

Anime kao čimbenik percepcije identiteta Japana i sredstvo kulturne globalizacije

Krupski, Toni

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Science / Sveučilište u Zagrebu, Prirodoslovno-matematički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:217:636571>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Faculty of Science - University of Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Toni Krupski

***Anime* kao čimbenik percepcije identiteta Japana i sredstvo kulturne globalizacije**

Prvostupnički rad

Mentor: prof. dr. sc. Zoran Stiperski

Ocjena: _____

Potpis: _____

Zagreb, 2024. godina.

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Prvostupnički rad

***Anime* kao čimbenik percepcije identiteta Japana i sredstvo kulturne globalizacije**

Toni Krupski

Izvadak: *Anime*, kao važan dio japanske kulture, a ujedno i kao masovno proširen medij na globalnoj razini, brojnom svjetskom stanovništvu služi kao sredstvo upoznavanja s japanskom kulturom, a s druge strane Japanu nudi mogućnost povezivanja sa stanovništvom i kulturama drugih država. Cilj ovog rada je analizirati i utvrditi u kojoj mjeri i na koji način *anime* pridonosi upoznavanju stanovništva svijeta s Japanom te stvaranju njihovih percepcija o Japanu, a s druge strane analizirati kako se i u kolikoj mjeri u izradi *animea*, osim tradicionalnih japanskih kulturnih motiva, koriste kulturni motivi drugih nacija, kojima se nastoji privući i stvoriti gledateljstvo na globalnoj razini. Također se ispituju učinkovitost i doseg tehnika kojima *anime* pridonosi kulturnoj globalizaciji. Metodologija uključuje analizu prethodno objavljene literature na odabranu temu, ili one koja se na nju nadovezuje, analizu drugih aktualnih izvora na promatranu tematiku te izravnu analizu motiva korištenih u pojedinim *anime* filmovima.

36 stranica, 19 grafičkih priloga, 1 tablica, 31 bibliografskih referenci; izvornik na hrvatskom jeziku

Ključne riječi: *anime*, Japan, percepcija, kulturni identitet, globalizacija

Voditelj: prof. dr. sc. Zoran Stiperski

Tema prihvaćena: 9. 2. 2023.

Datum obrane: 19. 9. 2024.

Rad je pohranjen u Središnjoj geografskoj knjižnici Prirodoslovno-matematičkog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Marulićev trg 19, Zagreb, Hrvatska.

BASIC DOCUMENTATION CARD

University of Zagreb
Faculty of Science
Department of Geography

Undergraduate Thesis

Anime as a factor in the perception of Japan's identity and a medium of cultural globalization

Toni Krupski

Abstract: *Anime*, as an important part of Japanese culture, and at the same time as a massively expanded medium on a global level, serves a large number of worldwide population as a means of learning about Japanese culture, while on the other hand offers Japan opportunities to connect with the population and cultures of other countries. The goal of this thesis is to analyze and determine to what extent and in what ways does *anime* contribute to introducing worldwide population to Japan and how it affects their perceptions of Japan, and on the other hand to analyze how and to what extent are foreign cultural motifs used in the production of *anime*, in addition to traditional Japanese cultural motifs, in an attempt to attract and create a global audience. The effectiveness and reach of techniques that *anime* uses to contribute to cultural globalization are also examined. The methodology includes the analysis of previously published literature on the selected topic, or the one that builds upon it, the analysis of other currently relevant references to the given topic, and the direct analysis of motifs used in specific *animes*.

36 pages, 19 figures, 1 table, 31 references; original in Croatian

Keywords: *anime*, Japan, perception, cultural identity, globalisation

Supervisor: Zoran Stiperski, PhD, Full Professor

Undergraduate Thesis title accepted: 09/02/2023

Undergraduate Thesis defense: 19/09/2024

Thesis deposited in Central Geographic Library, Faculty of Science, University of Zagreb, Marulićev trg 19, Zagreb, Croatia

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. ZNAČAJKE <i>ANIMEA</i>	2
2.1. Početci <i>animea</i>	3
2.2. Stil animacije.....	5
2.3. Tematika.....	10
3. KULTURNI IDENTITET JAPANA	12
3.1. Kulturne značajke Japana u <i>animeu</i>	14
3.1.1. Stil	14
3.1.2. Krajolik.....	16
3.1.3. Način života.....	17
3.1.4. Politika	21
4. KULTURNA GLOBALIZACIJA KROZ <i>ANIME</i>	22
4.1. Kulturni doseg	23
4.1.1. Geografija.....	23
4.1.2. Jezik i sinkronizacija	25
4.1.3. Politika	26
4.1.4. Sport	28
4.2. Elementi stranih kultura u <i>animeu</i>	30
4.2.1. Japanska „eurofilija“	31
4.2.2. Popularna kultura	33
5. ZAKLJUČAK	36
6. LITERATURA	IV
7. IZVORI	VI
8. PRILOZI.....	VII
8.1. Popis tablica	VII
8.2. Popis grafičkih priloga	VIII

1. UVOD

Moderno razdoblje 21. stoljeća može se opisati kao razdoblje značajnog utjecaja medija na ljudski život, ponajprije u tzv. zemljama prvog svijeta. Taj utjecaj preseže se kroz niz aspekata ljudske svakidašnjice, od načina življenja, utjecaja na kulturu, stjecanje informacija do stvaranja mišljenja i percepcije. U znanstvenom svijetu pozornost se posebice obraća na utjecaje izvora poput medija na širenje informacija, stjecanje novih saznanja, a u društvenim znanostima izrazito često stvaranje mišljenja i percepcije. Iako su mediji širok pojam, svaki medij je potencijalan izvor informacija. Ovim radom cilj mi je skrenuti pozornost na *anime*, medij koji se, s jedne strane, ne spominje često u svijetu znanosti kao medij širenja informacija, a s druge medij koji je u trećem desetljeću 21. stoljeća globalno rasprostranjen, te barem površinski poznat velikom broju stanovništva. Preciznije definirano, u ovom radu baviti ćemo se utjecajem *animea* primarno na aspekte percepcije i prezentacije informacija kroz *anime*. Objekt promatranja ovog rada putem percepcije biti će Japan, država podrijetla *animea*, čije kulturne značajke imaju izrazit utjecaj na izradu *animea*. Kako je tematika istraživanja fokusirana na kulturu, te kako je *anime* složen medij s širokim područjem tematika i može obuhvaćati niz kulturnih elemenata koji se ne tiču strogo Japana, istraživanje percepcije samo japanskih obilježja ne bi dalo potpunu sliku o kulturnom utjecaju *animea* na globalnu publiku. Tako ćemo u ovom radu prezentirati širu sliku o tome kako *anime* prezentira informacije svojoj publici, tj. kako zadovoljava moderne kriterije pružanja informacija svijetu koji teži k globalizaciji.

Prije upuštanja u analizu navedene teme, potrebno je istaknuti i definirati pojam kulturne globalizacije, procesa koji je jedan od objekata istraživanja ovog rada, a izravno i jedan od „nositelja“ među čimbenicima stvaranja percepcije kod ljudi, Drugoga objekta istraživanja ovog rada. Iako pojam globalizacija ima vrlo široku upotrebu i njegova definicija se može razlikovati ovisno o različitim područjima znanosti, pojam *globalizacije* podrazumijeva pojave i procese međunarodnog povezivanja u svim aspektima života, uključujući društveni, politički, gospodarski, kulturni, obrazovni i dr. (Jagić, 2013). Kulturni aspekt globalizacije, tj. *kulturna globalizacija*, može se najjednostavnije opisati kao susret različitih svjetskih kultura, prilikom kojih se one isprepliću, nadopunjuju i/ili suprotstavljaju. Upravo taj kontrast između nadopunjavanja i suprotstavljanja (ili pak očuvanja vlastitih kulturnih identiteta) biti će prikazan u ovom radu kroz jedan specifičan medij. Kulturni globalizacijski procesi duboko su povezani s medijima i općim širenjem informacijskih tehnologija, te oni izrazito mogu utjecati

na, s jedne strane oblikovanje globalne kulture, a s druge strane na kulturnu revitalizaciju i samosvijest (Hrvatska enciklopedija, 2024). Upravo zato je promatranje kulturnih procesa globalizacije kroz specifičnu vrstu medija česta tema znanstvenih istraživanja. To ne isključuje geografske znanstvene radove i istraživanja, koji se često bave utjecajima globalizacije i prostorne percepcije na stjecanje znanja o geografskim prostornim jedinicama, u ovom radu specifično o Japanu. U geografiji se, sve od *kulturnog obrata*¹ krajem 1980-ih godina, važnost kulture prihvaća većom nego ikada prije, te se ona smatra neodvojivim dijelom ekonomskih, političkih, društvenih i ekoloških procesa kojima se geografija bavi (Šakaja, 2015). Razlog tomu je upravo kulturni aspekt globalizacije, prvenstveno nošen krilima medija.

Cilj ovog rada je analizirati i utvrditi na koji način i u kojoj mjeri *anime* pridonosi upoznavanju globalnog stanovništva s Japanom te stvaranju njihovih percepcija o Japanu, a s druge strane analizirati kako i u kolikoj mjeri *anime* služi kao sredstvo kulturne globalizacije, što kroz njegov globalni doseg, što kroz kulturne značajke i motive drugih područja svijeta zastupljenih kroz *anime*, a što kroz tehnike prilagođavanja globalnoj publici te načine privlačenja i stvaranja gledateljstva na globalnoj razini.

2. ZNAČAJKE ANIMEA

Anime je sredstvo putem kojeg će percepcija Japana i kulturni globalizacijski procesi biti proučavani u ovom radu, tako da je svrha ovog ulomka približiti čitatelju pojam *anime*. Definicija *animea* je naizgled jednostavna, pojam *anime* odnosi se na svaki animirani, odnosno crtani film podrijetlom iz Japana. Međutim, unutar Japana, svaki animirani film smatra se *animeom*, tako da se gornja definicija zapravo primjenjuje samo u ostatku svijeta izvan Japana. Razlog tomu prije svega je etimologija riječi *anime*. *Anime* je skraćeni izraz za „*animēshon*“ (jap. animacija) (TechTarget, 2023), tako da se u Japanu, riječ *anime* zapravo lingvistički poistovjećuje s pojmom animacija, ili animirani film. I dok se u engleskom govornom području i većini ostatka svijeta koristi naziv koji se prevodi kao „animirani film“ ili „crtić“, u *animeu* se za isti pojam koristi riječ *anime*. Ova mala razlika razlog je komplikacijama pri univerzalnoj definiciji pojma. Osim toga, japanski animirani film značajno se razlikuje od animiranog filma zapadnjačkog podrijetla stilom, elementima, kulturnim značajkama, a u novije vrijeme često i načinom animacije. Stoga je danas razlika između „*animea*“ i „animiranog filma“, u velikoj mjeri pitanje kulture (Koska, 2024). Jedno je ipak sigurno, fenomen kojeg danas poznajemo

¹ Kulturni obrat – naziv za razvoj u geografiji krajem 1980-ih godina, koji se temelji na pojačanoj usredotočenosti na kulturu (Šakaja, 2015)

kao *anime* diljem svijeta, i *anime* koji nam služi kao sredstvo doticaja s japanskom kulturom, japanski je animirani film. Upravo tako je objekt istraživanja ovog rada zapravo *anime* prema definiciji korištenoj izvan Japana, odnosno japanska animacija, tako da pri korištenju pojma *anime* tokom ovog rada pozivam na uvodnu definiciju danu u ovom ulomku.

2.1. Počeci *animea*

Anime kakvog znamo danas, ipak je znatno noviji pojam u odnosu na najstarije japanske animirane filmove. Najstariji japanski animirani filmovi u klasičnom kazališnom stilu, prema japanskim stručnjacima za animaciju, potječu iz 1917. godine, a među autore najstarijih japanskih „*animea*“ nedvojbeno se ubrajaju Shimokawa Ōten, Kitayama Seitarō i Kōuchi Jun'ichi² (Litten, 2014). Iako se različiti izvori ne podudaraju oko točnih datuma premijera najstarijih filmova iz 1917., najstariji *anime* čiji je potpuni medijski zapis danas dostupan je *The Famous Sword*, film u trajanju od nekoliko minuta, čiji je autor Kōuchi Jun'ichi. Datum premijere filma bio je 30. lipnja iste godine, dok su potencijalno najstariji japanski *anime* Shimokawini *Imokawa Mukuzō – The Janitor* (Siječanj, 1917.) te *Dekobō's new picture book – Failure of a Great Plan* (Veljača, 1917) (Litten, 2014). Kao što je ranije napomenuto, povijesni izvori ne slažu se oko točnih datuma, tako da je moguće da je *Imokawa Mukuzō – The Janito* prvi put prikazan u travnju iste godine, što bi potonjem dalo titulu prvoga konvencionalnog japanskog animiranog filma. Ako ne uključujemo konvencionalno prikazivane filma u javnim kinima, postoje nalazi prema kojima postoje i starije japanske animacije. U Kyotu 2005., Matsumoto Natsuki otkrio je minutnu filmsku vrpce među kolekcijom starih filmskim zapisa, za koju se danas koristi naziv *Katsudō Shashin* (jap. slika u pokretu). Podatak o točnoj godini nastajanja vrpce nije očuvan, no razni nalazi upućuju na potencijalan nastanak između 1907. i 1912., tako da se *Katsudō Shashin* često smatra najstarijom poznatom japanskom animacijom (Litten, 2014). Poneki ljudi smatraju i korištenje transparentnih slikovnih projektor znanih kao *lanterna magica* pretečom animacije, a njihova upotreba u Japanu zabilježena je još u 19. stoljeću. Ipak, početkom modernog *animea*, koji je danas izvozno sredstvo Japana i koji je svijetu prepoznatljiv kao današnji *anime* pod gornjom definicijom, smatra se 1961. kada je osnovan studio Mushi Productions, a njegov osnivač bio je Osamu Tezuka (poznat i kao „otac *animea*“) (Britannica, 2024). Prvi moderni *anime* koji se

² U skladu s japanskim normama pisanja imena i prezimena u tekstu, prema kojima se prezime stavlja na prvo mjesto

prikazivao i izvan Japana te doživio velik uspjeh je serija *Astro Boy*, koja je prvi put u Japanu emitirana 1963. godine.



