

Percepcija animea u suvremenom hrvatskom društvu

Kraš, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:198145>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Ana Kraš

Percepcija animea u suvremenom hrvatskom
društvu

(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kulturalne studije

Ana Kraš
Matični broj: 0009089250

Percepcija animea u suvremenom hrvatskom društvu

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentorica: dr. sc. Sanja Puljar D'Alessio

Rijeka, 25.08.2023.

IZJAVA O AUTORSTVU ZAVRŠNOGA RADA

Ovim potvrđujem da sam osobno napisao/la završni rad pod naslovom

Percepcija animea u suvremenom hrvatskom društvu

i da sam njegov/a autor/ica.

Svi dijelovi rada, podaci ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni članci i sl.) u radu su jasno označeni kao takvi te su navedeni u popisu literature.

Potpis studenta:



Rijeka, 25.08.2023.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Popularna kultura	2
3. Anime i manga.....	5
3.1. Karakteristike <i>manga</i> i <i>anime</i> i žanrovska kategorizacija	8
4. Percepcija animea izvan Japana.....	11
4.1. Amerika	12
4.2. Hrvatska	14
5. Rezultati ankete i intervjua	16
5.1. „Meni su sve to bili crtići“	17
5.2. „Japan nije anime“	19
5.3. Stereotipi – „Anime nije za djecu“	20
6. Zaključak	24
7. Literatura.....	26

Sažetak

Tema završnoga rada bavi se prikazom produkata japanske popularne kulture, animea i mangi te načina na koji su viđeni od strane domaćih i stranih publika. U sklopu rada provedeno je istraživanje, a cilj je bio dobiti uvid u značenja koja Hrvati pridaju proizvodima popularne kulture koja se podosta razlikuje od njihove i saznati što ih privlači konzumiranju animea. Kombiniranjem zabilježenih informacija iz *Google Forms* ankete i intervjua dobiveni rezultati pokazuju kako sudionici generalno imaju pozitivna stajališta prema animeu. Najčešći odgovori vezani uz percepciju animea bili su da se razlikuje od zapadnjačkoga stila animacije, da ne nudi realističan prikaz Japana i njegove kulture, zatim da postoje određeni stereotipi povezani s animeom, konkretno stereotipi o prenaplašenoj seksualizaciji sadržaja i likova te da je anime kao forma namijenjen djeci.

Anime, Hrvatska, manga, japanska popularna kultura, popularna kultura

Abstract

The topic of the thesis deals with the presentation of products of Japanese popular culture, anime and manga, and the way in which they are seen by domestic and foreign audiences. Research was conducted a part of the thesis and the goal was to gain insight into the meanings that Croats attach to products of popular culture which is quite different from their own and what attracts them to anime consumption. By combining the recorded information from the Google Forms survey and interviews, the obtained results show that the participants generally have positive attitudes towards anime. The most common answers related to the perception of anime were that it differs from the Western style of animation, that it does not offer a realistic representation of Japan and its culture. There are also certain stereotypes associated with anime, specifically those about the exaggerated sexualization of content and characters, and that anime as a form is intended for children.

Anime, Croatia, manga, Japanese popular culture, popular culture

1. Uvod

Anime i manga dio su japanske popularne kulture, stvoreni unutar specifičnog kulturnog konteksta. Anime se naziva i „japanizacijom“, u prijevodu označuje animaciju, dok manga označava stripove, strip-knjige, a odnosi se na stripove podrijetlom iz Japana. Anime je povezan s kulturom mange, baziran na njezinim sadržajima i proizveden za šire publike, dok su mange direktnije i osobne prirode (Schodt, 1996).

U Hrvatskoj postoji mali broj istraživačkih radova o animeu i mangama te se zbog toga ovaj rad bavi tom temom. Za dobivanje podataka o percepciji Hrvata korištena je metoda polustrukturiranog intervjua i *Google Forms* ankete. Tim se metodama nastojalo dobiti uvid u kulturni značenjski kontekst japanske popularne kulture, odnosno razumjeti na koji način Hrvati vrednuju mangu i anime i kakva je njihova percepcija o njima. Otkriti što Hrvate privlači produktima japanske popularne kulture ujedno je bio cilj i motivacija za pisanje ovoga rada. U radu će biti prikazan kratki povijesni kontekst nastanka japanske kulture te mange i animea kao njezinih najpopularnijih produkata. Zatim, ukratko će se navesti karakteristike i žanrovske kategorije i teme koje anime i manga obrađuju. Nakon toga će biti opisana recepcija animea i mange u Americi i Hrvatskoj. Na kraju rada bit će prezentirani i interpretirani rezultati intervjua i ankete.

2. Popularna kultura

Anime i manga dio su japanske popularne kulture, a kako bi se dobio potpun kontekst bitno je najprije definirati što je popularna kultura i kako je taj pojam viđen kroz vrijeme. Nije jednostavno odrediti što popularna kultura jest zbog brojnih značajki i obilježja koja je karakteriziraju. Najjednostavnije je početi od definicije pojma kulture s kojim je pojam popularne kulture usko povezan. Kultura se prema Matthiewu Arnoldu definira kao „najbolje što se mislilo i reklo u svijetu“ (Arnold i Garnett, 2006:5), a prema Raymondu Williamsu kultura je „jedna od dvije ili tri najkompliciranije riječi u engleskom jeziku“ (Williams, 2014:49). Williams je ponudio tri načina shvaćanja kulture: kultura kao „proces intelektualnog, duhovnog i estetskog razvoja“ (Williams, 2014:58), nešto što ukazuje na „specifičan način života, bilo ljudi, razdoblja, grupe, ili čovječanstva generalno“ (Williams, 2014:58) te kultura kao „radovi i prakse intelektualne i posebno artistske aktivnosti“ (Williams, 2014:58). U knjizi *Duga revolucija* (1965) Williams ističe tri kategorije u definiciji kulture, a to su idealna, dokumentarna i društvena definicija kulture. U idealnoj kategoriji kultura se pojmi kao stanje, odnosno proces ljudskog savršenstva, što podrazumijeva postojanje univerzalnih vrijednosti. Dokumentarna se odnosi na kulturu kao sve detaljno dokumentirane ljudske aktivnosti, iskustva i mišljenja. U društvenoj kategoriji, kultura je definirana kao specifičan način života. Williams koristi pojam „struktura života“ da bi opisao doživljaj življenja unutar specifičnog vremenskog razdoblja. Taj se doživljaj ne može u potpunosti spoznati, jer varira od generacije do generacije; spoznatljiv je samo u određenom življenom trenutku unutar specifičnog društva, kulture ili zajednice sa specifičnim vrijednostima, običajima i navikama u određenom razdoblju (Williams, 1965).

