyōsei* concept was instrumental in the creation of the modern Japanese business or company codes.

Santrauka

Kyōsei terminas, *koegzistavimo* sąvoka, buvo plačiai vartojamas įvairiose disciplinose – nuo biologijos iki verslo. Nors dažniausiai šiuo terminu vadinama simbiozės tarp rūšių problema, šiuolaikinėje Japonijos visuomenėje ši sąvoka tapo korporacijos atsakomybės, etinių sprendimų priėmimo, akcininkų maksimizacijos ir atsakingo bendradarbiavimo sąvokų sinonimu.

Ši sąvoka turi galias tradicijas ir gali būti atsekta iki laikų, kai į japonų intelektualinę aplinką pradėjo skverbtis Konfucijaus idėjos. Tokugavų socialinė tvarka sukūrė naują pagrindą vystyti ypatingos rūšies japoniškajam neokonfucianizmui: tuo metu privačios akademijos, tokios, kaip *Kaitokudō*, įkurtos Osakos pirklių grupės, ieškojo naujos socialinių santykių, pagrįstų nuoširdumu ir pasitikėjimu, sąvokos.

Kadangi pagrindinė *Kaitokudō* minties ašis buvo susijusi su politinės ekonomikos problemomis, ji atvedė iki to, ką Nadžita Tetsuo apibrėžia kaip „kompleksinę diskursinę sąveiką tarp ‘politinio požiūrio į ekonomiką’ ir ‘ekonominio požiūrio į politiką’“ (Najita 1987: 8): akademijos šalininkai pradėjo suprasti visuomenę kaip audeklą, nuaustą iš politinių „apmatų“ ir ekonominių „ataudų“ bei ištemptą nuoširdumo ir pasitikėjimo „rėmis“. Straipsnis atskleidžia konceptualų ryšį tarp *pasitikėjimo* sąvokos konfucianistinio pagrindo ir socialinės atsakomybės – palyginti naujos idėjos, kilusios iš *kyōsei* sąvokos (taip, kaip ji aptariama *Kaitokudō*, *Gansuidō* ir kitose privačiose akademijose, iškilusiose XVIII a. Pradžioje). Daugiausia dėmesio skiriama lemiamam klausimui apie tai, kaip *kyōsei* sąvoka pasitarnavo kuriant moderniuosius japonų verslo ir įmonių kodus.

***Nihonron* and Japanese Country Image Communication: the Aspect of “Articulation” of National Identity**

***Nihonron* ir Japonijos įvaizdžio kūrimas: tautinės tapatybės raiškos aspektas**

Aurelijus ZYKAS (PhD candidate)

Junior research fellow of Japanese Studies Centre, Vytautas Magnus University (Lithuania)

Political science

a.zykas@jc.vdu.lt

Keywords: country branding, place identity, national identity, *Nihonjinron*, Japanology.

Pagrindinės sąvokos: šalies įženklinimas, vietos tapatybė, tautinė tapatybė, *Nihonjinron*, japonistika.

Abstract

This article tries to highlight the factor of national identity in the theoretical framework of country branding, introducing the term of “articulation”, in process of which the intangible national identity is transformed into the place identity. Japanese *Nihon(jin)ron*, being the integral part of Japanology or Japanese studies, participates as an important part of this process, and is utilised by the Japanese government for the purposes of country branding. One of the peculiarities and successful aspects of Japanese country branding could be the systematic and centralised management of both the inner and worldwide resources on Japan, what makes Japanese studies not the chaotic set of information (as it is in majority of countries), but a controllable phenomenon.

Santrauka

Šiame straipsnyje, remiantis šalies įženklimo teorija, siekiama išryškinti tautinės tapatybės veiksnį ir siūlomas raiškos (angl. *articulation*) terminas. Šio raiškos proceso metu sunkiai apčiuopiama ir apibrėžiama tautinė tapatybė transformuojama į vietos tapatybę. Japoniškasis *Nihon(jin)ron*, integrali japonistikos (ar Japonijos studijų) dalis, dalyvauja šiame procese ir yra naudojamas Japonijos vyriausybės siekiant įženklinti šalį. Viena iš svarbiausių sėkmingo Japonijos įženklimo savybių galėtų būti laikoma tai, kad Japonijoje sistemiškai ir centralizuotai valdomi tiek vidaus, tiek pasauliniai ištekliai apie Japoniją, todėl šios šalies studijos tampa ne chaotiška informacijos gausybė (kaip daugelio kitų šalių atveju), bet valdomu reiškiniu.