Sl. 1. Kadar iz filmske vrpce Katsudō Shashin

Izvor: WooKong, 2022



Sl. 2. Kadar iz izvornog Astro Boya (1963.), najraniji primjer modernog japanskog *animea*

Izvor: *Astro Boy*, 1963

2.2. Stil animacije

Ranije je napomenuto kako je definicija *animea* stvar kulture. Osim jezičnog izraza, japanski *anime* se od zapadnjačkog animiranog filma razlikuje i po stilskim značajkama. Te stilske značajke mogu obuhvaćati način produkcije i izvoza, odnosno emitiranja, razlike u estetici, ali i sadržajne te tematske razlike. Sve od navedenog, a pogotovo sadržajni elementi i česte tematike animiranog filma, u određenoj mjeri uvjetovani su kulturnim razlikama kroz povijest nastajanja animiranog filma. Kultura je promjenjiv pojam, a isto tako je podložna kulturnom susretanju kroz globalizaciju, što se očituje u tehničkom i sadržajnom prilagođavanju animiranog filma publici kroz vrijeme. No brojne razlike u zapadnom i japanskom stilu animacije vidljive su i danas, i u ranim fazama animacije.

Prva pomisao koja ljudima padne na pamet kada čuju riječ *anime* su ljudski likovi šarenih boja kose s velikim očima. *Anime* je sve od svojih modernih početaka 1960-ih pa sve do danas, veoma prepoznatljiv po velikim, detaljno ocrtanim i istaknutim očima likova. Naime, u Japanu je često viđenje velikih i detaljnih očiju kao simbolika za „pogled u dušu“ lika (Britannica, 2024). Taj princip naglašavanja očiju kao ogledala duše očuvao se u *anime* kulturi sve do danas. Ne radi se samo o kulturi crtanja velikih očiju kod likova, već se oči likova koriste za igranje animacijom u svrhu izražavanja osjećaja i namjera likova. Na primjer, većina *animea* koristi promjenu tona ili zasićenost boje očiju likova u trenucima kada se izražava intenzitet neke od emocija kod likova. Kada lik pokazuje veliko uzbuđenje ili sreću, većina japanskih animatora njihove će oči biti prikazane žarkijim tonovima nego inače, sa efektom sjaja, često i s više detalja nego u izvornom dizajnu. Ako lik izražava šok ili izostanak emocija u specifičnom trenutku, ton boje biti će manje jark i zasićen nego inače, često uz promjenu količine detalja. Slično se može primijeniti i na oblik očiju, primjerice kada je izražena emocija ljutnja, oblik očiju će se često promijeniti tako da izgleda mrgodnije. Česti su i nekonvencionalni oblici očiju pri izražavanju pojedinih osjećaja i emocija. Čest primjer je spiralan oblik očiju, vidljiv na sl. 5., kojim se obično nastoji prikazati iscrpljenost ili izrazita zbunjenost likova. Ta animacijska tehnika prikazivanja očiju u Japanu se često naziva *guruguru-me*, što bi u doslovnom prijevodu značilo spiralne oči (Japanese with *anime*, 2019).



Sl. 3. i 4. Igra s promjenom tonova boje i detalja u očima likova pri nagloj promjeni emocija
Izvor: [Oshi no Ko], 2024 (Sezona 2., Epizoda 5.)



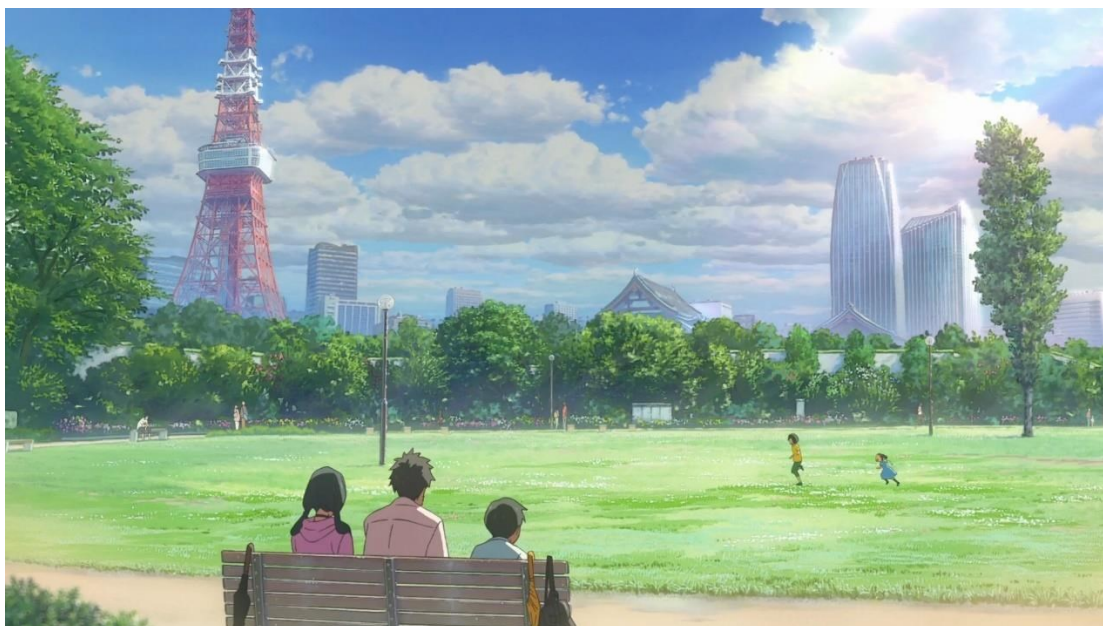
Sl. 5. „Guruguru-me“, spiralni oblik očiju kod *anime* likova
Izvor: *Magical Circle*, 2017 (Epizoda 2.)

Osim očiju, likovi su obično veoma detaljno nacrtani u cijelosti. Po tom se pitanju *anime* često drastično razlikuje od zapadnog stila crtanog filma, gdje je pojednostavljivanje likova, što u svrhu olakšavanja i pojeftinjivanja produkcije, što u pokušaju prebacivanja fokusa na radnju, česta praksa. Jedna od općih misli koja prevladava među japanskim animacijskim studijima je da privlačnost *animea* leži u vizualno prekrasnom završenom proizvodu, privlačnim i zadržavajućim likovima, te sposobnosti pomicanja granica animacije (potonja filozofija često prisutna i u drugim aspektima japanske kulture) (Koska, 2024). Također se smatra kako je vizualni apel *animea* jedna od mogućih prednosti u privlačenju gledateljstva u odnosu na zapadnu animaciju. Kada se u *animeu* koristi „pojednostavljena“ animacija, to je obično s specifičnom nakanom. Najčešći oblik korištenja pojednostavljene animacije je u svrhu dočaravanja komičnih situacija u *anime* filmovima i televizijskim programima, kojima komedija nije primarni cilj, već su obično mračnije, ponekad i zrelije tematike. Primjerice, većina takvog *animea* crtana je izvornim stilom animatora, a kada dođu povremene komične scene, najčešće kao „komično olakšanje“ nakon ozbiljnijih dijelova, u tim specifični kadrovima animacija je prebačena u pojednostavljenu verziju animacije. To pojednostavljenje najčešće se očituje u jednostavnijim oblicima likova ili njihovih lica i pozadinom ispunjenom bojom i/ili uzorcima, umjesto prikazom mjesta radnje. Takve scene obično traju nekoliko sekundi, a cilj im je pojačati komičan učinak. Takva tehnika nije nužno uvijek korištena samo u naslovima ozbiljnije tematike, ali to je najčešća primjena. U rijetkim slučajevima kada je stil crtanja pojednostavljen u cijelosti, najčešće se radi o simbolici specifično u službi radnje specifičnog djela. Dobar primjer toga je *manga Goodnight Punpun*. Još jedan cilj detaljno nacrtanih likova je da likovi budu vizualno privlačni publici, pogotovo među ciljanom publikom svakog pojedinog žanra.



Sl. 6. i 7. Slika 6. (gore) prikazuje kadar prije komičnog trenutka s izvornim stilom animacije, a slika 7. (dolje) kadar neposredno nakon njega, s pojednostavljenom stilom animacije
Izvor: *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba*, 2019 (Sezona 1., Epizoda 14.)

Okoliš se također nastoji prikazati na veoma realističan način, uz veliku količinu detalja i točnosti (točnosti ukoliko se radi o okolišu koji je inspiriran stvarnim geografskim mjestom). Igra boje je, osim na likovima, veoma česta i na pozadinskim detaljima. Uobičajeno će okoliš biti vrlo šarolik, tj. raznobojan, kako bi bio upečatljiviji publici. No osim toga, boje se koriste i u dočaravanju ugođaja i trenutnog raspoloženja likova. Primjerice, tmurnije scene i manje zasićene boje biti će korištene u trenucima kada prevladava tužan ugođaj. Nije strano ni potpuno prebacivanje u crno-bijeli stil animacije u korist dočaravanja tuge i emocionalnih stanja poput depresije. Prilagodba vremena u scenama također je česta tehnika korištena u istu svrhu, a ponekad vrijeme može donositi određenu simboliku, specifičnu za radnju *animea*.



Sl. 8. Tokyo prikazan na realističan i detaljan način u *animeu*

Izvor: *Weathering with You*, 2019

Još jedna bitna karakteristika japanskog *animea* tradicionalno je prijanjanje uz klasični stil animacije, odnosno pokretnu sliku (kolokvijalno često nazivana 2D animacijom). Iako se moderni *anime* stvara digitalnim crtežem, i dalje je riječ o manualno nacrtanim crtežima u pokretu, samo na ekranu umjesto na papiru. U zapadnom svijetu animacije, danas je veoma popularna kompjutorska/vektorska animacija (kolokvijalno često nazivana 3D animacijom), animacija koja posve ovisi o upotrebi digitalne tehnologije. 3D animacija popularna je na Zapadu zbog toga što obično nudi mogućnosti lakšeg postizanja većeg stupnja realizma te prebacuje najteži dio rada na digitalnu tehnologiju, kojeg onda može obavljati manji broj ljudi. Usprkos takvom razvoju tehnologije, japanski *anime* drži se isključivo 2D animacije, koja se koristila od samih početaka *animea*. Slike kreirane kompjutorskom tehnologijom povremeno se koriste u modernom *animeu*, ali samo u manjim dozama, najčešće u svrhu olakšavanja kompliciranih isječaka ili kreiranja posebnih vizualnih efekata (tijekom borbi i sl.). Takva praksa nažalost podrazumijeva i velik broj ljudi koji trebaju sudjelovati u izradi *animea* te generalno kompliciranu proceduru izrade, bez obzira na opremljenost najnovijom tehnologijom (ponovna apelacija na filozofiju „pomicanja granica“). Produkcija čitavog djela zato je radno intenzivna i može trajati mjesecima ili čak godinama, ovisno o duljini. U izradi televizijskih programa, tj. serija, koji obično imaju ograničeno vrijeme produkcije, radna intenzivnost izrade *animea* može biti posebno izražena.

2.3. Tematika

Kako pojam *anime* u Japanu obuhvaća svaki animirani film, *anime* krasi niz mogućih tematika za prikazivanje. Japanci ne biraju što će isključivo crtati, a što neće. Animacija je za japansko stanovništvo prije svega sredstvo izražavanja, koju god temu ili priču autori žele prikazati crtežom obliku, oni će nastojati to i učiniti. Po tome se u velik mjeri *anime* razlikuje od animiranih filmova izvan Japana. Animirani film u ostatku svijeta, najčešće ima djecu kao ciljanu publiku, i tako je sadržaj i tematika tih filmova i televizijskih programa, najčešće prilagođena njima, što rezultira manjkom konvencionalnih žanrova u sektoru animiranog filma. U počecima *animea*, prije nego je medij bio toliko popularan kao danas, spektar žanrova bio je siromašniji, ali s vremenom se razvio tako da pokriva niz različitih žanrova te sadržaje za svaku demografsku skupinu, od djece do odraslih (Koska, 2024). Prije podjele *animea* po žanru i demografiji, bitno je razumjeti kako veliki broj *animea* danas nisu izvorni materijal priča koje prikazuju. Najčešće se radi o adaptacijama iz japanske literature, najčešće *mangi*.

Manga je pojam koji, slično poput *animea* s animiranim filmom, predstavlja stripove nastale u Japanu. Za razliku od *animea* i brojnih stripova sa Zapada, *mange* se i danas izrađuju u crno-bijelom stilu. Još jedna upečatljiva razlika *mangi* od zapadnih stripova je smjer čitanja s desna na lijevo, dok je obrnuto u zapadnim stripovima. Pojmovi *manga* i *anime* često idu ruku pod ruku, te su međusobno teško razdvojivi elementi japanske kulture (Koska, 2024). Brojni *anime* su prije svega adaptacije izvornih priča iz *mangi*, tako da su istim putem, neke stilske značajke „naslijedili“ od *mangi*. *Manga* ima dugu povijest koja datira čak i prije zapadnih stripova (Koska, 2024), tako da su brojne tradicionalne stilske značajke česte u *animeu*, poput detaljno stiliziranih likova, prvo bile kristalizirane u izradi *mangi*. *Mange* su i samostalno prošle kroz procese globalizacije tokom svoje povijesti. Sve od završetka *razdoblja Edo*³ u drugoj polovici 19. st., kada su japanske granice postale otvorene svijetu, Japanski su autori postepeno primjenjivali tehnike prije svega zapadnjačkih kultura u svojim stripovima, tako da je broj popularnih žanrova do suvremenog doba samo rastao.