Na pojam kulture često se vežu pojmovi koji se nalaze u opoziciji, kao što je to slučaj s visokom i popularnom kulturom koja je često identificirana s niskom kulturom. Riječ „popularno“ sačinjava značenje pojma popularne kulture i ona se stoga može definirati kao „kultura koja je široko omiljena ili koju mnogi jako vole“ (Bennett, Grossberg i Morris, 2005:262). Razni su autori na drugačiji način definirali što se smatra popularnom kulturom i zagovarali su različita stajališta prema njoj. Frankfurtska škola naziv je za grupu teoretičara okupljenih oko Instituta za društveno istraživanje na Sveučilištu u Frankfurtu, osnovanoga 1923. godine. Kritička teorija Frankfurtske škole popularnu kulturu smatrala je industrijom, a ono što je proizvodila bilo je namijenjeno tržištu (Schuetz, 1989). Theodor W. Adorno i Max Horkheimer jedni su od pripadnika Frankfurtske škole koji su popularnu kulturu

poistovjetili s masovnom kulturom. U poglavlju *Kulturna Industrija: prosvjetiteljstvo kao masovna obmana* u djelu *Dijalektika prosvjetiteljstva* (2002) koristili su termin „kulture industrije“ kako bi opisali proizvode masovne kulture koje su smatrali standardiziranim i predvidljivim. Po mišljenju autora, svi proizvodi kulturne industrije stvoreni su iz želje za profitom, služe za manipulaciju masa pružajući im zabavu te osiguravaju postojeće vrijednosti društvene kontrole i *statusa quo* (Adorno i Horkheimer, 2002). Drugim riječima, mase su označavale radničku klasu koja je umorna od posla tražila odušak u konzumiranju proizvoda masovne kulture. Ta masovna, popularna kultura postojala je samo da bude konzumirana, odnosno nije autentična i ničime ne obogaćuje svoje konzumente, već ih stavlja u poziciju pasivnih subjekata koji, zaokupljeni konzumiranjem popularne kulture, ne propituju kritički svoju poziciju u društvu.

Matthiew Arnold začetnik je tradicije „kulture i civilizacije“, a Storey objašnjava kako njegova važnost leži u tome što on „inaugurira tradiciju...poseban način smještanja popularne kulture unutar općeg polja kulture“ (Storey, 2015:19). U svojoj zbirci eseja *Kultura i Anarhija* (2006), Arnold iznosi svoja mišljenja i ideje o kulturi i „anarhiji“ kao njezinoj opoziciji. Anarhiju je povezo s radničkom klasom, koja je po njemu „sirova i nekultivirana“, a kao uzrok anarhiji naveo je pretjeranu vjeru u slobodu i mašineriju (Arnold i Garnett, 2006). Arnold zapravo nije eksplicitno govorio o popularnoj kulturi, nego je koristio termin anarhije kako bi označio popularnu kulturu i življenu kulturu radničke klase te njezinu „remetilačku prirodu“. Zbog toga se njegov stav smatrao elitističkim (Storey, 2015). F. R. Leavis i leavisti zagovaraju elitistički pogled na popularnu kulturu, nastavljajući se na Matthewa Arnolda koji je na njih vršio velik utjecaj. Leavisti su okarakterizirali 20. stoljeće kao doba kulturnog opadanja i standardizacije, do kojih je došlo zbog uporaba mašinerije (Leavis i Thompson, 1960). Kao i Arnold, leavisti su smatrali da je „kultura oduvijek bila u rukama manjine“ (Leavis, 1930:3), odnosno da je ta obrazovana, intelektualna manjina ta koja može istinski spoznati vrijednost i razumjeti kulturu naspram neobrazovane većine. Leavisti su bili posebno kritični spram književnosti i filmova. Tako F. R. Leavis govori o hipnotičkom utjecaju filmova na mase kojima se nude iluzije stvarnog života (Leavis, 1930), a njegova supruga Q. D. Leavis smatra da književnost, konkretno ljubavna fikcija, stvara „naviku sanjarenja koje će voditi neprilagođenosti u stvarnome životu“ (Q. D. Leavis, 1978, u Storey, 2015:25). Popularna se kultura često izjednačuje s masovnom kulturom koja je komercijalna i propagira pasivnost, kao što su to uglavnom zagovarali pripadnici Frankfurtske škole. Richard Hoggart je u svojem djelu *Upotrebe*

pismenosti (1958) dao opis življene radničke kulture onako kako je pamti iz 1930-ih godina i tadašnje življene kulture 1950-ih godina. Zbog načina na koji govori o radničkoj klasi 1950-ih godina jasno je kako smatra da je došlo do moralnog opadanja u njihovoj kulturi, spominjući „osjetilnu dijetu“ i osjećaj životnog besmisla koji vlada. Primjer trenda opadanja primjećuje se u književnosti koju čitaju mladi vojnici i „dečki za juke-boxom“. Hoggart za njih govori da „oni čine depresivnu skupinu koja nipošto nije tipična za ljude iz radničke klase; možda je većina njih prilično manje inteligentna od prosjeka, pa su stoga još više od ostalih izloženi iscrpljujućim masovnim trendovima dana. Oni nemaju cilj, nemaju ambiciju, nemaju zaštitu, nemaju uvjerenja“ (Hoggart, 1958:204). Uzrok takvom stanju suvremene su sile komercijalne masovne kulture koje nastoji oslabiti moralnu snagu radničke klase. Međutim, Hoggart ne predstavlja u potpunosti elitistički pogled na popularnu kulturu, već upravo naglašava tu netipičnost, odnosno odsutnost potpune pasivnosti radničke klase. On zapravo ističe sposobnost radničke klase da se odupre brojnim nagovaranjima masovne kulture, a za tu sposobnost zaslužan je „ljudski duh“, tako da je većina radničke klase ipak izuzeta iz bijednog stanja koje je obilježilo kulturu 1950-ih godina (Hoggart, 1958).

John Fiske u *Razumijevanju popularne kulture* (1989) progovara o odnosu popularne kulture i kapitalizma. On popularnu kulturu vidi kao „proces borbe, borbe oko značenja društvenog iskustva, nečije osobnosti i njezinih odnosa prema društvenom poretku i tekstovima i robama tog poretka,“ (Fiske, 1989:28). Dakle, za njega je popularna kultura oblik otpora spram prevladavajućih vrijednosti u društvu i stoji u opoziciji s njima. Stoga Fiske zaključuje da „ne može postojati popularna dominantna kultura, jer popularna kultura nastaje uvijek kao reakcija na sile dominacije i nikada kao dio njih“ (Fiske, 1989:43). Da bi to ilustrirao Fiske koristi primjer traperica, govoreći kako su one simbol „amerikanskosti“ te su vrlo brzo postale dio popularne kulture. U drugačijim kontekstima će imati drugačija značenja, a da bi služile kao oblik društvenog otpora moraju biti izmijenjene na određen način, npr. obojane, pokidane, izbjeljivane itd. Popularna kultura predstavlja i otpor, ali ujedno i obuhvaća dominantne vrijednosti te odnose moći, stoga je Fiske naziva kontradiktornom. On je ne poistovjećuje s masovnom kulturom, jer masovna kultura reproducira kapitalističku ideologiju u svojim proizvodima. Popularna je kultura njoj suprotna, jer označava aktivno odbijanje prevladavajućih značenja i stvaranje novih, alternativnih. Stoga oni koji konzumiraju popularnu kulturu nisu pasivni primaoci svega što im se servira, već aktivno mogu birati što će konzumirati, kako će konzumirati ili hoće li konzumirati uopće (Fiske, 1989).

3. Anime i manga

Japanska popularna kultura sadrži mnoštvo različitih stavki i elemenata. Međutim, zbog njezine opsežnosti, ovdje će biti fokus na generalizaciji i sažetom određenju onoga što bi pripadalo japanskoj popularnoj kulturi. U popularnim medijima i na društvenim mrežama najviše se s njom povezuju anime i manga.

