Политическая лингвистика. 2022. № 3 (93).
Political Linguistics. 2022. No 3 (93).

УДК 811.111'42:811.111'38
ББК Ш143.21-51+Ш143.21-55 *ГСНТИ 16.41.21; 16.21.33* *Код ВАК 10.02.04 (5.9.6)*

Александра Владимировна Махракова
Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия, alexa.makhrakova@gmail.com, https://orcid.org/0000-0001-7415-6188

Репрезентация образа Японии в средствах массовой информации США: история изучения вопроса

АННОТАЦИЯ. *Статья представляет собой систематический обзор истории изучения репрезентации образа Японии, формируемого средствами массовой информации в сознании американского социума. В исследовании описаны и проанализированы работы современных отечественных, а также западных и японских исследователей, ранее не переводившиеся на русский язык. Предлагается комплексный анализ эволюции образа Японии с конца XIX века до 90-х гг. XX века. Для более точного выявления причинно-следственных связей между происходившими событиями и способами репрезентации весь этот период был разбит на несколько этапов: конец XIX века, Русско-японская война 1904—1905 гг., Первая и Вторая мировые войны, 70—90-е гг. XX века. Особое внимание автор уделяет специфике лингвистической репрезентации событий, к которым была причастна Япония в этот период. Автор приходит к выводу, что формирование американскими СМИ образа Японии на протяжении полутора столетий определялось либо характером международных отношений, либо наличием или отсутствием экономических угроз со стороны Японии. Однако и в том и в другом случае в структуре образа четко прослеживается тенденция изображения японцев «иными», как в положительном, так и в отрицательном смыслах, и «чужаками».*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиатексты, медиадискурс, языковые средства, язык СМИ, политический дискурс, английский язык, американские СМИ, лингвистическая репрезентация, образ Японии, метафорические образы, свой — чужой, политическая метафорология, метафорическое моделирование, метафорические модели, политические метафоры, политический дискурс*.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: *Махракова Александра Владимировна, старший преподаватель кафедры востоковедения и истории, Тихоокеанский государственный университет; аспирант кафедры иностранных языков, Национальный научный центр морской биологии Дальневосточного отделения РАН.*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: *Махракова, А. В.* Репрезентация образа Японии в средствах массовой информации США: история изучения вопроса / А. В. Махракова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 3 (93). — С. 120-130.

Aleksandra V. Makhrakova
Pacific National University, Khabarovsk, Russia, alexa.makhrakova@gmail.com, https://orcid.org/0000-0001-7415-6188

Representation of Japan in US Media: an Overview of Research

ABSTRACT. *The article is a systematic review of the history of the study of the representation of the image of Japan formed by means of the mass media in the consciousness of American society. The research describes and analyzes the works of modern domestic, as well as Western and Japanese researchers, which have not been translated into Russian before. A comprehensive analysis of the evolution of the image of Japan from the end of the 19th century to the 90s of the 20th century is proposed. To more accurately identify the causal-consecutive relationships between the events that took place and the ways of their representation, the entire period was divided into several stages: the late 19th century, the Russian-Japanese War of 1904-1905, the First and the Second World Wars, and the 70-90s of the 20th century. The author pays special attention to the specificity of the linguistic representation of the events that Japan was involved in during this period. The author comes to the conclusion that the formation of the image of Japan by the American media for a century and a half was determined either by the nature of international relations, or by the presence or absence of economic threats from Japan. However, in both cases, the structure of the image clearly shows a tendency to depict the Japanese as "others", both in the positive and negative senses, and as "alien people".*

KEYWORDS: *journalism, media linguistics, mass media, media texts, media discourse, language means, mass media language, political discourse, English language, American mass media, linguistic representation, image of Japan, metaphorical images, own – alien, political metaphorology, metaphorical modeling, metaphorical models, political metaphors*.

AUTHOR'S INFORMATION: *Makhrakova Aleksandra Vladimirovna, Senior Lecturer of Department of Oriental Studies and History, Pacific National University, Post-Graduate Student of Department of Foreign Languages, National Research Center of Marine Biology of the Far Eastern branch of the RAS, Khabarovsk, Russia.*

FOR CITATION: *Makhrakova A. V.* (2022). Representation of Japan in US Media: an Overview of Research. In *Political Linguistics*. No 3 (93), pp. 120-130. (In Russ.).

© Махракова А. В., 2022

0. ВВЕДЕНИЕ

Из всех стран, с которыми США долгие годы взаимодействуют наиболее плотно, особое место занимает Япония. Интерес США к Японии обусловлен как историческими, так и многими другими причинами современного геополитического развития. Начиная с 1854 г., когда было заключено первое торговое соглашение, отношения Японии и США развивались далеко не просто. Взаимная настороженность сменялась взаимным восхищением японской культурой и американской техникой, союзнические отношения уступали место подозрениям и вражде. После Второй мировой войны мирный образ Японии и простых японцев во всем мире пришлось восстанавливать на протяжении многих лет. Значительную роль в этом сыграли средства массовой информации США, поскольку в то время данные о событиях в Японии было проще черпать из англоязычных, в частности американских, источников, чем из собственно японских. С тех пор влияние США на Японию то ослабевает, то снова усиливается. М. С. Носов в монографии «Отношения между США и Японией: история взлетов и падений (1791—2020)» говорит, что сегодня эти две страны, несмотря на продолжающуюся взаимную экономическую конкуренцию и практически полную зависимость Японии от Америки в сфере безопасности, смогли найти формулу отношений, которая их вполне устраивает [Носов 2020: 8]. Анализ того, сказываются ли колебания в политической, экономической, социальной сферах на восприятии Японии как мирного государства и с помощью каких языковых механизмов образ Японии подается СМИ США, позволит нам глубже понять механизм влияния СМИ на процесс формирования образа отдельных государств.

Изучение средств и способов репрезентации образа зарубежных стран относится к числу актуальных научных проблем. К вопросу конструирования в массовом сознании определенного образа Японии с помощью средств массовой информации обращались многие японские и американские авторы, но большинство исследований охватывают послевоенный период, в частности 70—90-е гг. XX в.

Цель данной статьи — изучение изменений в характере репрезентации образа Японии в СМИ США на протяжении активного периода взаимоотношений Японии и Америки.

Большое количество исследований, так или иначе изучающих характер освещения дискурса о Японии, охватывает период с конца XIX до 90-х гг. XX века. В данной статье для более точного выявления причинно-следственных связей между происходившими событиями и способами репрезентации весь этот период был разбит на несколько этапов: конец XIX века, Русско-японская война 1904—1905 гг., Первая мировая и Вторая мировая войны, 70—90-е гг. XX века.

Основным методом исследования является описательный, но автор делает особый акцент на использованных в анализируемых работах лингвистических и невербальных приемах, применяемых в медиадискурсе для создания метафорического образа Японии.