S obzirom na blisku povezanost *animea* s *mangom*, temeljna podjela *animea* ujedno je proizašla iz žanrovske i demografske podjele *mangi*. *Manga* se obično kategorizira prije svega po demografskoj podjeli, a onda tek po tematskoj, princip koji je prešao na *anime*, tako da se ponekad nazivi za ciljanu demografska skupinu danas miješaju s žanrovima, što je u nekoj mjeri

³ Edo (Tokugawa) razdoblje – naziv za razdoblje u povijesti Japana od 1603. do 1868., koje je obilježila vladavina šogunata (oblik vlasti na čijem je čelu šogun) Tokugawa. To je bilo razdoblje snažne izolacije Japana od ostatka svijeta, a minimalne veze s vanjskim svijetom bile su trgovinske (University of Pittsburgh, 2004)

povezano i s tendencijom povezivanja specifičnih žanrova sa ciljanom publikom. Žanrovska podjela dobrim dijelom je slična generalnoj žanrovskoj podjeli filmskih medija, a žanrovi uključuju, ali ne i isključivo: akcijski, pustolovni, fantastični, sportski, romantični, sci-fi, drama, horor... Neki klasificirani žanrovi *animea*, ipak su isključivi za *anime*, te nisu prepoznati kao filmski žanrovi diljem svijeta. Navedene žanrove možemo vidjeti u tablici 1.

Tabl. 1. Žanrovi karakteristični isključivo za *anime*

Žanr	Opis	Primjeri poznatih naslova
<i>mecha</i>	U središtu zbivanja su meche, divovski humanoidni roboti kojima upravljaju ljudi	<i>Neon Genesis Evangelion, Darling in the FranXX</i>
<i>slice of life</i>	Prikazuje svakodnevni život likova i zbivanja oko njih	<i>Silent Voice, Violet Evergarden</i>
<i>mahou shōjo/magical girl</i>	Glavni likovi su djevojčice s magičnim moćima	<i>Puella Magi Madoka Magica, Magical Girl Site</i>
<i>isekai</i>	Glavni lik napusti svoj stvarni svijet (tipično smrću) i nađe se u posve drugom, uobičajeno fantastičnom svijetu	<i>Re: Zero, Mushoku Tensei: Jobless Reincarnation</i>
<i>yaoi</i>	Obuhvaća romantičnu vezu između dvoje muškaraca	<i>Yuri!!! On Ice, Banana Fish</i>
<i>yuri</i>	Obuhvaća romantičnu vezu između dviju žena	<i>Bloom Into You, The Rose of Versailles</i>
<i>harem</i>	Protagonist je u stalnom okruženju velikog broja ženskih likova	<i>Date A Live, The Quintessential Quintuplets</i>
<i>ecchi</i>	<i>Anime</i> s izraženom spolnom eksplicitnošću i brojnim odraslim šalama	<i>High School DxD, High School of the Dead</i>
<i>idol</i>	Radnja se vrti u okruženju japanske popularne „idol kulture“	<i>[Oshi no Ko], The iDOLM@STER</i>

Izvor: Autor prema podacima Beebom, 2023

Po usmjerenosti na demografske skupine, *anime* (i *manga*) može se najjednostavnije podijeliti na sljedeće kategorije: *shōnen* (jap. dječak) – ciljana skupina su dječaci/tinejdžeri;, *shōjo* (jap. djevojčica) – ciljana skupina su djevojčice/tinejdžerice;, *seinen*

(jap. mladići) – ciljana skupina su zreli i odrasli muškarci;, *josei* (jap. žene) – ciljana skupina su odrasle žene; i *kodomuke* (jap. djeca) – ciljana skupina su djeca, tipično do 12 godina. I dok naravno, ljudi različite dobi i spola od ciljane skupine mogu pratiti i uživati u svakoj navedenoj skupini *animea*, kulturne su tendencije klasificiranja pojedinih žanrova pod specifičnu demografsku kategoriju. Tako su primjerice, klasificirani *shōnen anime* uobičajeno akcijski, pustolovni, fantastični, sci-fi i sportski *anime*, između ostalih, dok su *shōjo anime* dominantno komedije, drame, romantični i fantastični *anime*, između ostalih. Također, *shōnen* i *seinen anime* imaju muške likove kao protagoniste, dok *shōjo* i *josei* imaju ženske likove kao protagoniste. *Seinen* i *josei anime* uobičajeno sadrže zreliju tematiku u odnosu na ostale navedene kategorije, a nerijetko uključuju i sadržaje koji nisu primjereni mlađim gledateljima, poput groteske, nasilja i spolno eksplicitnih scena (Beebom, 2023).

Neka generalizirana obilježja tematike *animea* uključuju naglasak na razvoj karaktera likova kroz trajanje *animea*. Glavni likovi su najčešće višedimenzionalni, s vrlinama i manama, a njihov karakter često je usporediv stvarnim ljudima. Likovi imaju svoje moralne obrasce, ciljeve, ambicije i snove, te im je često cilj oslikati situacije iz stvarnog života, uključujući i kroz fantastičnu tematiku. *Anime* također često propituje dublje filozofske teme, čak i u kategorijama *animea* namijenjenim mlađoj publici. Tako primjerice *shōnen* i *shōjo anime*, iako su namijenjeni tinejdžerima, često inkorporiraju ozbiljnije i dublje tematike vezane uz svijet odrastanja, najčešće u službi dočaravanja procesa odrastanja. Još jedna gotovo univerzalno obilježje *animea* je jasan tok radnje i završetak. Čak i kod dugovremeno emitiranih televizijskih serija, nastavci/epizode se obično nadovezuju jedna na drugu, te u jednom trenutku dosegnu kraj priče, cementirajući radnju i razvoj likova tokom *animea* (Koska, 2024).

3. KULTURNI IDENTITET JAPANA

Svakog pojedinca karakterizira njihov identitet. Identitet s kojim se pojedinac poistovjećuje uvjetovan je svim aspektima života, tako da i sam identitet se može karakterizirati u više aspekata. To uključuje i aspekte života poput etničke pripadnosti, stila života, vjere, društvenih normi i dr., aspekti kojima je zajedničko jedno, uvjetovani su kulturom svog geografskog prostora i ujedno su dio nje. Kada gledamo kako ti aspekti kulture utječu na formiranje identiteta, govorimo o *kulturnom identitetu* (Šakaja, 2015). Identitet nije pojam koji se isključivo mora odnositi na pojedince. Kada gledamo kako svi ovi kulturni čimbenici utječu na geografski prostor na kojem djeluju, i na svo njegovo stanovništvo, javljaju se brojne sličnosti. Kulturne značajke životnog prostora neće na svakog pojedinca utjecati jednako, no

ako uzmemo u obzir veliki broj pojedinaca koji su pod utjecajem kulture istog životnog prostora, nezaobilazno je dobiti slične kulturne obrasce ponašanja. Isto kao što se dešava u geografiji pri određivanju kulturnih i tradicionalnih regija, nemoguće ih je savršeno prostorno definirati jer različiti kulturni aspekti neće biti prisutni na posve istom području kao drugi aspekti, ali kada se temeljito ispituju svi aspekti, javiti će se pojedini kulturni obrasci. Stanovništvo je prije svega i glavni nositelj kulture, tako da možemo reći kako je kultura nekog geografskog prostora slična kulturnom djelovanju većinskog dijela njegovog stanovništva. Prema tome, možemo reći kako svaki naseljeni geografski prostor ima svoj kulturni identitet. Međutim, tu globalizacija ulazi u igru. Kada sve veći broj pojedinaca izvan određenog geografskog prostora ima pristup različitim informacijama o dotičnom geografskom prostoru, javlja se veliki broj različitih „mentalnih slika“ tog prostora među stanovništvom izvan njega (u geografiji koncept inače poznat kao *imaginativne geografije*⁴). Tada govorimo o različitim *percepcijama* prostora, koje su uvjetovane izvorima informacija. Te percepcije su ono što je u fokusu istraživanja ovog rada.

Japan je jasno definiran geografski prostor, specifična nezavisna država, odnosno carstvo. U Japanu postoji niz različitih kultura, no kada ga promatramo u cijelosti, neophodno je uočiti pojedine kulturne obrasce koji bi se mogli primijeniti na gotovo cijeli Japan. Kada uzmemo u obzir globalizacijski aspekt, brojne informacije i proizvodi iz Japana dostupni su svijetu, a uglavnom su brendirani kao „japanski“, jer je Japan geografski precizno definiran pojam. Tako se među stanovništvom svijeta, percepcija Japana na temelju japanskih proizvoda i informacija uglavnom odnosi na Japan u cijelosti. Primjerice, informacije o pojedinim kulturama unutar Japana koje su široko dostupne (najčešće se onda radi o popularnim kulturama u Japanu), mogu definirati percepciju vanjskog stanovništva o cijelom Japanu. Motivi poput *animea*, računalnih igrica, ribolova, sušija, budizma, visokih tehnologija, kimona, Drugoga svjetskog rata i dr., kojih se ljudi često sjete u pomisli na Japan, nedvojbeno su bitni elementi u globalnoj percepciji identiteta Japana. Međutim, sve dostupne informacije o Japanu razlikuju se, tako da njihova specifičnost i rasprostranjenost mogu različito utjecati na stvaranje „mentalnih mapi“ Japana. Kroz *anime*, kao japanski popularni proizvod i izvor informacija, vidjet ćemo kako je jedan takav izvor informacija sposoban oslikati viziju japanskog kulturnog identiteta.

⁴ Imaginativne geografije – u geografiji, reprezentacije nekog mjesta strukturirane našom percepcijom o svijetu ili pojedinom prostoru (Šakaja, 2015)

3.1. Kulturne značajke Japana u *animeu*

Anime se smatra djelom popularne japanske kulture, i stoga je poznat fenomen diljem svijeta. Kao medij s brojnom gledanošću izvan Japana, *anime* može biti korišten kao idealno sredstvo stvaranja imaginativnih geografijskih Japana. Ljudi koji gledaju *anime*, nedvojbeno će moći uočiti kulturne obrasce i značajke Japana prikazanih kroz *anime* koje gledaju. *Anime* često inspiraciju za elemente poput priče, krajolika u *animeu*, dizajn likova, detalje iz svakodnevnog života i dr., crpi iz tradicionalnih japanskih kulturnih značajki, ili pak japanske povijesti. U ovom ulomku, ući ćemo u analizu čestih kulturnih obrazaca karakterističnih za Japan, koji se često prikazuju kroz *anime*, kako bismo vidjeli kakvu percepciju Japana *anime* stvara među globalnom publikom.

3.1.1. Stil

Sa nekim uobičajenim stilskim tehnikama i značajkama *animea* upoznali smo se ranije u radu, a sada ćemo vidjeti kako te stilske značajke mogu služiti u oslikavanju japanske kulturne svakodnevice. Prije svega, dizajn likova i krajolika koji već godinama slijedi brojne slične tendencije i standarde kroz cjelokupni medij, često oslikava pojedine japanske vrijednosti i filozofije od kojih se teško odvojiti. Spomenuto je kako *anime* obraća veliku pozornost na detalj. Ta se pozornost na detalj, često povezuje s japanskim idealima ljepote i napornog rada te temeljite posvećenosti radnim izazovima koji se postavljaju pred narod. Što preciznijim detaljima, japanska se arhitektura nastoji prikazati u što vjerodostojnijem i ljepšem svijetlu gledateljstvu. Japanskoj publici to također omogućuje lakše poistovjećivanje sa svakodnevicom stvarnog života i pospešuje dublje upuštanje u radnju. Drugi elementi prepoznatljivog *anime* stila, pak se odlikuju oslikavanjem japanskih vrijednosti jednostavnosti u likovnoj umjetnosti. To se prije svega odnosi na sam stil crtanja, umjesto na detaljnost i crtežom prikazivane objekte. Glavne značajke koje to oslikavaju su korištenje tankih linija, minimalno korištenje sjenčanja te držanje pri dvodimenzionalnom prikazu (tj. manimalni fokus da stvaranje dojma trodimenzionalnosti na papiru). Takav umjetnički pristup *animeu* u velikoj je mjeri inspiriran japanskim likovnim umjetnostima *ukiyo-e*⁵ i *mangom* (Chandio, 2023).

Pozornost na detalj primjenjuje se i na likove, međutim, napomenuto je kako likovi, iako detaljno iscrtani, zapravo ne nalikuju posve stvarnim ljudima. Zanimljivo i pomalo

⁵ Ukiyo-e – (jap. „plutajući svijet“) tip drvoreza i slika koji su često prikazivali elemente japanske stvarnosti koji su bili smatrani simbolima ljepote kroz povijest

kontradiktorno tendenciji detaljnog i realističnog crteža, pojedine nerealne značajke kod likova, također proizlaze iz japanskih principa tradicionalne likovne umjetnosti, koji se snažno odlikuju jednostavnošću i elegancijom. Jednostavnost likovnog izraza ovdje se odlikuje, umjesto manjkom detalja, prikazivanjem nerealnih proporcija i boja kod likova. S jedne strane, time se prigrljuje nesavršenost, a s druge strane privlači pozornost publike naglašavanjem pojedinih dijelova tijela. Velike oči su tako, osim što se smatraju japanskim standardom ljepote, ono što često skreće pozornost gledatelja, a služe i kao sredstvo karakterizacije likova, kako je ranije objašnjeno. Naglašavanje boja često se koristi u istu svrhu. Korištenje šarolikih i manje realističnih boja, često se koristi u svrhu odvajanja ideala ljepote od stvarnosti. Tako primjerice, u fantastičnim žanrovima, likovi će češće djelovati posve nestvarno, nesavršeno, a opet, veoma primamljivo korištenjem vrlo izričitih i šarolikih boja. Likovi koji su bliži stvarnosti, često će imati nešto realističnije boje, npr. kose (no ne i isključivo), a njihove će se nesavršenosti, češće naglašavati kroz karakterizaciju i priču. Korištenje boja može se koristiti i u svrhu približavanja osobnosti lika (npr. korištenje jarkih boja kose kod živahnih likova punih energije).