Za shvaćanje japanske popularne kulture i njezinih proizvoda bitno je dati povijesni i društveni kontekst njezinog nastanka. Tako Tsutsui smješta početke japanske popularne kulture u Tokugawa period, u razdoblje od 1600. do 1868. godine. U to doba visoki položaj u društvu uživali su samuraji, a trgovci su bili smatrani društveno inferiornima i na sebe su preuzeli ulogu stvaratelja novih trendova. U kasnom 17. i 18. stoljeću Japana zabavu za šire mase činili su popularna književnost, uglavnom erotične priče i realistične priče o životu trgovaca te Kabuki kazalište i kazališni oblik Bunraku, koji su bili popularni i među višim staležima. Tsutsui nadalje ističe i drvorez kao masovno proizveden proizvod što su ga uživale mase. Kasnije se te slike nazivaju ukiyo-e ili „slike plutajućeg svijeta“, a prikazivale su uglavnom hedonizam i zabavu Tokugawa razdoblja. Posebno naglašava da se ne smije zanemariti ni utjecaj Zapada na izgled japanske popularne kulture. Tek se 1854. godine Japan otvara svijetu i sadržaji njegove popularne kulture po prvi put dopiru do Zapada, odnosno do SAD-a i Europe. Nakon toga, kroz 19. i 20. stoljeće, došlo je do miješanja popularnih kulturnih formi i običaja te međusobnog reinterpetiranja kultura. Japanci su prisvojili dijelove zapadnjačke (američke) kulture i prilagodili je svojoj, a zapadnjaci su crpili inspiraciju iz japanske estetike, mode, dizajna i stila u svojim (Tsutsui, 2010).

Možda su najpoznatiji proizvodi i „izvoz“ japanske popularne kulture anime i manga. Midhat Ajanović tvrdi kako se anime i manga ne mogu označiti tek kao animacija odnosno strip, već se ti termini odnose na „određene i prepoznatljive kodove, tematske i grafičke specifičnosti, kao i posve određeni stil, duboko ukorijenjen u cjelokupnu japansku kulturu“ (Ajanović, 2004:249). On kao preteču mange navodi već spomenute ukiyo-e grafike. Početci japanskoga stripa javljaju se još u 6. i 7. stoljeću, pa i u 12. stoljeću u obliku budističkoga religijskoga humora. Ukiyo-e grafike japanskim su grafičarima omogućavale dokumentiranje svakodnevnog društvenog života i njegovo satirično komentiranje, nerijetko na račun vladajućih. Forma ukiyo-e grafika nestaje razdobljem zatvorenosti Japana tijekom Tokugawa diktature koja je trajala od 1603. do 1867. godine. U razdoblju 1830-ih i 1850-ih godina stil ukiyo-e grafika postaje popularan na Zapadu te su ga mnogi umjetnici nastojali

oponašati. Nadalje, Ajanović smješta pojavu modernih mangi u 1950-e godine nakon Drugoga svjetskoga rata, kada dolazi do prodiranja američkog načina života i vrijednosti u japansku kulturu. Sukladno tomu, na stil animea i mangi utjecali su američki stilovi animacije i stripa. Forma mange služila je japanskim autorima da kroz taj medij iskažu osjećaje i doživljaj katastrofa, rata, siromaštva, okupacije i slično. Primjer toga je manga *Bosonogi Gen* (1983) autora Keiji Nakazawase koji kroz lik dječaka Gena govori o odrastanju u ratom uništenoj Hiroshimi i prisjeća se svoga djetinjstva u svijetu obilježenom posljedicama atomskih stradanja (Ajanović, 2004).

Za popularnost mange u Japanu bio je zadužen Osamu Tezuka (1928. – 1989.). On je uveo „filmske tehnike“ crtanja u mangu, a karakterizira ih uporaba različitih perspektiva, kutova i vizualnih efekata. Obrađivao je razne teme namijenjene svim uzrastima, a njegovi radovi jednako su bili popularni među Japancima, bez obzira na spolnu i klasnu pripadnost. Tezuka je zaslužan i za razvitak animacije u Japanu, iz čega će se kasnije razviti masovno popularna anime industrija. Godine 1962. Tezuka je s ostalim producentima animiranog filma osnovao filmsko poduzeće *Mushi Production*, gdje su stvarani filmovi i serije temeljeni na njegovim crtanim romanima. Jedno od njegovih najpoznatijih djela, koje je doživjelo velik uspjeh na Zapadu u obliku tv-serije, jest adaptacija mange *Moćni Atom* (*Tetsuwan Atomu*), odnosno *Astro Boy* u američkome prijevodu. Manga o *Moćnom Atomu* nastala je u razdoblju od 1952. do 1968. godine, a glavni junak je mehanički dječak-robot Tetsuwan Atomu. Njega je stvorio znanstvenik u zamjenu za svoju djecu koja su poginula u automobilskoj nesreći. Stvaranje dječaka-robotu slično je priči o drvenom lutku Pinocchiju, a zadaća Tetsuwan Atoma bila je da štiti svijet i okoliš. Godine 1963. *Moćni Atom* se animira i tako postaje prvom japanskom animiranom serijom koja je definirana kao anime te je prvi animirani japanski film koji je doživio internacionalni uspjeh. Zahvaljujući popularnosti te mange odnosno animea, uspostavljen je poseban i također vrlo popularan podžanr animea – *mecha*. Ostala su poznata Tezukina djela manga-roman *Dva Adolfa*, koji se bavi pitanjem antisemitizma i fašizma, manga *Feniks* koja ima 3000 stranica i govori o japanskoj povijesti kroz budističku tematiku, animirana serija *Simba, bijeli lav* iz 1960-ih i dr. Kroz animaciju Tezuka je pronašao način kako bi ukazao na potrebu za mirom, očuvanjem okoliša i pozivom na humanost, što je, primjerice, tema u njegovom animiranom filmu *Legenda o šumi* iz 1989. godine (Ajanović, 2004).

Frederik L. Schodt navodi kako su nakon Drugoga svjetskoga rata zbog utjecaja crtačkoga stila Osamu Tezuke, koji je nalik američkome, ostali japanski umjetnici nastojali oponašati bjelačke osobine u izgledu likova, najviše izražene u velikim, okruglim očima. Velike su se oči pokazale jednostavnim načinom za prikazivanje emocija. Te su forme bile privlačne čitateljima, a posebno su zapadnjačke konvencije ljepote i izgleda vidljive u stripovima namijenjenima ženskoj publici. Nadalje, Schodt ističe kako naspram američkih stripova gdje je izdavač osoba koja kontrolira proces nastanka stripova i sve uključene, japanske mange stvara samo jedan autor ili autorica te može unajmiti više asistenata za stvaranje mange. Kao autor ili autorica, svijet i priča u mangi isključivo je njihovo djelo i daje subjektivan prikaz autorova pogleda na svijet, što znači da ako se i prikazuje svakodnevnica, ona ne treba imati puno veze za stvarnošću. Schodt po tome zaključuje kako „čitanje mange je poput zavirivanja u neuljepšanu, netuširanu stvarnost japanskog uma“ (Schodt, 1996:31).