Научная новизна работы заключается в междисциплинарном рассмотрении вопроса с привлечением трудов современных западных и японских исследователей, до сих пор не переведенных на русский язык.

1. ИСТОКИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ЯПОНИИ В АМЕРИКАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

1.1. Первые представления о Японии: конец XIX — начало XX в.

Асада С. в статье «Представления американцев о Японии в 20-е гг. XX века» утверждает, что говорить об образе Японии и его репрезентации в американском обществе имеет смысл только начиная с периода 20-х гг. XX в., поскольку именно к этому времени в Америке происходит формирование «массового общества», а количество тиражируемых газет, дешевых печатных изданий, информационных листовок достигает объема, который позволяет охватить значимое для формирования образа количество читателей [麻田貞雄1965: 4].

Это действительно обоснованная позиция, но прежде чем перейти к анализу образа Японии в этот период, мы все же считаем нужным обратить внимание, на основании каких представлений стал формироваться этот образ. Ведь можно предположить, что первые сведения о Японии американцы начали получать уже с середины XIX в. после заключения Канагавского договора[1]. И точно, говорить о массовости этих сведений не приходится. Скорее всего, они были доступны только ограниченному кругу лиц. Тем не менее анализ исследований, связанных с репрезентацией Японии в американском обществе, показал, что хотя до Русско-японской войны 1904—1905 гг. основные сведения о Японии американцы получали не из средств массовой информации, а из учебной и популярной литературы, определенные представления об этой стране все же успевали сформироваться.

Асада С. приводит примеры того, как авторы учебников по географии и истории для начальной школы преподносили Японию. Описания изобиловали оборотами, более

характерными для путеводителей: «Вся страна — это огромный сад, украшенный серебристыми прудами, поэтому любой человек там имеет душу художника и поэта». Сами японцы представали удивительно вежливыми и законопослушными людьми, а также восхвалялись манеры «маленьких японцев с коричневой кожей». Выбор лексических средств для описания Японии невольно создавал образ волшебной страны, не похожей ни на какую иную, где всё происходит «шиворот-навыворот». Асада С. выделяет в учебниках по географии того времени следующие ключевые слова и обороты: «загадочное, великолепное место», «самая интересная страна в мире», «странность». Даже закрепилось убеждение, что японцы читают снизу вверх. Были и такие учебники, в которых японцы назывались «восточными янки» и упоминалось о модернизации и экономическом развитии их государства, однако из двух Японий игрушечная, сказочная страна завоевала сердца американских детей в большей степени [麻田貞雄1965: 6].

Ребятишек постарше на уроках истории знакомили с рассказами Марко Поло об островах Джипангу. Они также узнавали о Колумбе и об открытии им нового материка в стремлении найти этот «золотой остров» Джипангу. Когда дети достигали возраста, позволяющего читать более длинные произведения, они уже изучали легенды Лафкадио Херна[2]. Именно эти рассказы, по мнению Асады С., оказывали наибольшее влияние на образ Японии, складывающийся у обычных американцев. Однако это был образ «древней Японии» [麻田貞雄1965: 7].

Параллельно с картиной описанной выше прекрасной Японии существовали и представления о японцах как о нации, обладающей мужественным характером. Эти представления были навеяны рассказами о самурайских традициях, рисующих Японию миром мечей, харакири и императоров. Действительно, можно утверждать, что разрыв между этими двумя образами — «живописной, и следовательно мирной» страны и страны «милитаристской» — был не таким уж большим. По сути, и тот и другой образ основывались на таинственности Японии и непостижимости японского народа. И, вероятно, именно это представление о невозможности понять «истинную душу японцев» и повлияло на то, с какой легкостью она стала объектом подозрений и опасений.

1.2. Образ Японии в период Русско-японской войны 1904—1905 гг.

Анализу освещения событий Русско-японской войны в зарубежной прессе посвящено значительное количество работ отечественных исследователей: это Д. А. Павлов, В. И. Журавлева, С. В. Пышнограев, Д. А. Ильин и др.

Действительно, прессу того времени буквально взорвал крупномасштабный военный конфликт между Японией и Россией, который мировое сообщество восприняло как важнейшее событие в жизни планеты. Мир разделился на сторонников и противников России и Японии. США, наряду с другими европейскими державами, желая осветить фронтовые события и воспользовавшись случаем представить Российскую империю в негативном свете, отправляют своих корреспондентов в Японию. К февралю-марту 1904 г. в Японии находилось порядка 20 представителей американской прессы [Павлов 2013: 384]. По большому счету, именно это историческое событие можно считать точкой начала появления сведений о Японии в СМИ США.

Д. А. Ильин и др. приходят к выводу, что в первые два-три дня в американской прессе не наблюдалось единства в характере освещения событий. Встречались как статьи, утверждавшие, что «раз японцы никого из мировой общественности о планах войны в известность не поставили, то они тем самым поступили безответственно по отношению к другим странам» [Ильин 2018: 7], так и статьи, заявляющие о нейтралитете (статья «Chicago Tribune» «Америка обещает быть нейтральной»).

И все же большая часть примеров, приводимых исследователями этого периода, подтверждает характер прояпонской направленности прессы США, стремление представить Японию жертвой или своего рода защитницей угнетенных народов Востока с одной стороны и западного прогрессивного общества — с другой. В качестве примера позитивного и поддерживающего отношения прессы США к Японии можно привести следующие заголовки: «Пробуждение Японии», «Победа Японии была грандиозной», «Японцы заявили о своей первой победе», «Японцы захватили 2000 русских», «Первая кровь на счету японского флота», «Как японцы бьют русских в Порт-Артуре» [Ильин 2018: 7]. «Daily News» рассуждала «о полноте торжества, сопутствующего операциям японцев» и восторгалась «широтой их замысла, энергии и натиска» [Павлов 2013: 398].

Желание досадить России было так велико, что несмотря на высадку Японией сво-

их войск в формально независимой и нейтральной Корее и ночную атаку ее миноносцами русских судов на рейде Порт-Артура без объявления войны 8 февраля (26 января по ст. ст.) 1904 г., Япония не лишилась симпатий и поддержки мирового сообщества в первой половине 1904 г. Многие американские и западноевропейские журналисты, политические, финансовые и общественные деятели охотно высказывались на тему агрессии России, возлагая именно на нее ответственность за начало войны. При этом Япония позиционировалась как миролюбивая, бескорыстная, цивилизационно близкая к Западу держава [Павлов 2013: 400], «отражающая „агрессию“ отсталой и реакционной России» [Молодяков 2014: 178]. Так, в американском журнале «Life» была размещена карикатура, в которой Дядя Сэм в самурайских доспехах жмет руку японцу в европейской одежде, говоря при этом: «Дорогой мой человечек, если ты — янки Востока, то я хотел бы быть японцем Запада» [Журавлева 2007: 70]. Используя выражение «янки Востока», американская пресса, вероятно, пыталась вызвать у американцев чувство родства с японским народом.