Metode pripovijedanja priče, također se nerijetko koriste kao oslikavanje japanskih ideala. Neke od takvih metoda uključuju *monomyth* i *kishotenketsu* (Chandio, 2023). Metoda pripovijedanja *monomyth*, koja se može opisati kao „herojevo putovanje“, simbolizira japansku težnju osobnom rastu i razvoju karaktera kroz život. *Monomyth* tehnika obično uključuje životno putovanje glavnog lika, na kraju kojeg on(a) izlazi posve promijenjen(a) u odnosu na početak. Takav trop obično započinje svakodnevnim životom protagonista, događajem koji uzrokuje njihov izlaz iz svakodnevnog života i zone komfora, životne poteškoće i prepreke koje doživljava tijekom trajanja *animea*, te zaključak njihove priče i kristalizaciju karaktera (Chandio, 2023). Ovakva tehnika pripovijedanja pokazuje se veoma uspješnom, kako ona obilježava niz popularnih *animea*, uključujući i neke od najpopularnijih naslova današnjice, poput *Naruto*, *Attack on Titan*, *Demon Slayer* i sl. Ova tehnika pripovijedanja najpopularnija je među *shōnen* i *seinen* kategorijama. *Kishotenketsu* tehnika se pak fokusira na iznenađenju. Ona obuhvaća uvod u likove i temu, njihov razvoj, ali obično u ključnim trenucima slijedi obrat koji može promijeniti tok priče, nakon kojeg slijedi zaključak, koji može biti posve iznenađujući (Chandio, 2023). Osim što se iznenađenjem vrlo lako uvlači gledateljstvo u priču, ono često simbolizira japansku misao o nepredvidivosti života, ljudi i situacija u kojima se možemo naći. Česte teme u *animeu*, također su mnogo puta odraz problematika aktualnih među japanskim stanovništvom. Neke od čestih tema u popularnom *animeu* uključuju, ali ne i isključivo: proces odrastanja, osobni rast, školski život, vršnjačko nasilje, radnu kulturu u Japanu i njezine

probleme, borba sa usamljenošću i depresijom i dr. - što su sve teme aktualne za Japan i problematike s kojima se japansko stanovništvo suočava svakodnevno (Koska, 2024).

3.1.2. Krajolik

Osim što je stil crtanja krajolika u *animeu* detaljan, krajolik se nastoji prikazati što sličnije i vjerodostojnije stvarnim lokacijama koje su predstavljene u *animeu*, barem ako se radnja odvija u Japanu, a ne nekom fikcijskom svijetu. To je samo po sebi već odlika precizne i točne reprezentacije japanske arhitekture, a dobrim dijelom i načina života, kroz uvid u okruženje u kakvom Japanci nekog specifičnog područja žive. Nazivi stvarnih japanskih gradova i lokacija na kojima se likovi u trenutku radnje nalaze, obično se ne izostavljaju tokom radnji koje se odvijaju na tim lokacijama, dajući publici neki osnovni uvid u japansku geografiju. U *slice of life* žanru, ili općenito naslovima koji se odvijaju u stvarnoživotnom okruženju, likovi nerijetko imaju kartu Japana obješenu na zidovima, radnim stolovima, ili je ona pak vidljiva kroz televizijski program koji likovi gledaju u određenim scenama, poput vijesti ili vremenske prognoze. Takve scene u *slice of life* žanru su, dapače, veoma česte.



Sl. 9. i 10. Jedan od plakata za film *Your Name*. (2016.) i njegova stvarna lokacija u Tokyu
Izvori: Comix Wave Films, 2016 i Chandio, 2023

Japanska animacija često obraća pažnju na povijesne detalje. Ako je radnja vremenski smještena u Japanu u nekom definiranom razdoblju u povijesti, krajolik će biti maksimalno prilagođen reprezentacijama tih vremena kroz povijesne izvore i literaturu, iako će stvarna geografska točnost izostati u odnosu na suvremeni Japan. Dobar primjer toga je popularni *shōnen anime Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba*, koji je još uvijek u procesu izrade i emitiranja. Radnja se odvija u Taishō periodu (1912 – 1926) (University of Pittsburgh, 2004), te arhitektura prikazana u *animeu* detaljno odgovara opisima tog razdoblja u japanskoj povijesti, koje je, osim vojnom aktivnošću, obilježeno velikim razvojem arhitekture u gradovima. Sam protagonist je, u jednom trenutku, kada se radnja nakratko zbivala u Tokyu, ostao iznenađen arhitekturom grada, kao dijete koje je odrastao u izoliranom gospodarstvu ruralnog područja. Serija nekolicinu puta u svrhu radnje navodi reference na prošlost, i pritom pazi na povijesnu točnost. Tako se primjerice, na razdoblje oko 1000 godina prije vremena radnje, izričito upućuje kao razdoblje Heian (794 – 1185) (University of Pittsburgh, 2004).

3.1.3. Način života

Jedna od glavnih kulturnih značajki odnosi se na to kako kultura nekog prostora utječe na način života stanovništva. To uključuje obrazovanje, vjeru, prehranu, slobodno vrijeme, javna zbivanja, popularnu kulturu i dr. *Anime* ni u ovom aspektu ne manjka ponavljajućih obrazaca među naslovima koji su radnjom smješteni u Japanu.

Poznato je kako je japansko stanovništvo veoma okrenuto temeljitom obrazovanju stanovništva i razvijanju modernih zanimanja uslužnog i znanstvenog sektora. Tako da je obrazovanje danas izričito bitan i često naglašavan element japanskog načina življenja. Kako većina najpopularnijih naslova današnjice spada pod *shōnen* ili *shōjo* kategoriju, najveća gledanost u Japanu se postiže upravo među tinejdžerima ili adolescentima. Glavni likovi takvih *animea* uglavnom su sličnog godišta, a u slučajevima kada je radnja smještena u Japanu, škola je često ili u centru radnje, ili postoje barem tragovi školskog života glavnih likova. Škole u *animeu* također su objekt realističnog prikazivanja u skladu s japanskom kulturom. Kako se najčešće u *animeu* radi o srednjim školama, one u *animeu* obično traju 3 godine, kao i u stvarnosti u Japanu. Likovi su često članovi tzv. „školskih klubova“, naziv za razne izvankurikulative aktivnosti koje se odvijaju u japanskim školama, koje većina japanskih studenata u stvarnosti svojevoljno pohađa, u skladu sa svojim interesima. Ti klubovi, mnogim su japanskim studentima samo jedan oblik provođenja slobodnog vremena. Klubovi mogu obuhvaćati širok spektar aktivnosti, ovisno o količini zainteresiranih studenata, ali najčešće

obuhvaćaju područja koja se smatraju bitnim dijelom obrazovanja u japanskim školama: znanost, tjelesna sprema (sportske aktivnosti) i tradicionalne umjetnosti – glazba, likovna umjetnost i sl. Takve su aktivnosti često predstavljene kroz *anime* kao klupske aktivnosti. Nadalje, likovi u *animeu*, gotovo bez iznimke, nose školske uniforme u školi. To je još jedna česta značajka japanskih osnovnih i srednjih škola, a kroz *anime* je gotovo nepogrešivo istaknuta. Svaki *anime* koji se odvija u školi kao glavnom mjestu radnje, također uobičajeno jedan dio radnje posvećuje školskim festivalima, javnim događajima u japanskim školama koje organiziraju uglavnom studenti škole, a namijenjeni su ljudima izvan škole za javnu posjetu, najčešće članovima obitelji. U Hrvatskoj nešto usporedivo tomu možemo smatrati „Dane otvorenih vrata“, iako *anime* izričito implicira na to kako su to u Japanu događanja koja su ugođajem sličnija festivalima, uz mnogo zabavnog sadržaja, osim samog predstavljanja studentskih vještina. Dobar primjer navedenih reprezentacija školskog života u Japanu su djela Maede Juna, koji je stvorio nekolicinu poznatih djela poput *Clannad*, *Air*, *Angel Beats!* i *Charlotte*. Iako se radi o djelima koja uključuju poneke nadnaravne elemente, njihova se radnja gotovo uvijek vrti oko života japanskih tinejdžera, s velikim dijelom radnje smještenim u školskom okruženju.

Anime često predstavlja neke svoje prepoznatljive proizvode kroz *anime*, uključujući *otaku kulturu*, hranu i slične elemente. Tinejdžeri u djelima smještenih u stvarnom okruženju, često su likovi ili opsjednuti, ili vrlo zainteresirani u čitanje *mangi*, igranje videoigri, gledanje japanskih televizijskih programa i sl. Također, pojedina jela vrlo su često sredstvo ponavljanja kroz niz različitih *animea*, što ne isključuje ni naslove smještene u fantastičnom svijetu. Gledatelji *animea* primjećuju kako su jela poput omurice (riža s omletom), onigiri (rižine kuglice), kari, tempura (pohani morski plodovi), reanaca ramen i udon i sl., stalna pojava u *animeima* koji se baziraju na japanskoj kulturi. Radi se naravno, o jelima koja su podrijetlom iz Japana i/ili su često konzumirana među svim slojevima stanovništva. Također, sushi, svjetski poznato japanski brendirano jelo od sirove ribe, u *animeu* se najčešće konzumira vani, u otmjenim restoranima, kako se sushi u Japanu tradicionalno smatrao otmjenim jelom. Nerijetko ćemo u *animeu* naići i na scene gdje odrasli likovi konzumiraju sake, tradicionalno japansko alkoholno piće na bazi riže. Prilikom jela u *animeu*, likovi često prije jela, prekrštenih ruku, zahvaljuju za obrok frazom *itadakimasu*, što bi se u doslovnom prijevodu prevelo kao „ponizno primam“. Radi se zapravo o japanskoj krilatici, koja se primarno koristi kao izraz zahvaljivanja prije obroka. Ta zahvala u Japanu je univerzalna, što znači da se njome zahvaljuje svima odgovornima za mogućnost posluživanja jela na njihovom stolu. Neki tako zahvaljuju osobi koja je jelo pripremila, neki farmerima, proizvođačima i radnicima bez kojih namirnica ne bi

bile dostupne, neki Bogu, a neki svima njima (How To Japan, 2021). Fraza se također može koristiti i kao univerzalno „hvala“, i u tom se smislu smatra vrlo pristojnom frazom, kako se „*itadaku*“ odnosi na primanje dara od neke osobe, obično višeg društvenog statusa (How To Japan, 2021).

To nam pruža odličan uvod u prikaz vjere kroz *anime*. Bez konteksta, mnogo bi ljudi pomislilo kako je gore navedeni primjer korištenja fraze „*itadakimasu*“, aludiranje na vjersku kulturu Japana. Iako to može biti slučaj, ona nije strogo definirana kao takva. Japan je država izuzetne vjerske raznolikosti. Premda od religija prevladavaju šintoizam i budizam, ne postoji dominantna religija, a broj ljudi koji se definiraju kao ateisti ili koji ne slijede specifično jednu religiju raste. Prema *A Study of the Japanese National Character, 2013*, čak 72,0% stanovništva Japana ne izražava vjernost nijednoj specifičnoj religiji (Nakamura i dr., 2017). *Anime* vrlo dobro oslikava ovu religijsku raznolikost Japana. S obzirom na to da ne postoji jedna dominantna religijska skupina, Bog se kroz *anime* najčešće označava nedefinirano, kao *kami* (jap. bog, božanstvo). Ponekad se ipak oslovljava kao „Buda“, kako je budizam najraširenija velika religija u Japanu. Ipak, generalizirani tretman religije kroz *anime*, vrlo je nespecifičan i kritičan. Smještanje religijske tematike u središte radnje, izuzetno je rijetko, te se religijske teme najčešće isprepliću s političkim pitanjima i problemima koji se propituju kroz *anime*. Likovi nerijetko i sami propituju postojanje Boga kroz *anime*, a sama religijska tematika rijetko kada je u fokusu japanskih *animea*. Moglo bi se reći kako *anime* dobro oslikava religijsku stvarnost Japana, u kojoj se 72% ljudi strogo ne poistovjećuje ni sa jednom religijom. Kada je *anime* smješten u fantastičnom svijetu, božanstva su često izmišljena i služe izričito u svrhu odvijanja radnje, a njihovi likovi uglavnom su simbolične prirode.

Anime također u velikoj mjeri pruža pogled u japansku popularnu kulturu i događanja. Kao primjer toga istaknuti ćemo japansku „idol kulturu“, koja je se odnosi na kulturu obožavanja pojedinih javnih osoba u zabavnoj industriji kao idola, osoba koje se smatraju društvenim, modnim i fizičkim oličenjima savršenstva u skladu s japanskim idealima. Idol kulturi posvećen je cijeli „idol“ žanr *animea*, ranije napomenut, u kojem se radnja vrti upravo oko likova koji se smatraju idolima u Japanu, njihovih svakodnevnica i čestih problematika koje obilježavaju japansku zabavnu industriju i živote idola. Kao drugi primjer istaknuti ćemo značaj japanskih ljetnih festivala za *anime*. Festivalaska događanja, jedan su od omiljenih alata *anime* filmova u oslikavanju atmosfere japanskih svečanosti. Prikazivanje festivala kroz *anime* ima veći broj svrha. Prije svega, oni služe dočaravanju japanskih ideala ljepote, te su u *animeu* prikazani vrlo šaroliku, pružajući često neke od vizualno najatraktivnijih scena u cijelom *animeu*, tako privlačeći publiku. Ta ljepota obično ima i simboličnu svrhu, ona simbolizira rast

i ljepotu likova koji su u centru pažnje. Festivali u *animeu* su obično mjesta na kojima se odvijaju vrlo bitni dijelovi radnje, nerijetko preokreti i raspleti čitave radnje. U takvim trenucima, likovi često izlaze iz svoje zone komfora, pokazuju emocije koje inače sakrivaju, donose bitne odluke, i sl. Cilj šarolikog i bogatog okruženja na festivalima je oslikati ljepotu razvoja karaktera likova koja se zbiva u tim trenucima. Festivali u *animeu* gotovo bez iznimke uključuju vatromet, koji često simbolizira „cvjetanje“, novo rođenje. Vatromet u *animeu* simbolizira ljepotu i razvoj karaktera, te se često ključne scene *anime* filmova događaju upravo za vrijeme trajanja vatrometa. Nakon toga, prikazivanje festivala izravno je predstavljanje japanske kulture. Ljetni festivali, jedna su od veoma značajnih turističkih atrakcija posjetiteljima u Japanu, a predstavljaju bitan oblik zabave lokalnog stanovništva. Procjenjuje se kako se u Japanu godišnje održava između 100 i 300 tisuća festivala (Nippon.com, 2012), dok ih je čak 33 na UNESCO-vom popisu zaštićene nematerijalne baštine (Cultural Heritage Online, 2024). I u stvarnom životu, vatromet je često dio programa japanskih festivala. U *animeu*, na festivalima također možemo vidjeti brojne štandove koje prodaju japanske ulične poslastice, poput takoyakija (tijesto okruglog oblika punjeno mesom od hobotnice) i močija (vrsta punjenog rižinog kolača). Još jedna zanimljiva uloga festivala u *animeu* je suptilno oslikavanje religioznosti. Zanimljivo je kako je, većina japanskih festivala izvorno nastala štovanjem raznih religijskih figura diljem Japana. Međutim, u *animeu* se svrha festivala koji se odvija, rijetko ikada ističe. Njihov je primarni cilj dočarati japansku festivalsku kulturu te popratiti razvoj radnje na najbolji mogući način. Simbolično, ovakav način prikazivanja festivala kroz *anime* poprilično precizno oslikava utjecaj religije na Japan. Oslikava činjenicu kako je kroz povijest religija oblikovala brojne japanske običaje u kojima stanovništvo i dan danas uživa, a s druge strane kako suvremeno japansko stanovništvo ne pridaje toliku važnost posvećivanju i štovanju specifične religije, već podržava vjersku fleksibilnost i neutralnost.