Anime je povezan s japanskim stripom – mangom – na način da su mange crtane kako bi kasnije bile pretvorene u anime-serijale. Uspješnost mange određuje isplativost ulaganja u animiranu verziju iste priče (Ajanović, 2004). Po Rayni Denison (2015) anime je teško definirati jer je svojevrstan „kišobran-termin“ za više drugih elemenata te ga se prečesto svodi samo na „japanske crtiće“ što nije sasvim točno, jer previše generalizira taj pojam. Denison također naglašava prisutnost anime stila i žanra u medijskoj proizvodnji, od reklama do kratkih televizijskih serija, web-epizoda, kazališne i filmske produkcije i sl. Anime se ne može svesti samo na žanr ili proizvod japanske kulture: „anime treba se shvatiti šire kao kulturni fenomen čija značenja ovise o kontekstu“ (Denison, 2015:2). To znači da je anime nastao unutar specifičnog kulturnog konteksta, ali će isto tako na doživljaj animea utjecati gdje i na koji način se osoba susrela s njegovim sadržajem i stilom.

Japanski animirani film uspostavlja se tek šezdesetih godina 20. stoljeća, kada se počinje razvijati kao industrija. Na Zapadu su popularni redatelji Taro Rin i njegova djela *Harmagedon* (1983.), *Prokleti megalopolis* (1991. – 1992.) i *Metropolis* (2001.), Mamoru Oshii s animiranom adaptacijom mange *Duh u oklopu* (1995.), Masamune Shirowa, Katsuhiro Otomo i njegov film *Akira* (1988.), Yoshiaki Kawajiri i njegovi filmovi *Grad zlobe* (1987.) i *Svitak Ninja* (1993.). Možda je najpoznatiji animator i tvorac anime-filmova Hayao Miyazaki. On je sa svojim suradnikom Isaa Takahatom sedamdesetih godina 20. stoljeća osnovao *Studio Ghibli* za filmsku produkciju, u kojemu su nastala njegova najpoznatija djela, omiljena i u Japanu i na Zapadu. Neki od popularnih su: *Nausikaja u*

Dolini vjetrova (1984.), *Moj susjed Totoro* (1988.), *Porco Rocco* (1992.), *Princeza Mononoke* (1997.), ujedno i prvi anime-film koji je dobio titulu najboljeg japanskoga filma i *Avanture male Chihiro* iz 2001. godine, film koji je postigao najveći komercijalni uspjeh ikad u Japanu. Inspiraciju za svoje filmove Miyazaki je nalazio u europskim i nordijskim mitovima i legendama, starogrčkim epovima, Bibliji te književnosti. Najznačajnije su obilježje svih njegovih djela teme koje se, svaka na određen način, bave ljubavlju prema prirodi, njezinoj ugroženosti prouzročenoj ljudskom željom da je pokori sebi i izmijeni, posebno znanstvenim napretkom i onečišćenjem okoliša (Ajanović, 2004).

3.1. Karakteristike *manga* i *anime* i žanrovska kategorizacija

Manga i anime kao japanski tip stripa, odnosno animacije, razlikuju se po mnogočemu od američkih i europskih varijanti. Schodt navodi kako je dužina bitna razlika između američkih i japanskih stripova. Manga-magazini koje se izdaju tjedno sadrže do 400 stranica, dok neki mogu imati i do 1000 stranica. Naspram zapadnjačkih stripova koji su obojeni, mange su jednobojne i crtane jednostavnim stilom te su zbog toga smatrane manje kvalitetno nacrtanima od strane zapadnjačkih standarda. Osim toga, vrlo su jeftine te se često bacaju nakon jednoga čitanja, naspram američkih stripova koji se skupljaju ili čuvaju u svrhu kolekcionarstva. Japanska manga ne prati konvencije realističnog prikazivanja ljudi, tako da nudi širu paletu izgleda likova naspram američkih stripova (Schodt, 1996). Ajanović ističe odliku japanske animacije koja uključuje korištenje manjeg broja crteža za razliku od američke animacije. Japanska animacija je reducirana, odnosno radom kamere maskira se činjenica da se tijekom gledanja filma većinom prikazuju statične slike. Osim toga, karakteristika anime-filmova su i nekonvencionalni kutovi točke gledišta, korištenje istih animiranih sekvenci više puta kroz seriju kao i raznih zvučnih i svjetlosnih efekata te prikaz pozadina sporim panoramama. Ajanović također naglašava prisutnost ozbiljnih tema, kao što su katastrofe, razaranja, a posebno smrt u japanskoj animaciji i stripu. Realistični element smrti vidi se u načinu na koji su likovi, neovisno o tomu jesu li pozitivci ili negativci, jednako ranjivi i često poginu tokom priče. To se odnosi i na glavne likove, koji mogu biti u svojoj zoni što se tiče morala, vrijednosti i postupaka. Iako, osobine i stavovi likova mijenjaju se kako se radnja odmiče. Osim nedostatka sretnih završetaka, u mangama nije fokus isključivo na raznim dogodovštinama samo jednog glavnog lika kroz više priča, kao što je slučaj u

američkim stripovima, već se kroz jednu priču pojavljuje više likova. Obično tijekom radnje ti ostali likovi i njihove životne priče nakratko postaju centar radnje, čime se daje uvid u njihovu karakterizaciju. Ajanović govori da je posebnost likova i u tome da su gotovo uvijek mladi ljudi, tinejdžeri koji nemaju obitelji i sukobljavaju se s različitim silama zla, što je netipično za zapadnjačke kriterije zrelosti i junaštva. Protagonisti kao mladi ljudi simbol su želje za djelovanjem, za akcijom, a antagoniste utjelovljuju autoriteti koji na razne načine sputavaju njihovu slobodu (Ajanović, 2004).

Ajanović navodi gradove kao najčešća mjesta radnje, međutim ne postoje definirani centri kojima prijete katastrofe, kao što je to slučaj u američkim filmovima gdje su ugroženi centri moći, uglavnom vladajuće skupine društva. Inspiraciju za teme japanski autori animea i mangi crpe iz povijesti modernog Japana, koja je obilježena katastrofama, prirodnim i prouzročenim ljudskom aktivnošću (primjerice, rat ili napredak znanosti). Iz tog su razloga česte teme anime-serijala i filmova prikazivanje života u bliskoj budućnosti kojemu prijete rat, nesreća, nadnaravne sile i sl. Sam znanstveni, urbani i industrijski razvoj Japana snažno su utjecali na izgled i tematiku animea i mangi. Najdominantniji žanr u animeu su filmovi o budućnosti u kojima vlada strah od neke nesreće i katastrofe, zlih sila i magije, prikazuje se ljudska pohlepa i razoren prikaz prirode. Kroz te teme dobiva se prikaz svijeta na način na koji ga vide Japanci u kontekstu sve većeg znanstvenog napretka, isušivanja prirodnih resursa, zagađenja i rata. Stoga Ajanović zaključuje da „poznati japanski optimizam razvitka ovdje se pretvara u pesimizam razvitka“ (Ajanović, 2004:272). U američkim se filmovima i serijama tema znanstvene fantastike nerijetko tiče susreta s izvanzemaljskim bićima, koja su ujedno i kriva za katastrofe s kojima se svijet susreće. Kod animea je situacija drugačija. Radnja se često odvija na Zemlji, a rijetko u svemiru. Zlikovci su križanci tehnologije i ljudskih bića nastali kao rezultat mutacije ili programirani kiborzi, zbog čega je nastao i svojstven žanr mutantska sapunska opera. Osim toga, popularna je i tematika alternativne mogućnosti izgleda svijeta pa se tim temama u animeu bavi žanr spekulativne fikcije, gdje radnju čini bitan povijesni događaj, koji se odvio drugačije nego u stvarnosti ili se uopće nije dogodio (Ajanović, 2004).