С ходом военных действий характер освещения действий Японии несколько поменялся. Несмотря на общий позитивный настрой англоязычной прессы в отношении Японии, со второй половины 1904 г. хвалебные отзывы о японских гостеприимстве и добросердечии заметно пошли на убыль. Вызвано это было, по мнению Д. А. Павлова, тем, что журналистов на театр военных действий категорически не пускали и все время держали на голодном информационном пайке, а добытые вопреки всем препонам сведения иностранцам переправлять в свои редакции было нелегко из-за жестокой цензуры. И даже когда после долгих проволочек японское правительство наконец позволило репортерам и корреспондентам выехать в Маньчжурию, на поля сражений можно было попасть только после окончания боевых действий, а интервьюировать и даже приближаться к начальствующему составу и свободно передвигаться по японским позициям им было строжайше запрещено [Павлов 2013: 384—385].

Решительный же сдвиг в симпатиях западной и американской прессы произошел в конце лета 1904 г. после инцидента с миноносцем «Решительный». В «New York Herald» были напечатаны отзывы вернувшихся с Дальнего Востока американских офицеров: «Японцы дают понять всем и каждому, что их армия и флот непобедимы, и высказывают свои взгляды самым оскорбительным образом»; «среди белых всех наций, имеющих с ними дело, у японцев не найдется теперь ни одного друга» [Павлов 2013: 399]. К весне 1905-го антияпонская кампания развернулась повсеместно.

Таким образом, можно утверждать, что именно эта война, в которой Япония впервые предстала перед всем западным миром во всей своей мощи, способствовала укреплению расовых предрассудков, присущих тогда еще большинству белых американцев, и корни стереотипа yellow peril («желтая угроза») зародились, вероятно, именно в то время.

1.3. Презентация Японии в прессе в 10—20-е годы XX века

Период до и после Первой мировой войны также привлекал внимание исследователей, занимающихся вопросами отношения западных стран к Японии. Связано это было, вероятно, с тем, что к началу XX в. Япония стремительно индустриализируется, а реставрация Мэйдзи и переход на рельсы капиталистической экономики дают ей все шансы войти в группу крупных экономик мира. С точки зрения исследователей Японии, это не могло не привести к возникновению в массовом сознании чувства страха и подозрения в отношении этой прежде ничем и никому не угрожающей державы.

К первому десятилетию XX в. в американском обществе происходит поляризация массового образа Японии. Историк А. Н. Мещеряков отмечает: «За годы правления Мэйдзи страна действительно сумела стать вровень с западными державами — Японию стали опасаться во всем мире, ибо она напала на Китай и Россию и выиграла обе войны» [Мещеряков 2017: 537]. Эти чувства были значительно подогреты участием Японии, выступившей в Первой мировой войне против Германии вслед за своей союзницей Великобританией на стороне Антанты.

В то же время в 1920-х гг. существовала явная тенденция сетовать на японскую индустриализацию. Американцы думали, что вторжение западной индустриальной цивилизации привело к трагическому развалу культуры, свойственной романтической «старой Японии», и презирали «безумную борьбу за богатство и коммерческое господство», ведущуюся теперь на ее территории. Многие американцы были больше ментально привязаны к красивому островному государству в кимоно, чем к той Японии, которая подражала Западу [麻田貞雄1965: 10].

В американской прессе этого периода также прослеживается двойственное отношение к Японии. К примеру, антияпонские настроения особенно были характерны для изданий, принадлежащих концерну Херста,

который был против экспансии США в Европе, но требовал активного американского участия в азиатских делах, поскольку считал, что «желтая угроза» представляет главную опасность для национальных интересов Америки [麻田貞雄 1965: 10]. На аналогичной позиции стояла и газета «Чикаго трибюн» во главе с ее издателем Мак-Кормиком [Соколов 1987: 124]. Еще одним заметным игроком на этом пропагандистском антиантантовском поле стал еженедельник «Fatherland» («Отечество»), выходивший с 1914 г. под редакцией известного поэта, писателя и журналиста Джорджа Сильвестра Вирека. Контент-анализ В. Э. Молодякова доказывает, что журналу было важно подчеркнуть «союзнический» характер операции, участие в антигерманской войне «несимпатичных» русских и «несимпатичный» характер тех, вместе с кем Англия сражается против «прусского милитаризма» [Молодяков 2014: 180]. Пропаганда, которую вел «Fatherland», «акцентировала внимание на „инаковости“ цивилизации и культуры той страны, против которой была направлена, причем эта „инаковость“ подчеркивалась применительно как к мирному времени, так и к ведению войны», «концентрировалась на формировании у аудитории представления о прямой, непосредственной угрозе, исходящей от этой страны».

В. Э. Молодяков не использует для анализа лингвистические приемы, но мы считаем, что заявления о подчеркивании «инаковости» вели к формированию негативного образа, и это было бы интересно подтвердить именно с помощью фактов лингвистического характера. Ведь первоначально «инаковость» Японии воспринималась исключительно с позитивной точки зрения.

Однако уже к началу 20-х гг. пропаганда «желтой угрозы» потеряла силу. По мнению Сода М., пропаганда носила такой резкий характер, что большинство американцев уже не принимали ее за чистую монету.

Кроме того, антияпонская пропаганда обеспокоила здравомыслящих редакторов журналов. Так, «Литерари дайджест» решительно осудил «истерические бредовые темы»: «Почему мы решили, что Япония — это враг, за которым нужно постоянно подозрительно следить, вооружаться против Японии и, наконец, кричать, что мы должны сражаться?» [麻田貞雄1965: 11].

Таким образом, представления американцев в отношении Японии в период Первой мировой войны и последовавший за ней период 20-х гг. прошлого века отличались противоречивым и неоднозначным характером. С одной стороны, влиятельные республиканцы, отражающие интересы делового мира и интеллектуалов, проповедовали доброжелательное отношение к Японии. С другой стороны, среди специалистов по Дальнему Востоку в Госдепартаменте, не говоря уже о ВМС, существовало укоренившееся недоверие к Японии, что препятствовало активному американо-японскому сотрудничеству.

1.4. Репрезентация образа Японии в годы Второй мировой войны

Роберт Мак-Дугалл в статье «Красная, коричневая, желтая угрозы» пишет, что американцы вели свои сражения с Японией и Германией и свое противостояние времен холодной войны с Советским Союзом не только на пляжах Франции, на островах Тихого океана и в Корее, но и в прессе, в фильмах, в мультфильмах и комиксах, книгах и популярных песнях. Он считает, что в этих контекстах можно анализировать то, как враги нации изображались в массовой культуре и воспринимались публикой [McDougal 1999: 59].