Sl. 11. - 14. Vatromet na japanskim festivalima kao jedan od zaštitnih znakova *animea*, motiv je prisutan u brojnim popularnim naslovima

Izvori (redom): *Plastic Memories*, 2015 (Epizoda 8.), *A Silent Voice*, 2016, *I Want To Eat Your Pancreas*, 2018 i *Summer Time Rendering*, 2021 (Epizoda 25.)

3.1.4. Politika

Naravno, mogućnost detaljnog uvida u japanske kulturne vrijednosti diljem svijeta zahvaljujući sredstvima globalizacije poput medija te popularnih proizvoda poput *animea*, može utjecati i na političku percepciju modernog Japana. Predstavljanjem Japana kroz popularni produkt poput *animea* kao modernizirane države koja teži razvoju, ljepoti stvaranja, obrazovanju, promišljanju društvenih i političkih problematike. Stvoriti će upravo takvu mentalnu sliku o Japanu među brojnim stanovništvom. U političke svrhe, *anime* tako služi kao pouzdano sredstvo *meke moći*⁶. U svjetlu moderne političke povijesti Japana, takvo preimućstvo ima pozitivan utjecaj na političku percepciju Japana. Prije Drugoga svjetskog rata, japanska politička doktrina temeljila se na tipičnom imperijalističkom principu agresivnog

⁶ Meka moć – politički pojam kojeg je uveo američki znanstvenik Joseph Nye, a koji predstavlja pristup nametanju političkog utjecaja na neagresivan način, tipično putem kulture (Pan, 2024)

nametanja političkog utjecaja, kroz osvajanja i političke ucjene. *Anime* je kao popularni proizvod nastao u razdoblju nakon Drugoga svjetskog rata, kada je japanska politička slika u brojnim državama odgovarala imperijalističkom carstvu koje je počinilo brojna ratna zlodjela. Japan je nakon Drugoga svjetskog rata postepeno mijenjao svoju politiku, no ubrzano širenje japanskih kulturnih proizvoda poput *animea* na vanjski svijet, kroz godine je znatno pomoglo stvoriti sliku modernog Japana, u suprotnosti onoj prije Drugoga svjetskog rata (Pan, 2024). Osim što je *anime*, sve nakon postizanja globalnog interesa, bilo efektivno sredstvo širenja informacija o modernoj japanskoj kulturi i načinu života, u drugoj polovici 20. stoljeća nastao je povećani broj *animea* koji su posljedice Drugoga svjetskog rata u Japanu, izravno stavili u prvi plan. Takvi filmovi, tematski se fokusiraju na negativne posljedice rata, međutim kako se radnja odvija oko japanskih pojedinaca nakon rata, jedini aspekt Drugoga svjetskog rata prikazan u njima odnosi se na ratna razaranja u Japanu. Bez šireg konteksta, takvi filmovi, bez obzira na nakanu, oslikavaju Japan kao žrtvu Drugoga svjetskog rata. Predstavljanje ratnih razaranja kroz *anime*, uključujući posljedice nuklearnog bombardiranja izvršenog na Japan, svojom prirodom u gledateljima izaziva suosjećanja prema Japanu, što olakšava skretanje političke slike Japana na poslijeratni Japan (Pan, 2024). Takav politički utjecaj mekom moći bio je od velike važnosti u razdoblju poslije rata, pogotovo među državama Istočne Azije, koje su bile žrtve japanskih osvajanja. Među takve filmove ubraja se i *Grave of the Fireflies*, film u produkciji nedvojbeno najpoznatijeg japanskog animacijskog studija, Studio Ghibli. Filmovi studija Ghibli stvorili su studiju ogromnu svjetsku reputaciju, do te mjere da ga mnogi *anime* obožavatelji smatraju „Disney-em *animea*“. Uz takvu reputaciju studija, *Grave of the Fireflies* stekao je veliku gledanost diljem svijeta kroz povijest. Iako je danas *anime* kao sredstvo širenja političkog utjecaja u sekundarnom planu u odnosu na ekonomski značaj *animea* (Pan, 2024), nedvojbeno je da je *anime* kroz godine bilo pouzdano sredstvo stvaranja političkih percepcija modernog Japana.

4. KULTURNA GLOBALIZACIJA KROZ ANIME

Ispitivanje uspješnosti *animea* kao sredstvo kulturne globalizacije jedan je od ciljeva ovog rada, uz ispitivanje utjecaja na percepciju globalnog stanovništva o Japanu. Ali to nije jedini razlog zašto nam je kulturna globalizacija bitna u ovom radu. Osim u uvodu u istraživačku temu, pojam globalizacije već je spominjan ranije tokom rada pri opisivanju utjecaja informacija na percepciju kulturnog identiteta, i to s dobrim razlogom. Globalizacija je usko vezana uz mogućnosti utjecaja na vanjsku percepciju specifičnih prostora i formiranje

imaginativnih geografija tog prostora. Za oblikovanje percepcije, potrebne su informacije. Količina i povjerljivost informacija ovise o velikom broju čimbenika, no njihova distribucija i dostupnost u 21. stoljeću šira je nego ikada, zato što je globalizacija izraženija nego ikada. Točnost informacija nije ni neophodna u stvaranju imaginativnih geografija prostora, jer kao što je rečeno, one se razlikuju od čovjeka do čovjeka, pa i od naroda do naroda. Drugim riječima, što je neki prostor izraženije sudionik globalizacijskih procesa, stvoriti će veći broj imaginativnih geografija i imati će veći broj utjecaja na vanjsku percepciju. Iz navedenog razloga, kako bi ranija analiza oslikavanja percepcije o Japanu kroz *anime* bila vjerodostojna, neophodno je barem do određenog stupnja oslikati uspješnost *animea* kao globalizacijsko sredstvo.

Ispitivanje uspješnosti *animea* kao globalizacijsko sredstvo u daljnjem radu temeljiti će se na dva glavna aspekta: raširenosti *animea* kao medija, odnosno njegovom kulturnom doseg, i tehnikama stvaranja globalne publike. Tehnike kojima *anime* postiže kulturnu globalizaciju također su bitne za šire razumijevanje stila i značajki modernog *animea* i *anime* kulture.

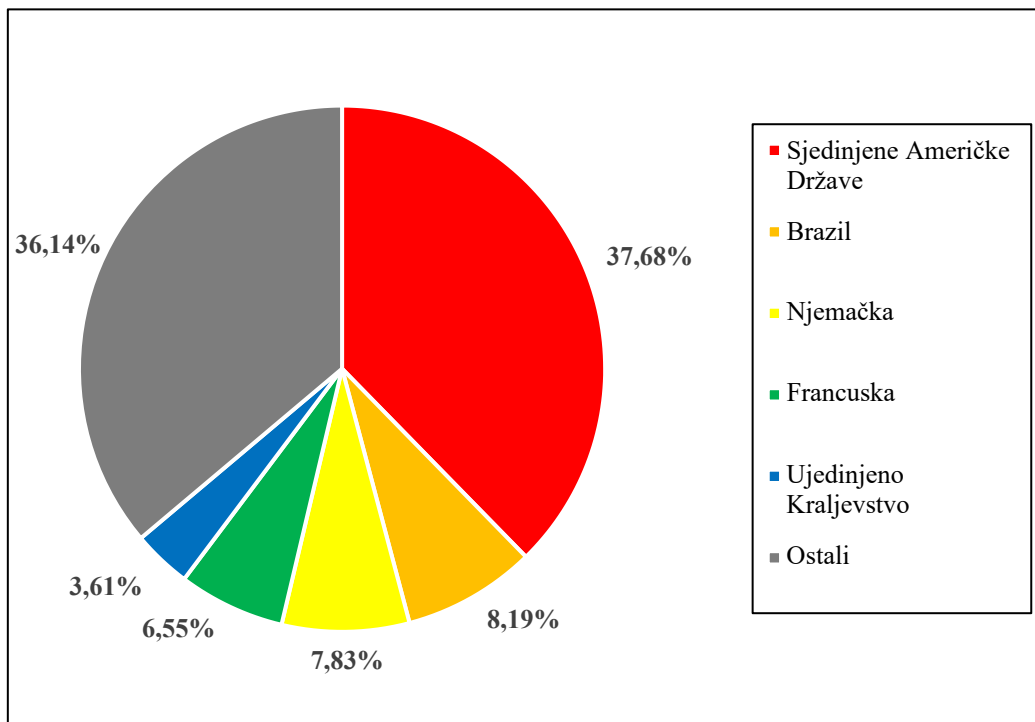
4.1. Kulturni doseg

Proces globalizacije snažno je uvjetovan djelovanjem medija, posebice u kulturnom aspektu. To je upravo zbog širokog dosega medija diljem svijeta. Povezivanje različitih dijelova svijeta i ljudi najlakše je ostvarivo kroz sredstva brzog protoka informacija koje donosi razvoj moderne tehnologije. Naravno, doseg svakog pojedinačnog medija, u smislu broja ljudi i različitih naroda koji ga konzumiraju, nije jednak. Veličina globalne zajednice koju određeni medij aktivno doseže, itekako utječe na učinkovitost širenja informacija i provođenja globalizacijskih procesa. Zato je bitno ispitati opći doseg *animea* globalnoj publici, a tako ujedno i učinkovitost *animea* kao sredstvo globalizacije. U tu svrhu, slijedi analiza dosega *animea* kroz različite kulturne aspekte, oslikana relevantnim primjerima.

4.1.1. Geografija

Pri ispitivanju kulturnog dosega pojedinog medija, podaci koji nas prije svega zanimaju odnose se na prostor i populaciju koju on doseže. Broj ljudi koje medij doseže i njihova geografska raspodjela, najbolji su izravni podatak o tomu koliko je medij utjecajan. Naravno, tu postoje i drugi čimbenici koji utječu na interes pratitelja medija te na snagu utjecaja medija na pratitelje, no oni se mogu ispitati tek nakon ustanovljivanja apsolutne gledanosti medija.

Prema podacima Japanskog ministarstva ekonomije, trgovine i industrije (Japan's Ministry of Economy, Trade and Industry), na japanski je *anime* već početkom 21. stoljeća otpadalo 65% svjetske proizvodnje animiranog filma (Pan, 2024), što dobro oslikava koliko je *anime* utjecajan na svjetskoj razini u odnosu na žanr samog animiranog filma. Međutim, i u apsolutnom smislu *anime* broji veliku količinu gledatelja. Prema podacima World Population Review, 2024, 71,86% stanovništva SAD-a uobičajeno gleda, ili je nedavno gledalo neki *anime*. U Japanu taj postotak iznosi 75,87%, veći nego u ijednoj drugoj državi (World Population Review, 2024). Zanimljivo, prema tim podacima, u apsolutnim brojkama veći broj Amerikanaca nego Japanaca gleda *anime*, što pokazuje koliko je vanjsko tržište bitno za *anime* i njegov globalni utjecaj. U Europi je gledanost *animea* najveća u Francuskoj, gdje 62.5% stanovništva uobičajeno gleda, ili je nedavno gledalo neki *anime* (World Population Review, 2024). U sva tri slučaja, radi se o većinskom postotku stanovništva, a svaka od navedenih država veliko je potrošačko područje, što možemo vidjeti i na sl. 15. Graf sa slike pokazuje udjele gledatelja *animea* putem Crunchyrolla, najpoznatije svjetske platforme za emitiranje *anime*, po državama koje donose najveći udio gledatelja.



Sl. 15. Zemlje s najvećim udjelima gledatelja *animea* putem Crunchyrolla

Izvor: Autor prema podacima Similarweb, 2024

Možemo vidjeti kako najveći broj gledatelja otpada na zemlje Zapada i Brazil, što će nam biti bitan podatak u daljnjoj analizi. Na ostatak svijeta otpada 36,14%, što je velik postotak, gotovo jednak količini gledatelja u SAD-u. To upućuje na činjenicu da velik broj ljudi prati *anime* i u manjim državama svijeta. Bitna napomena glede ovih podataka je da je izostanak japanske publike uvjetovan redovnim prikazom *animea* putem televizije, što je puno manje karakteristično u drugim državama.