Žanrovska kategorizacija animea i mangi je razgranata, ali su teme generalno odvojene demografski u pet velikih kategorija, a to su *shonen*, *shojo*, *seinen*, *josei* i *kodomomuke*, odnosno za dječake i djevojčice, djevojke i mladiće te djecu. Manga je inspiracija i temelj

za anime pa se žanrovski preklapaju, tako da će kategorije biti jednako primjenjive i na anime i na mangu. U nastavku će ukratko biti predstavljene kategorije i njihove različitosti.

Shonen označava tip animea ili mange namijenjene dječacima do 15 godina. Radnja je fokusirana na dogodovštine glavnog lika, uglavnom dječaka ili tinejdžera (Eisenbeis, 2014). *Shonen* je najpopularniji tip japanskoga stripa, odnosno animacije u Japanu. Sadrži više žanrova i podžanrova, kao što su *fantasy*, akcija, pustolovina, *slice of life*, komedija i sl., a glavni likovi su najčešće u sukobu s različitim silama zla (Ekman, 2023). *Weekly Boys Jump* je manga-magazin koji je najprodavaniji u Japanu i jedan od najprodavanijih tjednih magazina na svijetu. Kao što samo ime govori, obuhvaća teme i žanrove *shonen* kategorije, koji se često tiču sporta, znanstvene fantastike, komedije i *gag-stripova*, a čitaju ga ne samo dječaci, nego i odrasli muškarci. Sadržaj za magazin izabire se na temelju riječi *yujo* (prijateljstvo), *doryoku* (upornost) i *shori* (pobjeda), koje čitatelji ističu kao njima najbitnije i koje ih čine najsretnijima (Schodt, 1996).

Shojo je kategorija namijenjena djevojčicama u dobi od 10 do 18 godina. Uglavnom se tiče tema usmjerenih na žensku publiku – emocije, romansa i međuljudski odnosi, iako se mogu pojaviti akcija i avantura kao i u *shonenu*. Za razliku od *shonena*, *shojo* mange i animei prate uglavnom ženskoga glavnog lika ili su fokusirani na mušku homoseksualnu ljubav (Eisenbeis, 2014). U *shojo* kategoriji često su prisutni likovi koji osporavaju generalne norme seksualnosti i roda (Ekman, 2023).

Seinen se odnosi na kategoriju animea i mangi namijenjenih muškoj publici, uglavnom mladićima između 15. i 24. godine. Obuhvaća mange i anime nasilne, psihološke, političke, sportske, fantastične, sportske i dr. tematike, ozbiljnije od onih u *shonenu* (Eisenbeis, 2014).

Josei obuhvaća teme bliske odrasloj ženskoj publici. Uključuje prikazivanje realističnijih, neidealiziranih međuljudskih odnosa te su, kao i u *seinen* kategoriji, teme ozbiljnije i mračnije. Glavni su likovi uglavnom žene, ali mogu biti i muškarci. U slučaju potonjega teme će se ticati prikaza homoseksualnih ljubavi između često fizički privlačnih muškaraca (Eisenbeis, 2014).

Kodomomuke je namijenjen djeci. To su jednostavne, poučne priče koje djecu uče moralu i vrijednostima (Eisenbeis, 2014). Tipovi animea i mangi koji pripadaju ovoj kategoriji su adaptacije japanskih ili zapadnjačkih priča, različite franšize videoigara i igračaka te oni koji su namijenjeni djevojčicama (Ekman, 2023). *CoroCoro* je popularan manga-magazin

namijenjen uglavnom dječacima rane osnovnoškolske dobi. Najčešće teme tiču se sporta, humora, a najzastupljeniji su *gag-stripovi* zbog toga što mladi dječaci imaju poteškoća s čitanjem. Priče u *CoroCoro* manga-magazinu uglavnom su povezane s poznatim franšizama igračaka, animacija i videoigara te su rijetko originalne. *Doraemon*, priča o plavoj mački-robotu razlog je zbog čega je magazin prvotno postao popularan. *CoroCoro* sadrži više reklama naspram drugih magazina, jer to omogućava da opstane na vrlo kompetitivnom tržištu, što je još više otežano činjenicom da djeca sve manje čitaju, a više vremena provode igrajući videoigre (Schodt, 1996).

4. Percepcija animea izvan Japana

Ajanović navodi da je anime kao japanski oblik animacije razvijen unutar specifične kulture i prvotno je namijenjen domaćoj publici, tako da je internacionalna popularnost japanske animacije zajedno s njezinim raznim specifičnim kulturnim konvencijama ponašanja i vrednovanja, humorom i razumijevanjem simbola, vrlo začuđujući fenomen. Da bi se stoga razumio sadržaj japanske animacije, potrebno je u određenoj mjeri razumjeti japanske kulturne kodove (Ajanović, 2004). Iz toga slijedi pitanje zbog čega su japanska popularna kultura i svi njezini sadržaji privlačni. Timothy J. Craig navodi neke od razloga zbog kojih je japanska popularna kultura privlačna azijskoj i zapadnjačkoj publici. Pripadnicima azijskih zemalja japanska popularna kultura zasigurno je bliža uzimajući u obzir razne etičke, kulturne i tradicijske sličnosti između njih. U glazbi, stripovima i animaciji često će se naići na određene prikaze tradicije i kulture drugih azijskih zemalja, što potiče osjećaj familijarnosti sa sadržajem. Osim kulturnih referenci, ostali Azijati u japanskoj popularnoj kulturi prepoznaju i dijeljene društvene vrijednosti, kao što je ustrajanje u teškoćama te pritisak za uspjehom u obrazovanju i poslu. Također, Craig navodi da Japan, kao azijska zemlja koja je uspostavila nove ekonomske i društvene uvjete, služi ostalim azijskim zemljama kao uzor te njegova popularna kultura prikazuje nove društvene stvarnosti koje su manje tradicionalne od ostalih. Zapadnjaci ne dijele kulturu, vrijednosti i tradiciju s azijskim zemljama. Strancima je japanska popularna kultura različita od njihove i zbog toga ih privlači. Postoji želja da se upozna i istraži nešto drugačije što nema doticaja s već poznatim. Ono što ne postoji u zapadnjačkoj popularnoj kulturi (razne priče s kompleksnim karakterizacijama likova, prikaz prirode i ljudske prirode, međuljudskih odnosa, posla,

snova, optimizma i sl.) postoji u japanskoj te to pruža zapadnjacima način da obogate svoje iskustvo novim popularnim sadržajima (Craig, 2000).