Наибольший всплеск эмоций и шквал разгромных статей о Японии последовали вслед за ее нападением на Перл-Харбор. Популярная пресса восклицала, что **японцы** (именно японцы, а не Япония[3]) представляют «расовую угрозу» для западных союзников. Р. Мак-Дугалл приводит в пример гневные заголовки статей, содержащие оскорбительные высказывания в адрес японцев: «a Jap», «a Yellow-Belly Jap», «a Jap-a-Nazi Rat», «a fellow who is yellow» и т. д. Также он обращает внимание на вариант *the Jap*, который за счет коллективной функции единственного числа в большей степени, чем *the Japs*, демонстрировал отрицание каких-либо присущих японцам индивидуальных качеств [MacDougall 1999: 62].

Также образ Японии и японцев в период Второй мировой войны достаточно однозначно репрезентуется путем сравнения самой страны и ее жителей с представителями животного мира. Через месяц после нападения на Перл-Харбор в «Тайм» в разделе публикуемых писем от читателей адмирал Ямамото был назван «бешеной собакой» (mad dog) и «желтой обезьяной» (yellow ape), а в редакционной статье в «Лос-Анджелес таймс» в отношении американцев японского происхождения во втором поколении прозвучала фраза: «A viper is nonetheless a viper wherever the egg is hatched» («Гадюка — всегда гадюка, где бы ни вылупились яйца»). Императорскую армию журналисты зачастую называли «обезьянами в хаки». Кроме того, в газетных заголовках ведущих изданий встречались такие эпитеты, как «крысы» (Clearing Out a Rat’s Nest) и «грызуны» (Rodent Examinators — a dream come true).

Можно отметить, что дегуманизация, т. е. лишение японского врага человеческого облика, а также чувств и эмоций, в значительной степени снизила чувствительность американского народа к ужасам войны и позволила ему одобрить действия, которые в мирное время были бы немыслимы.

Р. Мак-Дугалл на основе анализа репрезентации образов Японии/японцев, Германии/немцев и Советского Союза / советского народа утверждает, что «белые» враги американцев никогда не описывались, в отличие от японцев, с расовой или даже этнической точки зрения. Высказывание новеллиста Хелен Мак-Иннс: «Мы не ненавидим нацистов за то, что они немцы, — мы ненавидим Германию за то, что они нацисты» [MacDougall 1999: 65], в котором четко прослеживается разграничение между народом и лидерами государства, почему-то не работало в отношении Японии и японцев.

Стоит отметить, что буквально сразу после победы в войне резкие очертания врагов Америки, характерные для военного времени, значительно смягчились. На обложке сентябрьского номера 1945 г. «Leatherneck's»[4], посвященного капитуляции Японии, вместо пропитанной кровью гориллы, часто возникавшей на страницах журнала во время военных действий, теперь появилась раздраженная, но уже прирученная мартышка. Подобные приемы невербального воздействия позволяли достичь желаемого эффекта за счет использования метафорического образа. Сидящий на плече улыбающегося морпеха, одетый в японскую униформу не по размеру, некогда грозный враг явно превратился в умного и очаровательного питомца. «Это все еще было презрительно, — пишет Джон Дауэр, — но это было более доброжелательное лицо расизма» [Dower 1986: 302]. М. С. Носов, говоря о послевоенном периоде, отмечает, что несмотря на «расовые и этнические предрассудки, которые веками формировали мировоззрение американцев и в послевоенный период использовались для „демонизации врагов нации“» [Носов 2020: 5], в отношении Японии Америка перестала быть столь резка, как была в период ведения активных военных действий, особенно после присоединения Китая к коммунистическому миру в 1949 г., когда он вновь принял на себя мантию «желтой угрозы».

Итак, анализ истории формирования американских представлений о Японии в конце XIX — середине XX в. показал, что за это время США пережили как периоды интереса и восхищения Японией, так и этапы подозрения и вражды. И в том и в другом случае в основе этих отношений лежали (или их насаждали) представления о Японии как об «иной» культуре, а какой коннотативный оттенок несло в себе это слово «иной», положительный или отрицательный, зависело от временного периода и интересов трактующей его стороны.

2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА ЯПОНИИ В АМЕРИКАНСКИХ СМИ В 70—90-Е ГОДЫ XX В.

Самое большое количество работ, посвященных проблеме восприятия Японии в американском обществе, приходится на период 70—90-х гг. XX в., когда Япония переживала период активного экономического подъема.

Араки Н. проводит лексико-семантический анализ заголовков статей «Тайм» о Японии периода второй половины 70-х до начала 80-х гг. XX в. Результат анализа служил доказательством гипотезы Араки Н. о том, что в указанный период образ Японии в средствах массовой информации США состоял из трех метафорических элементов: «война», «сильная Япония» и «чужая культура, или неизвестная Япония». Такая агрессивная структура была связана, по мнению Араки Н., с экономическими успехами Японии, повлекшими резкий экономический спад в США, вслед за которым и последовали изменения американского отношения к Токио и самой Японии. Приведем некоторые примеры лексических единиц, репрезентирующих элементы указанных Араки Н. образов. В элементе «война» первыми привлекают внимание *invade*, *swamped*, *wars*, так как предполагают силу японской экономики и агрессивный образ. И даже в статьях, напрямую не связанных с экономическим противостоянием США — Япония, можно обнаружить лексические единицы, относящиеся к оружию и войне: *guns*, *confrontation*, *face-off*. Араки Н. считает, что эти слова также выражают чувство страха перед неизвестным [荒木 1988: 19]. Определение принадлежности статьи к элементу «сильная Япония» основывалось на выборе такой лексики, как *tough*, *hooked*, *power*, а также *boost*, *high*, *tech* и пр. В элементе «чужая культура, или неизвестная Япония» первым, что выделяет Араки Н., были выражения на японском языке. Например, *sayonara* (эта фраза дважды появлялась в 1982 и 1984 гг. в заголовках совершенно разных статей), *shogun* (использовалось для обозначения бывшего премьер-министра Танака), *kimono*, *sushi* и бывшее на тот момент новым понятие *wapuro*. Араки Н. обращает внимание на графическое изображение последнего: в за-

головке слово написано курсивом. Это ясно указывает на то, что данный термин является иностранным, или на то, что он все еще непривычен для широкой публики. Использование подобных новых слов в заголовках также играет определенную роль в информировании американских читателей о том, что эта тема связана с Японией или Азией.

Анализ по годам свидетельствует об увеличении количества заголовков с 1982 по 1987 г. Учитывая тот факт, что с 1982 г. экономические трения между США и Японией не прекращались, подобное усиление внимания к Японии является вполне обоснованным. Особенно интересен рост количества статей, отражающих элемент «война», в 1987 г. Араки Н. предполагает, что это может быть своего рода барометром возрастающей интенсивности торговых трений, результатом увеличения присутствия Японии в американском обществе, особенно ее экономического влияния [荒木 1988: 21]. С другой стороны, отсутствие «военного» элемента вплоть до 1986 г. и наличие вместо него образа «сильной Японии» являются примерами того, что «Тайм» рассматривал отношения между Японией и США как безопасные и выгодные для себя.