4.1.2. Jezik i sinkronizacija

Izvorni *anime* imaju auditivni zapis na japanskom jeziku, bez obzira na to je li *anime* adaptacija djela strane književnosti ili domaće (ili izvorni rad). Međutim, kako se *anime* prenosi diljem svijeta, neke države u kojima su pojedini *anime* postali popularni, napravile su njihove sinkronizirane verzije. Većina popularnih *animea*, nakon nekog vremena od prvog emitiranja izvan Japana, dobije sinkronizaciju na većim svjetskim jezicima. Osim neizostavnog engleskog, česti jezici sinkronizacije su španjolski, njemački, talijanski, portugalski i francuski. Sveukupno govorno područje tih jezika proteže se na sve kontinente Zemlje, tako da sinkronizacija *animea* doseže veliku geografsku površinu.

Prijevod na engleski jezik u titlovima, također je neizostavan. Utjecaj *animea* na razne kulture putem jezičnog izražavanja, može se vidjeti upravo u nastanku titlova. Često ne postoje jedinstveni službeni titlovi za *anime*. Titlovi se mogu razlikovati ovisno o izvoru koji prenosi *anime*. Ali puno zanimljiviji primjer kulturnog angažmana kroz *anime* predstavlja pojava fansuba. Radi se o tekstualnom prijevodu koje samostalno odrađuju grupe obožavatelja, najčešće na piratskim stranicama. Kultura fansuba, odnosno amaterskog prevođenja, u moderno vrijeme sve je češća pojava, kao oblik suprotstavljanja profesionalnom prevođenju pod kontrolom nadležnih tijela. Primarni cilj takvih kulturnih pokreta je poboljšanje iskustva gledanja *animea* među fanovima, a jedan od čestih naglasaka im je na smanjenje cenzure koje ponekad dolazi u službenom prijevodu, ovisno o interesima izdavača (González, 2006). Osim što kultura fansuba samim interesom u iskustvo obožavatelja predstavlja kulturni angažman unutar medija, dobro oslikava i porast interesa za japanski jezik, što pridonosi kulturnoj globalizaciji među obožavateljskim skupinama.

4.1.3. Politika

Prisustvo političkih tema u medijima nije rijetkost. Mediji su najučinkovitiji prijenosnici političkih propagandi i kritika široj publici, što ne isključuje film. *Anime* je također svijetu podario niz naslova s izraženom političkom problematikom, uključujući i pregršt popularnih klasika poput *Attack on Titan*, *Kingdom*, *Legend of the Galactic Heroes* i *Code Geass: Lelouch of the Rebellion*. Ipak je nešto rjeđi slučaj kada film i druge kreativne djelatnosti dosegnu političke krugove, ili pak postanu objekti u sklopu aktivnog političkog djelovanja. U takvim se slučajevima, takav medij može smatrati dijelom popularne kulture. Vjerojatno najčešći primjer upotrebe filmskih medija u političkim sferama je korištenje specifičnog filma ili televizijskog programa na javnim plakatima ili multimedijalnim zapisima koji služe kao sredstvo političke propagande, uglavnom u obliku karikatura (ali ne i neophodno). Cilj takvih medijskih zapisa je dosegnuti što veći broj ljudi kojima su namijenjeni, barem u slučaju kada se radi o aktivnom političkom djelovanju, a ne drugim svrhama namijenjenim za privatnu upotrebu. Kako bi taj cilj bio ostvaren, film ili televizijski program koji se koristi kao objekt političkog djelovanja jednostavno mora biti prepoznatljiv većinskom broju gledatelja. Danas se ovakvi medijski zapisi šire uglavnom putem društvenih mreža, tako da se naizgled čini da će objave s politički orijentiranim slikama automatski vidjeti velik broj ljudi ukoliko je izvor popularan. Međutim, kada je riječ o korištenju filma i televizijskih programa kao objektom takvih objava, učinak neće biti velik ukoliko većina ljudi do kojih objava dođe ne može razumjeti poruku zbog nepoznavanja korištenog medija, bez obzira na veliku gledanost. Stoga se kroz povijest, a i u moderno vrijeme, u takve svrhe koriste mediji koji se mogu smatrati popularnom kulturom zbog svoje velike prepoznatljivosti.

Da se *anime* može koristiti kao jedan takav popularni medij u svrhu političke propagande, svjedočimo čak i u 2024. godini, u razdoblju netom prije američkih predsjedničkih izbora. Sl. 16. prikazuje objavu na medijskoj platformi X, koja sadržajno služi kao politička propaganda usmjerena na nadolazeće predsjedničke izvore.



Sl. 16. Slikovit prikaz Donalda Trampa kao Lighta Yagamija iz *animea Death Note*
Izvor: Autism Capital, 2024

Na slici iz objave, Donald Trump je prikazan kao Light Yagami, glavni lik megapopularnog *animea Death Note*, koji se i dan danas smatra jednim od najvećih *anime* klasika u povijesti. Light Yagami u *animeu* dobiva u posjedovanje „bilježnicu smrti“, bilježnicu koja uzrokuje smrt svakog pojedinca čije ime bude zapisano u nju, ukoliko vlasnik poznaje njihovo lice. Lik lijevo od Trampa je Ryuk, *shinigami*⁷ koji je originalni vlasnik bilježnice, ali ju je iz dosade prepustio čovjeku na korištenje. Kako je Light novi vlasnik, on postaje sposoban vidjeti Ryuka, koji mu pravi društvo tokom cijele serije. Sama bilježnica u Trumpovim rukama i fotošopirani lik Ryuka, dovoljno su prepoznatljivi motivi za lavinu ljudi koja je „retweetala“ objavu, uključujući i Elona Muska, vlasnika X-a, i to bez da je igdje izravno istaknuto o kojoj je seriji riječ. Konotacija iza memea je usporedba Donalda Trampa s Lightom Yagamijem, inače kontroverznim likom, koji u seriji koristi bilježnicu smrti kako bi se riješio svih kriminalaca na Zemlji. Međutim u procesu razvija kompleks superiornosti i vidi sebe kao „novog zemaljskog Boga“, te također počinje ubijati sve koji se pokušaju suprotstaviti njegovim ubojstvima. Zanimljivo, ova objava bez konteksta djeluje kao dio propagande neke veće Demokratske skupine usmjerene protiv Republikanaca, ali se zapravo radi samo o ismijavanju Demokrata:

⁷ Shinigami – u šintoizmu i nekolicini drugih lokalnih japanskih vjerovanja naziv za bogove smrti, duhovna bića više prirode koja donose smrt ljudima. Često spominjani u japanskim kreativnim medijima, uglavnom prikazivani kao čudovišta

„Što Demokrati misle da će se dogoditi ako Trump bude izabran“ – stoji u objavi korisničkog računa autora objave, koji nije aktivna politička stranka. Dakle, radi se prije svega „samo“ o tipu internetskog mema o popularnoj političkoj temi na X računu bez ikakve izravne poveznice s političkim strankama, ali usprkos tomu objava je viđena više od 100 milijuna puta nakon par tjedana (usporedbe radi, jednako otprilike trećini stanovništva SAD-a), oko 20 puta više nego druga najpopularnija objava na istom računu. Činjenica da takav broj globalne publike, primarno iz države na koju se politička tematika odnosi, može biti privučen u političku raspravu animiranim djelom iz strane države, dobro oslikava doseg popularnih *anime* naslova na svjetskoj razini.

4.1.4. Sport

Ova godina, kao olimpijska godina, bila je značajna u svijetu sporta. Teško je naći bolji način za promidžbu sporta od Olimpijskih igara. Međutim, kako se kultura isprepliće sa svim aspektima ljudskog života, Olimpijske igre mogu služiti i neizravnom povezivanju s drugim temama izvan sporta. Na Olimpijskim igrama u Parizu 2024. godine, *anime* se dokazao popularnim medijem među ovogodišnjim olimpijcima. Pratitelji Olimpijskih igara zabilježili su nekolicinu slučajeva ne toliko suptilnih gestikulacija sportaša proizašlih iz popularnih naslova današnjice. Tako je primjerice, američki atletičar Noah Lyles, osvajač zlatne medalje u utrci na 100 metara, nakon osvajanja zlatnog rezultata, između ostalog, proslavio pobjedu imitacijom prepoznatljive ručne geste koju u borbi koristi Gojo Satoru, obožavateljima omiljen lik iz popularnog modernog naslova *Jujutsu Kaisen*, te jedan od najpopularnijih likova iz *animea* uopće među novijim obožavateljima *animea* (sl. 16.). Također je drugom prilikom tijekom Olimpijskih igara imitirao „Kamehamehu“, ikoničan borbeni stav Gokua iz svjetski popularnog klasika *Dragon Ball*. Tijekom igara mogli smo svjedočiti još nekim sličnim gestikulacijama, čak i na timskoj razini. Tako su svi članovi japanskog muškog štafetnog tima na 4x100 metara, prije utrke finala, na svom predstavljanju gestikulirali ručne simbole iz kultnog *animea* 21. stoljeća *Naruto* (FandomWire, 2024).



Sl. 17. Zlatni američki olimpijac Noah Lyles imitira poznate stavove likova Gojoa Satorua (glavna slika) iz *Jujutsu Kaisena* te Gokua iz *Dragon Balla* (umanjene kružne slike)

Izvor: *Anime News Page*, 2024

Također je potrebno napomenuti kako se u Japanu stvaraju brojni *anime* filmovi i serije koji su svojom tematikom prvenstveno primamljivi sportašima ili gledateljstvu s visokim interesom za sport. Taj se žanr *animea* naziva sportski *anime*, koji također broji niz svjetski poznatih naslova. Neki od najpopularnijih naslova sportskog *animea* uključuju *Haikyuu!!*, *Slam Dunk*, *Blue Lock*, i *Ping Pong: the Animation*. Najveći broj naslova sportskog *animea* bazira se na svjetski popularnim sportovima, poput nogometa, košarke ili odbojke, te su oni ujedno i najpopularniji, međutim nerijetko se uključuju tradicionalno popularni ili u svijetu manje poznati sportovi. U tom smislu, reklo bi se da se sportski *anime* u većoj mjeri prilagođava svjetski popularnoj sportskoj kulturi nego domaćoj, što pospješuje gledanost žanra i čini ga utjecajnim čimbenikom kulturne globalizacije. Usprkos tomu, sportski *anime* (i *mange*) popularni su u Japanu jednako koliko i među stranom publikom. *Manga Blue Lock*, izvornik prema kojem je nastao istoimeni *anime*, bila je najprodavanija *manga* 2023. godine u Japanu s

preko 10,5 milijuna prodanih kopija⁸ (Oricon News, 2023), a u centru radnje *mange/anime* je upravo nogomet. *Manga* košarkaške tematike *Slam Dunk* također se našla među deset najprodavanijih *mangi* 2023. u Japanu s oko 5 milijuna prodanih kopija (Oricon News, 2023), iako je riječ o *mangi* koja je završena još 1996. godine (MyAnimeList, 2024), a ne aktualnoj *mangi* u procesu izrade poput ranije navedenog *Blue Locka*. Barem ako je suditi po popularnosti *mange* i *anime*, čini se kako je sportska kultura u Japanu relativno u skladu s popularnom sportskom kulturom.

4.2. Elementi stranih kultura u *animeu*

Sada kada smo vidjeli koliko je *anime* zastupljen medij u svijetu te neke primjere koji oslikavaju koliko utjecajan može biti, vrijeme je za analizu nekih kulturnih razloga zašto je *anime* tako uspješno djelotvorno sredstvo diljem svijeta. Naravno, u razdoblju kada je globalizacija maksimalno olakšana djelovanjem interneta i modernih tehnologija, bilo koja informacija može doseći velik broj ljudi. Međutim, interes za informacije i njihovo kontinuirano praćenje ovisiti će o nizu čimbenika. Ti su čimbenici, prije svega, stvar kulturnog prilagođavanja publici. Stvaranje univerzalnog kulturnog jezika pri širenju informacija kroz medij, najuspješnija je metoda stvaranja publike. *Anime* smo opisali kao medij koji u velikoj mjeri inspiraciju crpi iz japanske kulture. I dok takav princip doprinosi stvaranju kulturne percepcije Japana, nemoguće je da bi uz isključivo takav princip *anime* stekao toliki interes diljem svijeta. Uspjeh izvoza *anime* izvan Japana uvelike je ovisio o tehnikama kulturne prilagodbe motiva, pripovijedanja i žanrovske širine svjetskim standardima. To prije svega podrazumijeva kulturnu prilagodbu najpotentnijim ekonomskim područjima svijeta, što uključuje Europu, Sjevernu Ameriku te ostale zemlje Istočne Azije. Komponiranje kultura ekonomski potentnih područja esencijalno je u ekonomskom smislu, kako je na tim područjima najveći broj potencijalnih potrošača proizvoda koji ovise o modernim tehnologijama, a u takve proizvode spada i animirani film. Kako se u globaliziranom svijetu, popularna kultura iz svjetski utjecajnih nacija sve češće asimilira u svjetski popularnu kulturu, slijeđenje trendova svjetske popularne kulture u izradi animiranih filmova pospješuje njihov uspjeh. Na kraju ovog rada, posvetit ćemo pozornost na to kako se *anime* tokom svog razvoja i danas, kulturno

⁸ Oricon, službena web stranica za statistiku u japanskoj industriji zabave, u podatke o prodanim kopijama uključuje isključivo prodane fizičke kopije *mangi*, ne i digitalne kopije. Podaci koji uključuju i digitalne i fizičke kopije mogu se razlikovati, ali je njihova pouzdanost manja zbog nedostatka službenog statističkog tijela

prilagodio svjetskim standardima, te kako danas istim tehnikama djeluje kao sredstvo kulturne globalizacije.

4.2.1. Japanska „eurofilija“

Europa je geografsko područje bogato kulturnom poviješću. Brojna svjetska fantastična literatura i film, nastali su pod većim ili manjim utjecajem kulturnih značajki europskih država. Osim toga, radi se o jednom od politički i medijski najutjecajnijem području svijeta, koje je ujedno i veliko izvozno tržište. Kada to uzmemo u obzir, onda se pripajanje europskih kulturnih elemenata u *anime* djeluje kao logički dobar potez *animea* u nastojanju stvaranje globalne publike. Međutim, poveznica između *animea* i europske kulture postojala je i prije nego što je *anime* postao globalno raširen medij.