Postoje različiti načini na koji će obožavatelji popularne kulture izraziti svoju ljubav prema japanskoj popularnoj kulturi. Schodt navodi *dojinshi* kao primjer za japanske obožavatelje. *Dojinshi* ili *fanzini* su stripovi ili romani s temama iz mangi, koje stvaraju fanovi namijenjeni drugim fanovima. Postoje originalni radovi ili parodije postojećih radova s raznolikom paletom tema i žanrova za oba spola. *Dojinshi* se prodaju na manga-konvencijama, kao što su *Super Comic City* i *Comic Market*, a njihovi autori su amateri koji surađuju jedni s drugima kako bi stvarali i zatim objavljivali radove. *Dojinshi* su popularni u Japanu jer je crtanje mange za Japance i Japanke jedina aktivnost koju mogu raditi svojevlasno, budući da su inače uvijek pod pritiskom zbog obrazovanja i posla. Žene su češće autorice *dojinshi* radova i posjetiteljice konvencija iz istog razloga, jer su manje zaposlene od muškaraca pa počinju stvarati *dojinshi* još za vrijeme osnovne i srednje škole. *Dojinshi* su popularni gotovo jednako kao i komercijalne mange, a za razliku od strogih pravila o zaštiti autorskih prava kao što je to u Americi, pravila u Japanu su blaža. Schodt također navodi uporabu riječi *otaku*, koja je kao i anime i manga poznata i korištena od strane američke publike. *Otaku* se u početku koristilo za oslovljavanje ljudi s kojima su govornici bili slabo upoznati, a u engleskom poimanju ta riječ označava fanatika, strastvenog obožavatelja ili obožavateljicu. Osamdesetih godina 20. stoljeća *otaku* su među sobom koristili mladi muški *fanovi* animea i mangi, a kasnije se koristi da bi se opisala osoba koja je strastveni obožavatelj bilo kakvog hobija. Osim toga, *otaku* poprima i negativne konotacije u Japanu kada se počinje povezivati s pojedincima, uglavnom mladićima, koji su smatrani društvenom prijetnjom, opčinjeni animeom i mangom, svijetom fantazije i seksualnih fetiša. Sukladno navedenom, postoji mogućnost da se postave kao razlog događanja loših stvari u društvu. Većinom se *otaku* prestaje smatrati negativnim kada se počinje koristiti na Zapadu (Schodt, 1996).

4.1. Amerika

Nissim Otmazgin navodi kako Amerika čini najveće tržište animea izvan Japana (Otmazgin, 2014). Godine 1961. s animiranim filmovima *Legenda o Bijeloj zmiji* (1958.), *Magični dječak* (1959.) i *Alakazam Veliki* (1960.) anime postaje prisutan na američkom tržištu. Otmazgin ističe tri faze širenja animea na američko tržište. Prva faza događa se ranih

šezdesetih godina s već prethodno navedenim filmovima te anime-serijama *Astro Boy* (1963.) i *Speed Racer* (1967.). Druga faza počinje osamdesetih godina lokalizacijom animea od strane američkih kompanija i distributera koji su oponašali japanski način proizvodnje. To je značilo prevođenje tekstova i prilagođavanje anime-serijala da bi više odgovarali američkoj publici. Nakon devedesetih godina 20. stoljeća prisutnost animea na američkom tržištu počinje opadati, a razlozi su loša kvaliteta anime-serijala, visoke cijene, ilegalna preuzimanja s Interneta te posljedice ekonomske krize. Otmazgin navodi kako se zadnjih godina pojavljuje treća faza u kojoj se počinju stvarati hibridne forme animea, kao japansko-američki miks. Kao primjer daje anime-seriju *Afro Samurai* temeljenu na mangi autora Okazaki Takashija. Bila je prikazana i u Americi i Japanu, a reakcije su bile podvojene – smatralo se da radnja nije najbolja, ali su animacija i glazba smatrane uspješnima (Otmazgin, 2014). Slično kao i Otmazgin, Antonia Levi ističe hibridnost i transformaciju animea i mangi te njihovih zajednica obožavatelja od strane američkih fanova (Levi, 2006). Ona spominje proces kodiranja i dekodiranja koji se odvija u popularnoj kulturi, i to na primjeru američkih fanova animea i mangi. Procesom kodiranja i dekodiranja tvorac sadržaja polazi od specifičnih vrijednosti i konteksta te iz toga slijedi da je s time povezan i sadržaj koji stvara. Publika koja konzumira sadržaj pak polazi od drugačijih vrijednosti i konteksta te će sukladno s time interpretirati i dalje oblikovati sadržaj stvarajući nova značenja koja se mogu bitno razlikovati od izvornih ili pretpostavljenih. Stoga američki obožavatelji animea i mangi konzumirajući *fan fiction*, videoigre i *cosplayingom* odnosno oblačenjem u likove, stvaraju hibridni oblik japanskih popularnih oblika. Levi dalje smatra da postoji opasnost u amerikanizaciji animea i mange, jer time gube izvornu posebnost i specifičnost kao originalno japanski stil i oblik animacije, odnosno stripa. Opasnost postoji u tome da postanu ujedinjeni s zajednicom obožavatelja stripova znanstvene fantastike i fantastike. Obožavatelji su utjecali na širenje animea i mangi povezivanjem putem Interneta i organiziranjem konvencija kao što su *Comic-Con*, *Anime Expo*, *Sakura-Con* i ostale. Osim toga, u zajednici je prisutan i *fansubbing*, ilegalno prevođenje i kopiranje japanskih videozapisa koje stvaraju i međusobno distribuiraju obožavatelji. Iako potencijalno problematična aktivnost, *fansubbing* ima prednosti za američke distributere jer se time dobiva uvid u uspješnost određenog serijala na tržištu, a samim prevođenjem obožavatelji ne ostvaruju nikakav profit (Levi, 2006).

4.2. Hrvatska

U ovome dijelu rada fokus će biti na vrlo sažetom prikazu najznačajnijih rezultata radova Velne Rončević (2021) i Laure Tandarić (2016) s područja Hrvatske, koje su se bavile istraživanjima povezanim s animeom i mangom. Time će se dobiti širi uvid o tome što je ostalim Hrvatima bio predmet interesa što se tiče tih oblika japanske popularne kulture.

Rončević (2021) je u svome doktorskom radu provela istraživanje o recepciji popularne kulture u Hrvata koristeći primjer animea i mangi. Rezultati navedenoga istraživanja pokazali su kako se većina sudionika susrela s anime-serijama kada su bili djeca, i to bez znanja da se radi o japanskim proizvodima, iako su mogli na temelju stila odrediti da se radi o različitom obliku animacije i izgledu animiranih filmova na koje su navikli. U kasnijoj dobi sudionici su razvili svijest o animeu kao japanskom tipu animacije i tako razvili interes i želju za daljnjim istraživanjem. Istaknuta je i razlika u sadržaju i tematici između animea i američkih animiranih filmova, koja je istodobno začudila i oduševila sudionike prilikom susreta s anime-serijama. Također, većina sudionika radije bira gledati anime s engleskim podnaslovima i japanskim zvučnim zapisima zbog osjećaja autentičnosti, a uglavnom nisu preveliki obožavatelji sinkronizacije zbog gubitka značenja i loše kvalitete. U konzumiranju mangi sudionici preferiraju čitati na engleskome jeziku, zbog toga što smatraju da hrvatski ili neki drugi jezik jednostavno ne odgovaraju manga stilu ili da je neobično čitati takvu formu na vlastitome, materinskome jeziku. Smatraju da su engleske verzije mangi i animea dostupnije obožavateljima. Anime-serijali po sudionicima ima veći značaj u prikazivanju ozbiljnijih ljudskih odnosa, a također su poučni, više nego američki animirani filmovi. Praćenje i konzumiranje animea kod sudionika istraživanja Velne Rončević razvilo je osjećaj poštovanja i interesa za japansku i druge kulture te osviještenost o drugačijim kulturnim i društvenim vrijednostima. Javlja se i svijest o razlici između Japana prikazanoga kroz medij animea i Japana u stvarnosti, pa su sudionici također naveli i pozitivne i negativne stavove o Japanu i realnosti njegovih društvenih odnosa te velikoj raznolikosti između kultura koja bi otežala prilagodbu za život u toj zemlji (Rončević, 2021).