Араки Н. в заключение отмечает, что рассмотрение элементов изообраза может быть также вопросом семантики самих слов. При интерпретации заголовков существует неоспоримый риск того, что субъективность исследователя может помешать непредвзято взглянуть на анализ. Поэтому автор рекомендует обращать внимание не только на заголовок статьи, но и на фотографии и иллюстрации.

Также изменение отношений средств массовой информации США к Японии можно проследить в работе Морриса Наррелла «Деструктивный дискурс: „трёпка Японии“[5] в США, Австралии и Японии в 1980-х и 1990-х годах». Он отмечает, что к 1970-м гг. многие западные комментаторы согласились с тем, что Япония реабилитировала себя на всех уровнях, став в процессе надежным союзником и ответственным членом международного сообщества [Narelle 2006: 1]. Однако с 80-х гг., то есть с того времени, как экономика Японии продолжала расти, а западные экономики, напротив, начали давать сбои, понятие «японский бум» стало включать переосмысление последствий послевоенного экономического чуда Японии, и в СМИ появились нелицеприятные отзывы о стране. Эта тенденция получила название *Japan-bashing* («трёпка Японии»). М. Наррел даже сравнивает это явление с тем периодом, когда Японию называли *yellow peril* («желтой угрозой») — названием, распространенным в Европе с конца XIX в., когда Япония была открыта Западу.

В своей диссертации М. Наррелл проводит широкий исторический анализ термина *Japan-bashing* в Соединенных Штатах и Австралии в 1980-х и 1990-х гг., а также исследует реакцию Японии на практику *Japan-bashing*. С одной стороны, этот период продемонстрировал сохраняющуюся тенденцию в западных (и некоторых японских) дискурсах сводить преобладающие взгляды на Японию либо к положительным, либо к отрицательным образам — «любовь к Японии» или «трёпка Японии». Также появление и процесс развития практики *Japan-bashing* увековечили периодически повторяющуюся историческую тенденцию, характерную для Запада, — рассматривать Японию как опасного «другого». В будущем, если Япония снова станет восприниматься как враг Запада, негативный образ этого периода, скорее всего, будет воскрешен, равно как и те, которые связаны с «желтой угрозой» и Второй мировой войной [Narelle 2006: 32].

С другой стороны, отмечает М. Наррелл, характеристики *Japan-bashing* в 1980-х и 1990-х гг. также отличают данный период от предыдущих приступов антияпонских настроений. Эти годы были исключительными не только из-за характера и степени критики Японии, но и потому, что такая критика подвергалась всестороннему и яростному вызову как в западных странах, так и в Японии. Подобные вызовы разделили экспертов на два полярных лагеря: откровенно прояпонский и антияпонский. Причем одним из орудий первых против вторых стал сам ярлык *Japan-bashing*, который, как и другие примеры негативной лексики, пытался объединить в себе различные оттенки и стереть нюансы и сложности одним простым термином.

Для анализа М. Наррелл использует широчайший спектр источников: это официальные документы и доклады, как опубликованные, так и неопубликованные статьи и диссертации, публичные речи, художественная литература, телепрограммы, фильмы и музыка на телевидении, газетные и журнальные статьи, статьи в научных журналах, интернет-документы, книги о Японии.

М. Наррелл не прибегает в своем исследовании напрямую к лингвистическим средствам дискурс-анализа, но приводит примеры других лингвистических изысканий, связанных с образом Японии в США. Например, работ, анализирующих метафорические образы Японии.

В 1985 г., когда основной сферой конфронтации между Америкой и Японией бы-

ла, очевидно, экономическая, это противостояние часто формулировалось через метафору спорта, как в аналогии Эндрю Копкинда 1985 г.:

***Like two sumo wrestlers**, the United States and Japan are locked in another trade dispute* [Narelle 2006: 88]. — ***Как два борца сумо,** Соединенные Штаты и Япония сцепились в очередном торговом споре.*

Помимо спортивных, экономическая конкуренция презентовалась через боевые метафоры. Хотя термин *trade war* (торговая война) не был новым, Марвин Дж. Вульф был, пожалуй, первым, кто в 1983 г. посвятил целую книгу потенциалу «торговой войны» между США и Японией. Военная метафора была особенно привлекательна для новостных СМИ, о чем свидетельствует повсеместное использование таких терминов, как *invasion* (вторжение), *battle* (сражение), *clash* (столкновение), *collision* (противостояние), *confrontation* (конфронтация), *dispute* (спор), для описания экономической напряженности между западными странами и Японией.

Также упоминаются способы метафорического сравнения японцев с различными животными: *apes* (приматы), *swines* (свиньи), *monkeys* (обезьяны), *gorillas* (гориллы), *octopodes* (осьминоги), *dogs* (собаки), *rats* (крысы), *vipers* (гадюки). Некоторые комментаторы подчеркивали «нечеловеческую» природу японцев, используя такие метафоры, как *economic animals* (экономические животные), или изображая их бездушными существами, обитающими в мире роботов (*robot kingdom*) или футуристической «роботопии» (*robotopia*).

Теме экономических трений 80-х гг. в СМИ США уделяется внимание в еще одной статье японского автора Акимацу М. Он проводит метафорический анализ американских публикаций по теме экономического конфликта между США и Японией и использует для анализа пять газет: «The New York Times» (NYT), «The Washington Post» (WP), «Detroit News» (DN), «Detroit Free Press» (DFP), «Los Angeles Time» (LAT). Объясняя причину использования для анализа именно метода метафорического анализа, Акимацу М. отсылает нас к работе Дж. Лакоффа и М. Джонсонса «Metaphors We Live By» («Метафоры, которыми мы живем») [秋松 1986: 6]. Согласно их утверждениям, «наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична». Таким образом, рассмотрение метафоры выходит за грань языковой системы, ее исследуют как феномен взаимодействия языка, мышления и культуры. Дж. Лакофф и М. Джонсон определили в английском языке серии метафор, сформированные на принятых в обществе точках зрения в отношении тех или иных объектов действительности. Лингвисты определили такие метафоры как концептуальные. В своем анализе Акимацу М. акцентировала внимание только на двух типах метафор, определенных ранее американскими учеными: персонификации и структурных метафорах, объясняя свой выбор высокой степенью концептуальности этих видов средств художественной выразительности.