Edo razdoblje obilježilo je stoljeće i pol gotovo potpune izolacije od svijeta, izuzev minimalnih trgovinskih veza s specifičnim trgovinskim partnerima. Ono je završilo nedugo nakon što je američka mornarica 1854. godine ušla u Japan, zahtijevajući otvaranje granica Japana za trgovinu ili suočavanje s ratom. Niz događaja nakon toga uslijedilo je smjenom tadašnjeg šogunata Tokugawa, a Japan je 1868. otvorio svijetu svoje granice (University of Pittsburgh, 2004). Japanci su nakon otvaranja granica, ubrzo shvatili koliko je njihovo društvo u zaostatku u odnosu na zemlje današnjeg Zapada. Proučavanjem bogate europske kulture u desetljećima koja su uslijedila, među stanovništvom Japana stvorio se veliki interes za europsku kulturu – djela europske literature bila popularna, europska odjeća postala je trend, a europski prirodni i kulturni krajolik postao je opći predmet divljenja u Japanu (Garcia Aranda, 2020). Fascinacija Europom održala se među pučkim stanovništvom dugi niz godina.

U razdoblju kada se *anime* počeo emitirati izvan Japana (od 1960-ih nadalje), japanska zadivljenost europskom kulturom i vizualnim pejzažem, odrazila se i u izradi *animea*. Dobar takav primjer je oslikavanje europskog ruralnog načina u Alpama u filmu *Heidi: Girl of the Alps* iz 1974. Riječ je o adaptaciji dječjeg romana *Heidi* švicarske autorice Johanne Spyri. Radnja se vrti oko života djevojčice Heidi, koja živi u izoliranom gospodarstvu u Švicarskim Alpama. Takahata Isao, redatelj iza produkcije *animea*, priznao je kako je njegov tim proveo nekoliko ekspedicija u Švicarskoj, vodeći detaljne skice krajolika kako bi se on što savršenije prikazao u *animeu* (The Soak, 2024). Rezultat je vidljiv na sl. 18. Osim toga, brojni filmovi Hayao Miyazakija, osnivača kulturnog studija Studio Ghibli, inspiraciju crpe iz europskih gradića pri oslikavanju mjesta radnje.



Sl. 18. Autentično dočaran alpski krajolik u filmu *Heidi: Girl of the Alps*
Izvor: *Heidi: Girl of the Alps*, 1974 (Epizoda 1.)

Osim fascinacije japanskom kulturom, među mladima u Japanu javila se ideja o „fantastičnoj Europi“ koji je japansko društvo stvorilo kroz književnost, a služila je kao oblik bijega iz svakodnevnog života. Naime, strano europsko okruženje obilovalo je temama koje su u Japanu povijesno bile društveno nezamislive. U *animeu* to se naročito očitovalo kroz *shōjo anime*, kako su njegove tematike češće u središte zbivanja stavljala ljudske odnose, dok je *shōnen anime* češće težio fantastičnim elementima (The Soak, 2024). Zanimljiv primjer je *anime The Rose of Versailles* iz 1979. Glavna heroína priče, Oscar François de Jarjayes, koja je zbog svog oca koji je priželjkivao muškog nasljednika, odgajana kao dječak - izgledom, ponašanjem, čak i imenom. Ova spolna dvojnost, dovela je Oscara u brojne situacije gdje je njezina seksualnost bila stavljena pod kušnju. U Japanu je primjerice, ideja o romantičnim vezama između dviju žena, bila jednostavno nezamisliva. *Shōjo anime* je u sličnom smislu često upoznao mlade u Japanu s raznolikim problematikama i idejama koje u Japanu, jednostavno nisu mogli doživjeti. Osim navedenog, *anime* crpi inspiraciju i koristi elemente iz francuske kulture i povijesti.

Pripajanje europske kulture česta je i u *animeu* koji je mjestom radnje smješten u izmišljenom svijetu, a ne u stvarnom geografskom prostoru. Neki od primjera poznatih *animea* koji se služe tom tehnikom su *Attack on Titan* i *Frieren: Beyond Journey's End*. Osim što krajolik njihovih izmišljenih geografskih svjetova podsjeća na srednjevjekovno europsko

razdoblje, zanimljivo je i njihovo imenovanje likova. U *Attack on Titan*, likovi koji su stanovnici glavnog mjesta radnje, inspiriranog europskim gradovima, uglavnom imaju tipična njemačka imena i prezimena. Likovi koji potječu iz vanjskih regija, obično imaju imena tipična za druge svjetske kulture, primjerice Japan, afričke države ili Latinsku Ameriku. *Frieren: Beyond Journey's End* uvodi sličan koncept, gdje su svi likovi imenovani po njemačkim riječima – imenicama, glagolima ili pridjevima koji su namijenjeni opisivanju njihovog dominantnog ponašanja i osobina.

4.2.2. Popularna kultura

Pod svjetski popularnu kulturu, danas primarno ubrajamo kulturne obrasce koji su postali dio popularne kulture u politički utjecajnim dijelovima svijeta, iz kojih su ti kulturni obrasci drugim dijelovima svijeta brendirani kao „pop kultura“. Kada razmišljamo o popularnoj kulturi, prije svega nam na pamet padaju kulturne značajke popularne na Zapadu, kako su područja Sjedinjenih Američkih Država (u daljnjem tekstu SAD) i Europe politički i medijski najutjecajnija područja svijeta. Danas je, čak više nego Europa, SAD primarni diktator svjetske popularne kulture. Naravno, to što će postati dijelom popularne kulture u SAD-u, ne mora izravno potjecati iz SAD-a. SAD je država koja se odlikuje mješavinom različitih kultura. Kada to uzmemo u obzir, SAD je zapravo na više načina idealno područje za stvaranje popularne kulture na svjetskoj razini. Prvo, činjenica je da se u SAD-u, zbog kulturne raznolikosti, značajke i proizvodi različitih vanjskih kultura lakše prihvaćaju i počinju se prakticirati, nego u većini drugih dijelova svijeta. Zatim slijedi činjenica da je riječ o najvećem svjetskom potrošačkom području. Proizvodi koji dopijaju na američko tržište, imaju veću šansu postizanja široke potražnje zbog većeg broja potencijalnih potrošača. Naposljetku, tu je medijski i politički utjecaj - ono što u SAD-u postane poznati proizvod, lakše će se proširiti na ostatak svijeta pod utjecajem medijske i političke moći. Isto vrijedi i za kulturne proizvode poput *animea*. Kada sve to sažmemo, ako neki kulturni proizvod ili obrazac postane popularan u SAD-u, velika je šansa da postigne širok globalni interes. Ako uz to uključimo i uspjeh na drugim velikim potrošačkim i svjetski utjecajnim područjima, poput velikih europskih gospodarstava (Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Francuska...), otvaraju se vrata globalnom utjecaju istog kulturnog obrasca. Ako se prisjetimo podataka sa sl. 15., daleko najveći broj gledatelja *animea* izvan Japana putem trenutno najpoznatije platforme za emitiranje *animea*, su gledatelji iz SAD-a (37,68%), a slijede ih gledatelji upravo iz Njemačke, Francuske i Ujedinjenog Kraljevstva, uz

Brazil. Uz sve te informacije, ne začuđuje kako su neki od čestih kulturnih elemenata prisutni u *animeu*, karakteristični za ta područja.

Anime danas obuhvaća broj žanrova i različitih tematika neusporedivo veći od drugih vrsta animiranog filma, što već u startu pridonosi prilagodljivosti širokom spektru publike u svim demografskim kategorijama. To uključuje i pokrivanje različitih kulturnih preferencija diljem svijeta. Zadovoljavanje velikog broja kulturnih preferencija kroz niz različitih žanrova i problematika pod istim brendom, u ovom slučaju brendom zvanim *anime*, donosi brojne mogućnosti stvaranja interesa među različitim narodima i kulturama, ali i u SAD-u. No osim zadovoljavanja brojnih kulturnih preferencija samom kvantitetom žanrovskih tematika, *anime* danas uspješno i često uključuje elemente već popularne kulture diljem svijeta, što olakšava gledatelju poistovjećivanje s okruženjem u kojem se nalaze likovi. Brojni od tih elemenata su, proizašli iz američke popularne kulture. Korištenjem moderne američke kulture i motiva, ne samo da je veća mogućnost postizanja interesa među gledateljima u SAD-u, kao važnom tržištu za globalno širenje, već je i veća šansa da će ju prepoznati gledatelji diljem svijeta. Primjerice, ako gledatelji vide kako likovi odlaze u restoran popularnog globalnog lanca poput McDonalda, lakše će se kulturno poistovjetiti s likom i radnjom, nego ako u svakom *animeu* likovi stalno jedu sushi u nepoznatim japanskim restoranima. To je naravno, samo jedan od brojnih primjera kako *anime* nastoji kombinirati elemente tradicionalne kulture sa svjetski popularnom kulturom. Pokušaj globalizacije *animea* kroz američku publiku, snažno se očituje i kroz emitiranje *animea* putem globalnog diva Netflix, koji je danas jedna od platformi kroz koje se *anime* najčešće emitira u svijetu.



Sl. 19. McDonalds kao motiv popularne kulture u *animeu*

Izvor: *Weathering with You*, 2019

Napomenuto je već kako brojni *anime* radnju smještaju u neutralni, izmišljeni prostor, koji može obilovati elementima različitih kultura. Iako nije široko rasprostranjen element, danas su sve češći primjeri izravnog smještanja radnje *animea* u strane države. Popularni primjeri toga su *Solo Leveling*, *JoJo's Bizarre Adventure*, *Soul Eater*, *Vinland Saga*, *Moriarty The Patriot* i *Cyberpunk: Edgerunners*. Smještanje radnje u različite geografske prostore, također je jedan od elemenata u kojima se vidi nastojanje *animea* u postizanju kulturne globalizacije.

Dizajn likova još je jedan primjer prilagođavanja drugim kulturama. Spomenuto je već kako je dizajn likova u *animeu* inspiriran velikim brojem tradicionalnih vrijednosti, te su neki od tih elemenata, poput velikih očiju, i danas neizostavni svim japanskim animatorima. Međutim, širenjem kulturnih značajki koje se prikazuju kroz *anime*, spektar dizajna likova širi je nego ikada. Brojni *anime* izravno kroz dizajn likova nastoje, na primjer, prikazati različite nacionalnosti kod likova. Odličan primjer toga je popularni *Attack on Titan*, čiji izmišljeni svijet uvelike predstavlja stvarni svijet, pun ljudi različitog izgleda i nacionalnosti. *Attack on Titan* svojim dizajnom likova jasno daje do znanja da u njegovom svijetu postoje likovi europeidne, negroidne i mongolidne rase. Osim kulturnih različitosti koje se nastoje prikazati u modernom *animeu*, vide se i neki utjecaji popularne kulture, poput standarda ljepote. Iako dizajn likova oslikava brojne japanske ideale ljepote, u novije vrijeme vidljive su neke tendencije koje nisu prije bile često prisutne. Jedan primjer toga je dizajn tijela kod ženskih likova. Sve češće, ženski likovi u *animeu* imaju izražene obline, nešto što puno više odgovara standardima ljepote stanovništva sa Zapada nego iz Japana. U ranom *animeu*, takva su obilježja bila puno rjeđa.

Još jedan u novije vrijeme prisutan element pokušaja kulturnog globaliziranja kroz *anime* je adaptiranje popularnih djela stranih medija. Osim već spomenute povijesne opsjednutosti Europom i europskim djelima, od kojih su brojna adaptirana još prošlog stoljeća, danas sve veći broj adaptacija nastaje iz modernih materijala i popularnih naslova današnjice koji ne potječu iz japanske literature ili *mangi*. Primjer toga je *Suicide Squad Isekai* nastao ove godine, adaptacija bazirana na popularnim *Suicide Squad* naslovima, podrijetlom iz materijala američkog DC Comicsa. Sličan se element očituje i u obrnutom smjeru, gdje američki mediji rade adaptacije *animea*, obično u obliku igranih filmova i televizijskih programa. Primjer toga je igrana adaptacija *shōnen* klasika *One Piece*, čije je emitiranje nedavno počelo putem Netflix.

5. ZAKLJUČAK

Sukladno prevladavajućem broju ljudi koji prati *anime* u velikim svjetskim tržišnim državama izvan Japana te broju država i jezika koje primaju sinkronizaciju *animea*, neupitno je kako je *anime* globalni fenomen. Prema analizi elemenata pruženoj u ovom radu, reklo bi se kako je sam *anime* dio popularne kulture. Ako je suditi po broju kulturnih tendencija i obrazaca zastupljenih kroz moderni *anime*, koje sve redovitije zadovoljavaju kriterije gledatelja različitih kultura, a posebice popularnih svjetskih kultura, za pretpostaviti je kako će izvoz *animea* izvan Japana i u budućnosti biti ključan faktor u očuvanju globalne kulture stvorene kroz *anime*. U skladu s time, *anime* će vrlo vjerojatno ostati pouzdano sredstvo širenja informacija o japanskim kulturnim elementima. *Anime* tako Japanu, s jedne strane služi kao sredstvo kojim se brojni elementi japanske kulture mogu proširiti na svijet kao novi dijelovi popularne kulture globaliziranog svijeta, baš kao što se danas *anime* može smatrati takvim kulturnim elementom. S druge strane, služi kao sredstvo stvaranja globalne zajednice koja se odlikuje šarolikošću kulturnih fenomena, u kojima interese mogu pronaći i gledatelji iz Japana, i iz ostatka svijeta. Također primjećujemo kako su brojne vrijednosti zastupljene u japanskoj kulturi, očuvane kroz *anime* dugi niz godina, sve do danas. *Anime* je stoga odličan primjer kako kulturni fenomen neke države može biti pouzdano sredstvo stvaranja mentalne slike o toj državi. S jedne strane, *anime* prenosi japanske vrijednosti njegovane dugi niz godina, s druge strane, svojom kulturnom i žanrovskom fleksibilnošću stvara zajednicu gledatelja na svjetskoj razini.