**Japanese society as wrapping and *amae* culture: is there any difference that makes difference?
Japonijos visuomenė, kaip *vyniojimo* ir *amae* kultūra: ar yra skirtumų, kurie skiriasi?**

Vitalij MILKOV (PhD candidate)
Japanese Studies Centre, Vytautas Magnus University (Lithuania)
Philosophy
v.milkov@jc.vdu.lt

Key words: image, wrapping, *amae*, cultural difference, integrity, dependence.

Pagrindinės sąvokos: įvaizdis, vyniojimo kultūra, *amae*, kultūrinis skirtumas, integralumas, priklausomybė.

Abstract

The main purpose of this paper is to present Japanese culture and its image as unique, and treat these unique features as highlighting some common or universal characteristics and contributing to better understanding of any given culture. Japanese culture is often described as unique and completely different from any other countries, but what is the main difference that makes Japanese culture and their people different from others? And if there is or was such a difference, what function does it perform? Therefore, I would like to present Japanese culture as “unique”, basing my arguments mostly on Joy Hendry’s book *Wrapping Culture*, in which the author begins her analysis from such a simple and everyday phenomenon as the wrapping of presents and notes that “wrapping” itself understood both literally and metaphorically might be one of the main underlying principles or the key to understanding Japanese society. Also, I want to relate this “wrapping principle” with another underlying principle of Japanese society, which is presented in the concept of *amae* by Japanese famous psychiatrist Takeo Doi, who also uses this term as “a key concept” to understanding the Japanese character and behavior. Finally, I would like to use these concepts or principles not only for understanding Japanese society, but also apply them to the understanding the problems related to Japanese image and identity.

Santrauka

Šiame straipsnyje japonų kultūra ir jos įvaizdis pristatomi kaip unikalūs, tačiau šis išskirtinumas tik dar labiau išryškina universalias žmonių ir kultūrų savybes, o tai leidžia geriau suvokti kiekvieną konkrečią kultūrą. Japonų kultūra dažnai laikoma unikalios ir visiškai skirtinga nuo kitų kultūrų, tačiau kuo pasireiškia šis unikalumas ir išskirtinumas? Straipsnyje mėginama atskleisti japonų kultūros išskirtinumą, grindžiant teiginius Joy Hendry knyga *Vyniojimo kultūra* (angl. *Wrapping Culture*), kurios autorė pradeda japonų kultūros analizę nuo tokio kasdienio japonų gyvenime dalyko, kaip dovanų vyniojimas, ir teigia, kad *vyniojimas* ir tiesiogine, ir perkeltine prasme gali būti laikomas raktu į japonų kultūros suvokimą. *Vyniojimo principas* siejamas ir su dar vienu Japonijos visuomenės išskirtinumą paaiškinančiu principu, išreiškiamu sąvoka *amae* (liet. *priklausomybė*), pirmą kartą pavartota garsaus japonų psichiatro Takeo Doi. Jis terminą *amae* laiko ir „raktu“, leidžiančiu geriau suprasti japonų būdo ir elgsenos bruožus. Remiantis šiomis sąvokomis ir principais, bandoma geriau suvokti ne tik japonų visuomenę ir kultūrą, bet ir pritaikyti šias sąvokas japonų įvaizdžio ir tapatybės tyrimams.

Gender Images In Contemporary Japanese Society **Lyčių įvaizdžiai šiuolaikinėje Japonijos visuomenėje**

Kristina BARANCOVAITĖ-SKINDARAVIČIENĖ

Junior research fellow of Japanese Studies Centre, Vytautas Magnus University (Lithuania)
Communication and Information

k.barancovaite@jc.vdu.lt

Keywords: gender, gender roles, image, contemporary Japan.