Поскольку основной темой анализа был экономический конфликт между США и Японией, в центр своего исследования Акимацу М. поставила такие концепты, как *trade deficit* (торговый дефицит), *trade war* (торговая война), *trade asset* (торговые активы), *trade system* (торговая система), *free trade* (свободная торговля), *protectionism* (протекционизм), *high dollar* (высокий доллар). Анализ всех рассмотренных концептов в плане персонификации позволяет ей обнаружить наличие бинарных понятий, как то: полезные и бесполезные люди, враги и друзья[6] и т. д., и сделать выводы об их конфронтации. Акимацу М. высказывает мнение о том, что если этот оппозиционный образ мышления является основой для конструирования японско-американских экономических трений, то путь к решению должен заключаться во взаимном принятии культурных различий между США и Японией. Это мнение она подкрепляет следующим примером: у японцев жирный борец сумо и сморщенное дерево бонсай сосуществуют в культуре. В глазах американцев эти две вещи кажутся противоречащими друг другу, но японцы скорее склонны к слиянию, чем к противостоянию.

Анализ статей на наличие *структурных метафор* показал, что в характере дискуссий на тему экономических трений четко прослеживается метафорический концепт, который был выдвинут Дж. Лакоффом и М. Джонсонсом: «*спор — это война*», хотя были отмечены несколько статей, в которых авторы (профессор университета, сотрудник исследовательского института и редактор «Нью-Йорк таймс») пытались преодолеть этот концепт.

Японский исследователь Сода Хироаки в своем «Сравнении образов Японии и Китая в статьях журнала „Тайм“ в 90-е годы» в некоторой степени продолжает труд Араки Нобуя. Как и в работах Араки Н., в центре его анализа находятся статьи «Тайм», правда 90-х годов (1991—1999 гг). Сода Х. проводит не только качественный, но и количественный анализ, с помощью которого демонст-

рирует, что интерес американской прессы в отношении как Китая, так и Японии был связан с весьма важными событиями, имеющими отношение к этим странам:

«Вполне естественно, что крупным событиям, инцидентам и авариям (таким как Великое землетрясение Хансин-Авадзи в 1995 году, зариновая атака в токийском метро, смерть Дэн Сяопина в 1997 году, передача суверенитета над Сянганом (Гонконгом) Китайской Народной Республике, подозрение в получении тайных пожертвований от американцев азиатского происхождения и иностранцев членами ЛДПЯ, хищение ядерных технологий китайскими шпионами в 1999 году и т. д.) или конкретным годам (1991 год [50 лет после нападения на Перл-Харбор], 1995 год [50 лет после бомбардировки Хиросимы и окончания войны] и 1999 год [50-летие со дня основания Китайской Народной Республики]) уделяется большое внимание» [相田洋明 2000: 15].

Результаты проведенного контент-анализа показывают, что журнал «Тайм» в 1990-е г. в отношении образа Японии изменил характеристику с «экономической сверхдержавы» (в первой половине периода) на «страну с обычной экономикой» (в середине периода, когда никаких особых отличительных черт не было), а затем на «страну с отстающей экономикой» и «страну, которая должна догнать Соединенные Штаты» (во второй половине периода). Для лучшего понимания тенденции анализируемого периода сравним эти результаты с выводом, к которому приходит Сода Х. в отношении образа Китая того же периода. Если первая половина 90-х гг. была посвящена вопросам прав человека, возникшим после резни на площади Тяньаньмэнь, то во второй половине периода, после проявленного интереса к вопросу о преемнике Дэн Сяопина, произошел сдвиг в тоне в сторону признания Китая в качестве следующей сверхдержавы и готовности изучить его с разных сторон. И эта смена тональности — от Японии, экономической чудо-державы, к Японии, обычной, а вернее, отсталой стране; и от Китая, страны, отмеченной лишь инцидентом на площади Тяньаньмэнь и проблемами с правами человека, к Китаю, сверхдержаве XXI века, — возможно, привела к относительным изменениям в степени интереса к Японии и Китаю на протяжении 1990-х гг.

Итак, можно отметить, что среди исследований второй половины XX века достаточно большое количество работ использует методы лингвистического анализа. Особенно большое внимание уделяется ассоциативно-семантическому анализу. В СМИ США экономический фактор оказывается решающим при выборе того или иного способа репрезентации Японии в 70—90-х гг. Можно предположить, что в начале XXI в., благодаря активной политике «мягкой силы», которую Япония наряду со многими странами внедряет с целью формирования своего позитивного имиджа на международной арене, образ Японии в современном медиадискурсе США имеет более сложную структуру и зависит от большего количества факторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом анализ исследований, посвященных репрезентации образа Японии и отношению американского общества к Японии с конца XIX в. до 90-х гг. XX в., позволяет согласиться с мнением японского социолога Ёсио Сугимото, который сравнивает отношение Запада к Японии с маятником [Sugimoto 2020: 13]. Эта метафора дает понять, что в разные моменты времени доминирующие образы Японии являются либо исключительно позитивными, либо исключительно негативными. Подобное редко случалось с другими странами, если вообще случалось: обычно как позитивные, так и негативные образы нации имели тенденцию оставаться неизменными. Тем не менее эта метафора действительно подчеркивает западное восприятие Японии парадоксальным образованием.

В большинстве случаев характер отношения к Японии определялся наличием или отсутствием угроз политического или экономического характера именно касательно США. То есть, в отличие от ряда других стран, ни внутригосударственные противоречия, ни территориальные конфликты с другими странами, если они не угрожали США, не отражались значительным образом на репрезентации Японии в СМИ. Также стоит отметить, что в структуре образа Японии в американских СМИ на протяжении всей истории взаимоотношений четко прослеживается попытка представить Японию «особенной», «инаковой», «непостижимой» страной. Но если первое время, когда еще никаких угроз со стороны этой страны не предвиделось или когда Япония была слишком слаба, чтобы представлять угрозу, это работало на создание положительного образа, то в опасные для США периоды эта «инаковость» порождала чувство страха и, как следствие, агрессию.

В связи с особенностями взаимодействия США и Японии проблема отношения Америки к Японии, особенно в период так называемого японского чуда, привлекала внимание многих исследователей, как аме-

риканских, так и японских. Однако после исследования Соды Хироаки и Морриса Наррелла, объектом исследования которых было отношение к Японии в 80—90-е гг., больше изучения данной темы не проводилось.

С тех пор прошло более 20 лет, и мы видим необходимость снова обратиться к этой проблеме. Кроме того, хотя среди методов исследования японских авторов и используются приемы лингвистического анализа, сами по себе они недостаточны для описания полной картины. За последние годы в сфере лингвистических исследований было сделано много, и сейчас в арсенале лингвистов мы можем найти вполне современные и актуальные лингвистические подходы и инструменты, которые способны помочь провести более полный анализ. Среди них выделяются методы корпусной лингвистики, лингвистический контент-анализ, критический анализ дискурса. Обоснованность данного направления исследования, на наш взгляд, предопределяется доминирующим в лингвистике представлением о языке как инструменте человеческой деятельности. Лингвистический анализ позволяет раскрывать не только внутренние языковые закономерности, но и динамику определенных, актуальных на данном этапе развития общества, социальных процессов.