Tandarić (2016) se bavila istraživanjem *otaku* supkulture u Hrvatskoj, navodeći kako je to relativno neistražena supkultura u Hrvatskoj i da o njezinom pojavljivanju nema mnogo informacija. Rezultati njezina istraživanja pokazuju da je prvi susret sudionika s anime-serijama uključivao gledanje naslova kao što su *Mjesečeva ratnica (Sailor Moon)*, *Voltron*

ili *Candy Candy* putem televizijskih programa u ranoj osnovnoškolskoj dobi. Isto tako, sudionici naveli su stil, teme, izgled likova, radnju i dr. kao bitne odlike japanske animacije koje su im se posebno svidjele. Također, sudionici istraživanja Laure Tandarić istaknuli su mangu i *cosplay* kao ostale oblike japanske popularne kulture koji ih zanimaju osim animea. Većina sudionika navodi i identifikaciju ili uspoređivanje sebe s likovima iz animea koje su gledali. Slično kao i u istraživanju Velne Rončević (2021), sudionici ovoga istraživanja izrazili su kako preferiraju anime gledati na izvornom japanskome jeziku s titlovima ili bez, ovisno o tome žele li gledajući učiti jezik, a sinkronizacija im nije privlačna zbog loše kvalitete i gubitka značenja. Mange čitaju uglavnom na engleskom jeziku putem Interneta, a neki sudionici je i kupuju u fizičkom obliku. Rad Laure Tandarić fokusira se na *otaku* zajednicu, stoga su sudionici bili ispitani i o *cosplayingu*, oblačenju u likove iz anime-serijala. Sudionici najviše ističu problem financiranja kostima ili vlastita izgleda tijela za koje smatraju da nisu odgovarajući za *cosplaying*. Osim toga, bitni su im i izgled likova i razina do koje se poistovjećuju s njima te praktičnost kostima. Oni sudionici koji se bave *cosplayingom* kostime većinom naručuju preko Interneta i onda sami doručuju, a manji dio ispitanika sam izrađuje svoje kostime. Za neke izrada ili kupnja kostima iziskuje puno vremena i novca, a većini služi samo kao hobi. Sudionike Tandarićina istraživanja zanimaju i ostali oblici japanske popularne kulture, uglavnom glazba, filmovi, moda i sl. Kupuju i druge stvari povezane s animeom, mangom i likovima želeći time iskazati svoju podršku industriji, a uglavnom koriste društvene mreže za dobivanje informacija o *otaku* zajednici. Većina sudionika sebe ne smatra *otaku* osobama (tek se manji broj smatra). Sudionici su svjesni negativnih konotaciju koju pojam *otaku* nosi te prema drugim *otaku* posjeduju određene predrasude. Međutim, Tandarić ističe subjektivno poimanje značenja pojma *otaku* između sudionika, što onda utječe i na njihove stavove prema *otaku* zajednici i drugim *otaku*. Isto tako, ona zapaža kako su oni sudionici koji se ne identificiraju kao *otaku* više uključeni u zajednicu obožavatelja i informirani o značenju tog pojma. Većinom povezuju *otaku* zajednicu s opsesivnom grupom ljudi, a ne s obožavateljima animea i mange kao što je to percipirano na Zapadu. Sudionici ističu odlazak i sudjelovanje na konvencijama kao bitan dio *otaku* zajednice, a pritom neki i sami sudjeluju u raznim organizacijama i aktivnostima, dok ostali samo prisustvuju. Slično kao i u rezultatima istraživanja Velne Rončević (2021), sudionici Tandarićina istraživanja navode kako su konzumiranjem japanske popularne kulture razvili širi interes za japansku kulturu i otvorenost prema različitim kulturama od svoje. Interes za japansku popularnu kulturu bio im je poticaj za ostvarivanje u raznim

poslovima, kao što su animacija kod jednog od sudionika ili profesionalni *cosplaying* te studiranje japanologije i sl. Sudionici navode kako o *otaku* zajednici postoje i određeni stereotipi, uglavnom da su hobiji sudionika djetinjasti, neobični ili nezreli, a oni sami lošeg fizičkog izgleda s afinitetom za bježanje u svijet fantazije i opsesivnim zanimanjem za anime i mangu te romantičnim sklonostima spram maloljetnih osoba. Također, ističu i povezanost hrvatskog mentaliteta s izgledom *otaku* zajednice. Tako će ljudi na konvencijama često osuđivati ostale, ne troše mnogo novca na kostime, a kao razlog tome sudionici navode loše ekonomsko stanje u zemlji. Osim toga, u *otaku* zajednici vlada elitizam, tako da po sudionicima najviše treba poraditi upravo na društvenim odnosima (Tandarić, 2016).

5. Rezultati ankete i intervjua

Google Forms anketu ispunilo je 15 ljudi, a u intervjuiima je sudjelovalo 10 sudionika. Korištenjem ankete bio je cilj dobiti opći prikaz toga što Hrvati misle o animeu i mangi, kako ih definiraju, koje ih teme u najviše zanimaju te što im se sviđa odnosno ne sviđa kod animea i mangi. Metodom intervjua nastojalo se dobiti detaljniji uvid u to kada su se sudionici susreli s animeom te njihovu percepciju o istome. Dobiveni rezultati ankete pokazuju kako je većina sudionika ženskoga roda, njih 9 za razliku od 6 sudionika koji su muškoga roda. Najveći broj sudionika ankete su mladi ljudi od 18 do 24 i od 25 do 30 godina, a troje ih je starije od 30 godina. Uglavnom imaju završeno srednjoškolsko obrazovanje, a manje ima onih koji su završili fakultet ili višu školu. Većina sudionika i čita mangu i gleda anime, iako su se neki izjasnili kako su prije gledali anime, ali ga više ne gledaju, što nije slučaj s mangom. Većina se sudionika s animeom i mangom susrela putem društvenih mreža, a potom po preporuci prijatelja ili članova obitelji, putem televizije, a najmanje temeljem preporuke kolega s posla, škole ili fakulteta. Najpopularnije teme među sudionicima bile su *fantasy* / nadnaravne teme, zatim akcija / avantura, horor / psihološke teme, komedija, znanstvena fantastika, a manje ostale teme. Većina sudionika preferira anime više nego mangu većinom iz razloga što im animacija dalje bolji doživljaj od statičnih slika ili jer su bolje upoznati s animeom nego mangom. Putem intervjua je ispitano 10 ljudi, i to 4 muškarca, a ostalo su bile žene. Veliki dio ispitanika čine mladi ljudi iz okolice Rijeke, trenutno u nekoj fazi fakultetskog obrazovanja, u dobi od 20 do 25 godina, a troje ih je starijih od 30 koji imaju završeno srednjoškolsko obrazovanje. U intervjuiima su se ponavljale određenje tvrdnje koje sadrže slična stajališta o tome kakva je percepcija

ispitanika o animeu te su neki spominjali i njegovu povezanost s mangom, iako je ovdje više bio fokus samo na animeu s kojim su se ispitanici više susretali. Njihovi odgovori podijeljeni su u kategorije čiji pregled slijedi u nastavku.