Pagrindinės sąvokos: lytiškumas, lyčių vaidmenys, įvaizdis, šiuolaikinė Japonija.

Abstract

Despite of seemingly unisex fashion and beauty requirements for men and women in contemporary Japan, the change of traditional views about gender roles in family and society progresses slowly. This article aims to examine the perceptions of masculinity and femininity among young Japanese people by covering two aspects of gender image: appearance and cultural/social expectations. The article is based on empirical research, which includes results of 12 in-depth interviews and 80 questionnaires aimed at young Tokyo people (18-25 years old). The research contributes to further academic study of gender image development in Japan, as well as to the deeper understanding about the aspects of contemporary Japanese gender role perception that hinders the progress in achieving egalitarian society.

Santrauka

Nors iš pirmo žvilgsnio šiuolaikinėje Japonijoje vyrauja vienodos grožio ir mados tendencijos tiek vyrams, tiek moterims, tradicinis požiūris į lyčių vaidmenis šeimoje ir visuomenėje keičiasi lėtai. Šiame straipsnyje tyrinėjamas japonų jaunimo požiūris į vyriškumą ir moteriškumą bei šių sąvokų sampratą. Apžvelgiami du lyties įvaizdžio aspektai: išvaizda ir kultūriniai bei socialiniai lūkesčiai. Straipsnis pagrįstas empirinio tyrimo rezultatais (atlikta 12 individualių interviu ir 80 anketų apklausa, kurios respondentai – 18–25 metų amžiaus Tokijo vaikinai ir merginos). Šis tyrimas naujais aspektais papildo studijas apie lyties įvaizdžio formavimąsi Japonijoje ir skatina giliau pažvelgti į šiuolaikinėje Japonijoje paplitusį lyčių vaidmenų suvokimą, stabdantį egalitarinės visuomenės kūrimą(si).

Will intercultural communication studies really improve our practice of intercultural communication?

Ar tarpkultūrinės komunikacijos studijos tikrai pagerins mūsų tarpkultūrinės komunikacijos praktiką?

Dr. Hiroyuki ISHIMATSU

Researcher/Advisor of Politics and Economy, Embassy of Japan in Lithuania

Political science (political theory)

Phone: +370-5-231-0462, Fax: +370-5-231-0461

Mail: dominikonu2001@yahoo.co.jp

hiroyuki.ishimatsu@mofa.go.jp

Keywords: Intercultural communication, recognition, stereotype, methodology.

Pagrindinės sąvokos: tarpkultūrinė komunikacija, atpažinimas, stereotipas, metodologija.

Abstract

In this essay, I will examine a problem of the studies of intercultural communication that some theories of this subject may not meet the pragmatic demand of learners, because rough categorisation or heavily biased judgement of different cultures woven in the theories may provide tacit chauvinistic norms of understanding others to the learners of this subject. In order to deal with this question, firstly, I will critically examine ideas of easy categorisation and the "essentialist" method of understanding cultures as a feature of some theories of intercultural communication. Secondly, I will argue that there is a risk of realising negative imagination in society as a consequence of reproducing people's paranoia by the theories. Thirdly, I will give a criticism of methodology of intercultural communication studies and propose a more preferable method of intercultural communications.

Santrauka

Straipsnyje nagrinėjama tarpkultūrinės komunikacijos studijų problema, kurią kai kurios teorijos išleidžia iš akių, kadangi pernelyg drąsus kategorijų taikymas ar teorijose giliai išsakniję tendencingi sprendimai apie kitokią kultūrą gali atskleisti užslėptą šovinistinį kitų kultūrų vertinimą. Sprendžiant šią problemą, pirmiausia kritiškai apžvelgiamas nevaržomas kategorijų taikymas ir „esencialistinis“ kultūrų supratimo metodas, kaip kai kurių tarpkultūrinės komunikacijos teorijų požymis. Tokios teorijos, autoriaus nuomone, skatina tautų baimę ir gali sukelti grėsmingą negatyvią visuomenės vaizduotę. Šiame straipsnyje pristatoma ir tarpkultūrinės komunikacijos studijų metodologijos kritika bei siūlomas tinkamesnis tarpkultūrinės komunikacijos metodas.