ПРИМЕЧАНИЯ АВТОРА СТАТЬИ

[1] Канагавский договор был подписан 31 марта 1854 г. между США в лице коммодора Мэттью Перри и Японией. Договор открыл японские порты Симода и Хакодате для американской торговли, гарантировал обеспечение безопасности лиц, потерпевших кораблекрушение, и позволил США создать постоянное консульство. Собственно, именно этот договор положил конец политической изоляции Японии, которая длилась двести лет.

[2] Ирландско-греческий прозаик, переводчик и востоковед, специалист по японской литературе. Его сборник включает так называемые кайданы — старинные таинственные, «роковые» японские притчи и сказки. Последние годы своей жизни он провел в Японии. Произведения сборника были проиллюстрированы цветными рисунками японских художников XIX в.

[3] Комментарий автора статьи.

[4] Журнал для морских пехотинцев США.

[5] Этот перевод был применен Марией Нуянзиной в статье «Зададим Японии трёпку!» (Megabashing Japan) сборника «Дебаты под Martini», автор Бакли Кристофер Тейлор, 1997 г.

[6] *Protectionism is an adversary* (протекционизм — противник), *protectionism is an unuseful person* (протекционизм — бесполезный человек), *trade deficit is an adversary* (торговый дефицит — противник), *free trade is an incapable person* (свободная торговля — недееспособный человек), *trade war is an adversery* (торговая война — противник), *high dollar is a culprit* (большие деньги — преступник/виновник), *high dollar is an adversary* (большие деньги — это зло), *dollar-yen exchange rate is a supporter* (обменный курс доллар/иена — сторонник).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Журавлева, В. И. «Давид против Голиафа»: образ России в американской политической карикатуре периода Русско-японской войны / В. И. Журавлева. — Текст : непосредственный // США. Канада: экономика, политика, культура. — 2007. — № 10. — С. 66—84.
2. Журавлева, В. И Образ русской революции в американской политической карикатуристике / В. И. Журавлева — Текст : непосредственный // Российско-американские отношения в прошлом и настоящем: образы, мифы, реальность. — 2007. — С. 157—186.
3. Ильин, Д. А. «Янки готовы бежать, но пока смотрят»: начало русско-японской войны в зеркале прессы США / Д. А. Ильин, З. И. Мамедов. — Текст : электронный // Studia Humanitatis. — 2018. — № 3. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/yanki-gotovy-bezhat-no-poka-smotryat-nachalo-russko-yaponskoy-voyny-v-zerkale-pressy-ssha (дата обращения: 14.04.2022).
4. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон ; [пер. с англ./под ред. и с предисл. А. Н. Баранова]. — Москва : Едиториал УРСС, 2004. — 256 с. — Текст : непосредственный
5. Мещеряков, А. Н. Император Мэйдзи и его Япония / А. Н. Мещеряков. — Москва : Наталис, 2009. — 715 с. — Текст : непосредственный.
6. Молодяков, В. Э. Образ Японии в антиантантовской пропаганде в США в годы Первой мировой войны: журнал «Fatherland», август 1914 — февраль 1917 гг. (к 100-летию начала Первой мировой войны) / В. Э. Молодяков. — Текст : электронный // Ежегодник «Япония». — 2014. — № 43. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-yaponii-v-antiantantovskoy-propagande-v-ssha-v-gody-pervoy-mirovoy-voyny-zhurnal-fatherland-avgust-1914-fevral-1917-gg-k-100-letiyu/viewer (дата обращения: 17.04.2021).
7. Носов, М. С. Отношения между США и Японией: история взлетов и падений (1791—2020) / М. С. Носов. — Москва : Весь мир, 2020. — 416 с. — Текст : непосредственный.
8. Павлов, Д. Б. Русско-японское пропагандистское противостояние на Дальнем Востоке в 1904—1905 гг. / Д. Б. Павлов. — Текст : непосредственный // Труды Института российской истории Российской академии наук. — 2013. — № 11. — С. 365—415.
9. Соколов, Н. Н. Американские буржуазные авторы о влиянии изоляционизма на дальневосточную политику США в 20-е гг. / Н. Н. Соколов. — Текст : непосредственный // Исторические и историографические вопросы внешней политики империалистических государств : межвуз. сб. — Томск : Издательство Томского университета, 1987. — С. 113—132.
10. Швецова, М. Г. Роль СМИ в конструировании образа страны / М. Г. Швецова. — Текст : электронный // Проблемы истории, филологии, культуры. — 2012. — № 3 (37). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-konstruirovanii-obraza-strany (дата обращения: 29.04.2021).
11. Dower, J. W. War Without Mercy: Race and Power in the Pacific War / J. W. Dower. — New York : Pantheon Books, 1986. — 366 p. — Text : unmediated.
12. Johnson, S. K. American attitudes toward Japan, 1941—1975 / S. K. Johnson. — Washington : American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1975. — 114 p. — Text : unmediated.
13. Fairclough, N. Media Discourse Analysis / N. Fairclough. — London ; New York : E. Arnold, 1995. — 214 p. — Text : unmediated.
14. MacDougall, R. Red, brown and yellow perils: Images of the American enemy in the 1940s and 1950s / R. MacDougall. —

Text : unmediated // Journal of Popular Culture. — 1999. — Vol. 32. — № 4. — P. 59—75.

15. Narrelle, M. Destructive Discourse: «Japan-Bashing» in the United States, Australia and Japan in the 1980s and 1990s / M. Narrelle. — Text: electronic // Murdoch University, 2006. — URL: https://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/745/ (date of access: 09.01.2021).

16. Sugimoto, Y. An Introduction to Japanese Society / Y. Sugimoto. — Cambridge : Cambridge University Press, 2014. — 382 p. — Text : unmediated. — DOI: 10.1017/CBO9781107270107.

17. 秋松雅子. 日米経済摩擦に関する米国内新聞投書欄のメタフォリカル・アナリシス // 時事英語学研究. — 1986. — № 25. — P. 1—16.

18. 麻田貞雄. 1920 年代におけるアメリカの日本像:「イメージ研究」の一試論 // 同志社アメリカ研究. — 1965. — № 2. — P. 3—21.

19. 荒木暢也. 米国マスメディアにおける日本関連記事と対日イメージの構成: タイムの日本関連記事・ヘッドラインに見られるイメージ三要素の指摘とその可能性 // 時事英語学研究. — 1988. — № 27. — P. 13—28.

20. 荒木暢也. NEWSWEEK と『ニューズウィーク』に見る日米間の対日イメージ・ギャップの可能性: ヘッドラインに表現されるイメージ要素の対比についての一考察 // 時事英語学研究. — 1989. — № 28. — P. 1—18.