Na kraju ovog rada, želim pružiti poneku osobnu misao na tematiku provedenog rada. Nakon višegodišnjeg iskustva strastvenog praćenja *animea*, ono što mogu zaključiti je da je *anime* – uistinu fleksibilan. Ta fleksibilnost ne ovisi isključivo o kulturi, ona se proteže i na individualnu razinu. *Anime* ima svoje prepoznatljive značajke, ali ne diskriminira što će i kako će prikazati. Rezultat je medij koji je u stanju obuhvatiti bilo koju tematiku i problematiku, na autentičan, ali ne i isključiv način. Smatram kako je to ipak, od svih navedenih čimbenika, najutjecajniji na globalni uspjeh *animea*. *Anime* je širok medij u kojem svaka osoba može pronaći nešto što će joj svratiti pozornost. Dokle god bude tako i u budućnosti, *anime* će ostati korisno sredstvo u kulturnom povezivanju ljudi iz različitih kulturnih pozadina, a Japanu sredstvo njegovanja svoje kulture i svojih vrijednosti.

6. LITERATURA

Beebom, 2023: Types of Anime: All the Genres Explained with Examples,

<https://beebom.com/anime-types-genres-explained/> (16.8.2024.)

Britannica, 2024: Anime, Japanese animation, <https://www.britannica.com/art/anime-Japanese-animation> (2.8.2024.)

Chandio, J., 2023: Exploring the Cultural Impact of Anime: How Japanese Art Form Showcases Incredible Japanese Culture

<https://medium.com/@Junaidchandio35/exploring-the-cultural-impact-of-anime-how-japanese-art-form-showcases-incredible-japanese-culture-e97d95295002> (14.9.2024.)

Cultural Heritage Online, 2024: 世界遺産と無形文化遺産/World Heritage and Intangible Cultural Heritage, https://bunka.nii.ac.jp/special_content/ilink1 (15.9.2024.)

FandomWire, 2024: Paris Olympics: Japan's Men's Relay Team Unleashes an Iconic Naruto Jutsu to Honor Masashi Kishimoto, <https://fandomwire.com/paris-olympics-japans-mens-relay-team-unleashes-an-iconic-naruto-jutsu-to-honor-masashi-kishimoto/> (11.8.2024.)

García Aranda, O., 2020: Representations of Europe in Japanese *anime*: An overview of case studies and theoretical frameworks, *Mutual Images Journal* (8), 47-84, DOI: 10.32926/2020.8.ara.europ.

González, L. P., 2006: Fansubbing *anime*: Insights into the 'butterfly effect' of globalisation on audiovisual translation, *Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice*, 260-277, DOI: 10.1080/09076760708669043

How To Japan, 2021: "Itadakimasu!" (いただきます!),

<https://howtojapan.net/2021/05/02/itadakimasu%E3%81%84%E3%81%9F%E3%81%A0%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%99%E3%81%EF%BC%81%E3%81%89/>

(1.9.2024.)

Hrvatska enciklopedija, 2013: Globalizacija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža,

<https://www.enciklopedija.hr/clanak/globalizacija> (1 (2.8.2024.)

Jagić, S., 2013: Globalizacijski procesi i kultura, <https://hrcak.srce.hr/file/280138> (14.7.2024.)

Japanese with Anime, 2019: Guruguru-me ぐるぐる目,

<https://www.japanesewithanime.com/2019/05/guruguru-me.html> (16.8.2024.)

Koska, M., 2024: Anime Influence In Chennai: Exploring The Social & Cultural Adoption Of Anime Amongst Youth Who Watch Anime,

https://www.researchgate.net/publication/380880268_ANIME_INFLUENCE_IN_CHENNAI

[EXPLORING THE SOCIAL CULTURAL ADOPTION OF ANIME AMONGST YOUTH WHO WATCH ANIME](#) (13.9.2024.)

Litten, F. S., 2014: Some remarks on the first Japanese animation films in 1917*,
<https://litten.de/fulltext/ani1917.pdf> (13.9.2024.)

Litten, F. S., 2014: Japanese color animation from ca. 1907 to 1945*,
<https://web.archive.org/web/20140714184537/http://litten.de/fulltext/color.pdf> (13.9.2024.)

MyAnimeList, 2024: Slam Dunk, https://myanimelist.net/manga/51/Slam_Dunk (10.9.2024.)

Oricon News, 2023: 2023 Annual book ranking, <https://www.oricon.co.jp/special/65793/>
(13.9.2024.)

Nakamura, T., Yoshino, R., Maeda, T., Inagaki, Y. and Shibai, K., 2017: A STUDY OF THE JAPANESE NATIONAL CHARACTER: THE THIRTEENTH NATIONWIDE SURVEY (2013) — English Edition —, <https://www.ism.ac.jp/editsec/kenripo/pdf/kenripo119.pdf>
(10.9.2024.)

Nippon.com, 2012: 【日本の祭り】全国お祭りMAP / 【Japanese festival】 National festival MAP, <https://www.nippon.com/ja/features/h00010/> (15.9.2024.)

Pan, Y., 2024: Background of the Creation of East Asian Pop-culture and Its Global Impact: A Case Study on Japanese *Anime*'s Origins and Its Influence on Japan's Soft Power Disclosure, *Proceedings of the 5th International Conference on Education Innovation and Philosophical Inquiries*, 235-241, DOI: 10.54254/2753-7048/56/20241658

Similarweb, 2024: crunchyroll.com Web Traffic by Country,
<https://www.similarweb.com/website/crunchyroll.com/#geography> (10.9.2024.)

Šakaja, L., 2015: *Uvod u kulturnu geografiju*, Leykam international d.o.o., Zagreb

TechTarget, 2023: Anime, Definition <https://www.techtarget.com/whatis/definition/anime>
(2.8.2024.)

The Soak, 2024: Anime's Obsession With Europe: A Brief History,
<https://www.youtube.com/watch?v=jXjfzMCbaBc> (13.9.2024.)

University of Pittsburgh, 2004: Timeline, <https://www.japanpitt.pitt.edu/timeline#8>
(10.9.2024.)

University of Pittsburgh, 2004: Tokugawa Period (1603 – 1868),
<https://www.japanpitt.pitt.edu/timeline/tokugawa-period-1603-1868> (10.9.2024.)

World Population Review, 2024: Anime Popularity by Country 2024,
<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/anime-popularity-by-country>
(10.9.2024.)

7. IZVORI

Anime News Page, 2024: World's fastest man did Gojo's pose at 2024 Olympics!,
https://www.facebook.com/photo/?fbid=482286837890511&set=a.124596423659556&rdid=ml4insjXdta2r3MI&share_url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fshare%2FbSW2sB5REjyUrTYV (10.8.2024.)

Autism Capital, 2024: What Democrats think will happen if Trump gets elected.,
<https://x.com/AutismCapital/status/1806167335113527300/photo/1> (14.7.2024.)

Chandio, J., 2023: Exploring the Cultural Impact of Anime: How Japanese Art Form Showcases Incredible Japanese Culture
<https://medium.com/@Junaidchandio35/exploring-the-cultural-impact-of-anime-how-japanese-art-form-showcases-incredible-japanese-culture-e97d95295002> (14.9.2024.)

Comix Wave Films, 2016: Your Name.,
<https://www.cwfilms.jp/en/products/article/kiminona.html> (14.9.2024.)

WooKong, 2022: The History of Anime & Japan,
<https://www.youtube.com/watch?v=I8lW6buDGBY> (10.9.2024.)

8. PRILOZI

8.1. Popis tablica

Tabl. 1. Žanrovi karakteristični isključivo za *anime*

Žanr	Opis	Primjeri poznatih naslova
<i>mecha</i>	U središtu zbivanja su meche, divovski humanoidni roboti kojima upravljaju ljudi	<i>Neon Genesis Evangelion, Darling in the FranXX</i>
<i>slice of life</i>	Prikazuje svakodnevni život likova i zbivanja oko njih	<i>Silent Voice, Violet Evergarden</i>
<i>mahou shōjo/magical girl</i>	Glavni likovi su djevojčice s magičnim moćima	<i>Puella Magi Madoka Magica, Magical Girl Site</i>
<i>isekai</i>	Glavni lik napusti svoj stvarni svijet (tipično smrću) i nađe se u posve drugom, uobičajeno fantastičnom svijetu	<i>Re: Zero, Mushoku Tensei: Jobless Reincarnation</i>
<i>yaoi</i>	Obuhvaća romantičnu vezu između dvoje muškaraca	<i>Yuri!!! On Ice, Banana Fish</i>
<i>yuri</i>	Obuhvaća romantičnu vezu između dviju žena	<i>Bloom Into You, The Rose of Versailles</i>
<i>harem</i>	Protagonist je u stalnom okruženju velikog broja ženskih likova	<i>Date A Live, The Quintessential Quintuplets</i>
<i>ecchi</i>	<i>Anime</i> s izraženom spolnom eksplicitnošću i brojnim odraslim šalama	<i>High School DxD, High School of the Dead</i>
<i>idol</i>	Radnja se vrti u okruženju japanske popularne „idol kulture“	<i>[Oshi no Ko], The iDOLM@STER</i>

Izvor: Autor prema podacima Beebom, 2023

8.2. Popis grafičkih priloga



Sl. 1. Kadar iz filmske vrpce Katsudō Shashin

Izvor: WooKong, 2022



Sl. 2. Kadar iz izvornog Astro Boya (1963.), najraniji primjer modernog japanskog *animea*

Izvor: *Astro Boy*, 1963



Sl. 3. i 4. Igra s promjenom tonova boje i detalja u očima likova pri nagloj promjeni emocija
Izvor: *[Oshi no Ko]*, 2024 (Sezona 2., Epizoda 5.)



Sl. 5. „Guruguru-me“, spiralni oblik očiju kod *anime* likova
Izvor: *Magical Circle*, 2017 (Epizoda 2.)



Sl. 6. i 7. Slika 6. (gore) prikazuje kadar prije komičnog trenutka s izvornim stilom animacije, a slika 7. (dolje) kadar neposredno nakon njega, s pojednostavljenom stilom animacije
Izvor: *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba*, 2019 (Sezona 1., Epizoda 14.)

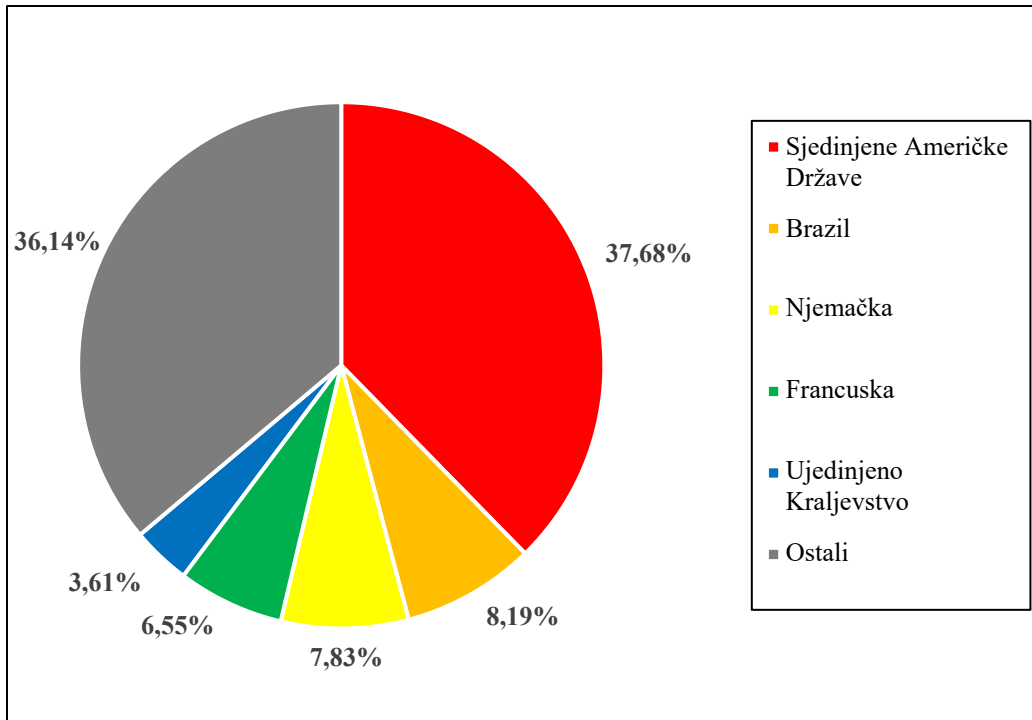


Sl. 9. i 10. Jedan od plakata za film *Your Name*. (2016.) i njegova stvarna lokacija u Tokyu
Izvori: Comix Wave Films, 2016 i Chandio, 2023



Sl. 11. - 14. Vatromet na japanskim festivalima kao jedan od zaštitnih znakova *animea*, motiv je prisutan u brojnim popularnim naslovima

Izvori (redom): *Plastic Memories*, 2015 (Epizoda 8.), *A Silent Voice*, 2016, *I Want To Eat Your Pancreas*, 2018 i *Summer Time Rendering*, 2021 (Epizoda 25.)



Sl. 15. Zemlje s najvećim udjelima gledatelja *animea* putem Crunchyrolla

Izvor: Autor prema podacima Similarweb, 2024



Sl. 16. Slikovit prikaz Donalda Trampa kao Lighta Yagamija iz *animea Death Note*

Izvor: Autism Capital, 2024



Sl. 17. Zlatni američki olimpijca Noah Lyles imitira poznate stavove likova Gojoa Satorua (glavna slika) iz *Jujutsu Kaisena* te Gokua iz *Dragon Balla* (umanjene kružne slike)

Izvor: *Anime News Page*, 2024



Sl. 18. Autentično dočaran alpski krajolik u filmu *Heidi: Girl of the Alps*

Izvor: *Heidi: Girl of the Alps*, 1974 (Epizoda 1.)



Sl. 19. McDonalds kao motiv popularne kulture u *animeu*

Izvor: *Weathering with You*, 2019