21. 相田洋明. 90 年代 TIME 誌記事における対日, 対中イメージの比較 //時事英語学研究. — 2000. — № 39. — P. 15—27.

REFERENCES

1. Zhuravleva, V. I. (2007). «David protiv Goliafa»: obraz Rossii v amerikanskoy politicheskoy karikature perioda Russko-yaponskoy voyny [“David versus Goliath”: The image of Russia in American political caricature from the Russo-Japanese War]. *SShA. Kanada: ekonomika, politika, kul'tura*, *10*, 66—84. (In Russ.)

2. Zhuravleva, V. I. (2007). Obraz russkoy revolyutsii v amerikanskoy politicheskoy karikaturistike [The image of the Russian Revolution in American political cartoons]. In *Rossiysko-amerikanskie otnosheniya v proshlom i nastoyashchem: obrazy, mify, real'nost'* (pp. 157—186). (In Russ.)

3. Il'in, D. A. (2018). «Yanki gotovy bezhat', no poka smotryat»: nachalo russko-yaponskoy voyny v zerkale pressy SShA [‘Yankees are ready to run away, but still watching’: the outbreak of the Russo-Japanese War in the mirror of US press]. *Studia Humanitaties*, *3*. Retrieved April 14, 2022, from https://cyberleninka.ru/article/n/yanki-gotovy-bezhat-no-poka-smotryat-nachalo-russko-yaponskoy-voyny-v-zerkale-pressy-ssha (In Russ.)

4. Lakoff, J., & Johnson, M. (2004) *Metafory, kotorymi my zhivem* [Metaphors we live by] (Translation from English). Moscow: Editorial URSS, 256 p. (In Russ.)

5. Meshcheryakov, A. N. (2009). *Imperator Meydzi i ego Yaponiya* [Emperor Meiji and his Japan]. Moscow: Natalis, 715 p. (In Russ.)

6. Molodyakov, V. E. (2014). Obraz Yaponii v antiantantovskoy propagande v SShA v gody Pervoy mirovoy voyny: zhurnal «Fatherland», avgust 1914 — fevral' 1917 gg. (k 100-letiyu nachala Pervoy mirovoy voyny) [The Image of Japan in Anti-Antanta Propaganda in the United States during the First World War: ‘Fatherland’, August 1914 — February 1917. (on the 100th anniversary of the outbreak of the First World War)]. *Ezhegodnik «Yaponiya»*, *43*. Retrieved April 17, 2021, from https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-yaponii-v-antiantantovskoy-propagande-v-ssha-v-gody-pervoy-mirovoy-voyny-zhurnal-fatherland-avgust-1914-fevral-1917-gg-k-100-letiyu/viewer (In Russ.)

7. Nosov, M. S. (2020). *Otnosheniya mezhdu SShA i Yaponiey: istoriya vzletov i padeniy (1791—2020)* [The US-Japanese relations: A history of ups and downs (1791-2020)]. Moscow: Izdatel'stvo «Ves' Mir», 416 p. (In Russ.)

8. Pavlov, D. B. (2013). Russko-yaponskoe propagandistskoe protivostoyanie na Dal'nem Vostoke v 1904—1905 gg. [The Russo-Japanese propaganda confrontation in the Far East in 1904-1905]. *Trudy Instituta rossiyskoy istorii RAN*, *11*, 365—415. (In Russ.)

9. Sokolov, N. N. (1987). Amerikanskie burzhuaznye avtory o vliyanii izolyatsionizma na dal'nevostochnuyu politiku SShA v 20-e gg. [American bourgeois authors on the impact of isolationism on the Far Eastern policy of US in the 1920-s]. In *Istoricheskie i istoriograficheskie voprosy vneshney politiki imperialisticheskikh gosudarstv* (pp. 113—132). Tomsk: Tomsk University Publishing. (In Russ.)

10. Shvetsova, M. G. (2012). Rol' SMI v konstruirovanii obraza strany [The role of the media in a country's image’s construction]. *Problemy istorii, filologii, kul'tury*, *3*(37). Retrieved April 29, 2021, from https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-konstruirovanii-obraza-strany (In Russ.)

11. Dower, J. W. (1986). *War Without Mercy: Race and Power in the Pacific War*. New York: Pantheon Books, 366 p.

12. Johnson, S. K. (1975). *American attitudes toward Japan, 1941—1975*. Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 114 p.

13. Fairclough, N. (1995). *Media Discourse Analysis*. London, New York: E. Arnold, 214 p.

14. MacDougall, R. (1999). Red, brown and yellow perils: Images of the American enemy in the 1940s and 1950s. *Journal of Popular Culture*, *32*(4), 59—75.

15. Narrelle, M. (2006). *Destructive Discourse: «Japan-Bashing» in the United States, Australia and Japan in the 1980s and 1990s*. Murdoch University. Retrieved January 9, 2021, from https://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/745/

16. Sugimoto, Y. (2014). *An Introduction to Japanese Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 382 p. DOI: 10.1017/CBO9781107270107.

17. Akimatsu, M. (1986). Nichibei keizai masatsu ni kansuru beikoku shinbun toshoran no metaforikaru anarisisu [Metaphorical analysis of US domestic newspapers’ a letter-to-the-editor columns on US-Japan economic friction]. *Jiji eigogaku kenkyu*, *25*, 1—16. (In Japanese)

18. Asada, S. (1965). 1920nen ni okeru amerika no nihonzo [imeji kenkyu] no ichishiron [American Images of Japan in the 1920s: An Essay in 'Image Studies']. *Doshisha amerika kenkyu*, *2*, 3—21. (In Japanese)

19. Araki, N. (1988). Beikoku masumedia ni okeru nihon kanren kiji to tainichi imeji no kosei: Taimu no nihon kanren kiji, heddorain ni mirareru imeji san’yoso no shiteki to sono kanosei [Japan-related articles and the composition of an image of Japan in the US mass media: the three image components in Time's Japan-related articles and headlines and their potential]. *Jiji eigogaku kenkyu*, *27*, 13—28. (In Japanese)

20. Araki, N. (1989). Newsweek to ‘Nyuzuwiku’ ni miru nichibeikan no tainichi imeji-gyappu no kanosei: heddorain ni hyougen sareru imeji yoso no taihi nit suite no ichikosatsu [The possible US-Japan image gap towards Japan in Newsweek, published in US and Japanese version of Newsweek: a study of the contrast between image elements expressed in the headlines]. *Jiji eigogaku kenkyu*, *28*, 1—18. (In Japanese)

21. Soda, H. (2000). 90nendai ‘Time’shi kiji ni okeru tainichi, taichu imeji no hikaku [Comparison of images of Japan and China in TIME’s articles of the 1990s]. *Jiji eigogaku kenkyu*, *39*, 15—27. (In Japanese)