5.1. „Meni su sve to bili crtići“

Sudionici navode svoja iskustva prilikom prvog susreta s animeom, ističući kako su bili upoznati s animeom samostalno putem televizije ili preporukom prijatelja i članova obitelji. Većinom nitko nije imao svijest o tome da se radi o stilu japanske animacije, već su anime ubrajali u sve ostale animirane sadržaje koji su im bili dostupni. Svi ispitanici u dobi od 30 do 40 godina znaju što je anime i gledali su više naslova, a Mirjana (39), jedina je sudionica intervjuja koja je iskazala kako je čula za anime i kako je donekle upoznata sa stilom japanske animacije, ali kako se sama ne bi upuštala u gledanje anime-serijala i filmova.

„Gledala sam djelomično neke anime filmove zbog svoje kćeri, još prije. Znam kako izgleda stil i što već ne, ali nikada tome nisam dala priliku jer znam da mi se ne bi sviđjelo. Malo smiješno, ali naviknuta sam na skroz različiti izgled crtića. Možda da pogledam više toga bi mi se krenulo sviđati.“ (Mirjana)

Petar (33) navodi kako je televizija bila prvotni medij preko kojega se on prvi put susreo s animeom i kako ga je najviše oduševio stil. Sličan je doživljaj imao i Luka (31).

„Dragon Ball, Dragon Ball Z, Sailor Moon, Pokemoni, Digimoni... i dosta filmova kad sam bio mali, čak sam dizeo u videoteci. Šteta šta se ne sjećam naziva, ali znam da je bilo dosta popularno. Sjećam se da je bilo na televiziji dosta toga. Tako sam i ja počeo gledat to i znam da mi je bilo baš fora, taj stil, a i bilo je drugačije, definitivno drugačije od ovoga danas ili onoga što je inače bilo puštano na tv-u.“ (Petar)

„Gledao sam Sailor Moon, naravno Pokemone i Digimone, Nisam znao da je to anime, jedino se po stilu moglo zaključit da je to nešto drugačije. Kasnije sam više zalazio u te vode, više ovako iz znatiželje i dosta mi se dopalo. Posebno Death Note, e to je zbilja bilo nešto.“ (Luka)

Ostali sudionici Nika, Lucija, Andrija, Jakob, Valerija, Nina, i Anabela pripadaju dobnoj skupini od 20 do 25 godina i uglavnom su se susreli s animeom u ranoj dobi gledajući televiziju, osim Nike (21), koja je bila pod utjecajem članova svoje obitelji.

„Ja sam krenula gledati anime kada sam imala 12 godina pod utjecajem moje starije sestre jer je i onda u to vrijeme dosta gledala. Ona je išla i u Rijeku na tjedne sastanke grupe ljudi koji su isto gledali anime i da moja sestra nije gledala anime i tjerala mene da gledam, ja vjerojatno ne bi krenula gledati tako rano ili ga uopće ne bi gledala. Tako da mislim da je to najviše utjecalo na to zašto sam se krenula zanimati za anime i sve to.“ (Nika)

„Pokemoni su najvjerojatnije bili moj prvi susret s animeom kad sam bila mala, čak i nešto sitno Astro Boy. Sjećam se kako mi je bilo zabavno gledati sve te šarene likove i kako čudno izgledaju, ali meni je to baš bilo fora. Tek sam kasnije saznala da je riječ o animeu, mada je to sve bilo isto meni kad sam to gledala kao mala.“ (Valerija)

„Vjerujem da je moj prvi susret ikad s animeom morao biti Pokemon, specifično Pokemon filmovi. Osim što sam ih imao na CD-ovima, gledao sam neke od Pokemon sezona na TV-u i mislim da zbog toga što sam gledao anime u ranoj dobi ga sada još uvijek volim.“ (Andrija)

„Definitivno prvi animei koje se ja sjećam da sam gledala su bili Pokemoni, Yu-Gi-Oh i Astro Boy. Sjećam se da sam baš voljela Astro Boya. Kad sam kao mala prvi put vidjela taj stil mislila sam kako svi likovi baš slatko izgledaju, ali nisam znala da je to anime. Meni su sve to bili crtići.“ (Anabela)

„Ja i brat prvi put smo to gledali kao djeca na televiziji. Sjećam se da su to bili Pokemoni i Yu-Gi-Oh. Nismo bogzna kako obraćali pažnju da se razlikuju od američkih crtića, nama je sve to bilo isto.“ (Nina)

Gotovo svi sudionici spomenuli su anime stil i teme kao nešto što ih je zainteresiralo i privuklo japanskoj animaciji. To nisu bile jedine karakteristike koje su se svidjele sudionicima pa tako neki ističu i glazbu i humor.

„Glavna razlika zapadnjačkog stila animacije i animea i mange je stil. Nekako kada gledamo anime možemo odmah prepoznati da je to anime. Mislim da je jedan od razloga taj što se u animeu nastoji postići veći realizam, dok je kod zapadnjačkog stila animacija smatrana kao nešto samo za djecu. Kao primjer možemo uzeti vrlo popularan animirani serijal Spužvabob. Naravno da ne bismo rekli da je on anime, ali možda bismo za Avatara rekli da je, zbog više realističnog stila animacije. Ali, vrijedi i obrnuto, kao primjer u Japanu imamo Lucky Star.“ (Andrija)

„Najviše me tome privlači izgled. Zvuči površno, ali kada vidim anime koji ima odličan stil i animaciju, prvo želim pogledati njega. To ne znači da neću pogledati neki koji je loše kvalitete, ali animacija je ono što mi prodaje anime.“ (Nina)

„Ono što mi se najviše sviđelo kod anime i mangi je njihova raznolikost. Gotovo svatko može pronaći barem jedan serijal koji mu se sviđa, od apsolutnog ludila što je Dragon Ball, do malo više emocionalnog i ozbiljnog, tipa Your Lie in April. Postoji toliko puno opcija i toliko puno dobrih mangi i animea da čovjeku dođe da ih sve pročita i pogleda.“ (Anabela)

„I muzika, muzika je odlična, pogotovo uvodne špice i to je baš umjetnost sama po sebi. Ali je, stvarno je. Mislim ja kao muzičar, za mene je to odlično. Baš ono harmonije, kad ideš u— fascinantno je. Čak i neki dječji programi njihovi imaju tako dobre špice, mislim to je valjda njima u kulturi da imaju to tako.. ma izvrsno.“ (Petar)

„Dobar je humor, imaju dosta dobar humor, općenito. I nije ih strah, kako da kažem, neke stereotipe, neke šale zbijati, onako otvoreno je. Barem ti iz 80-ih, 90-ih animei dosta su otvoreni po pitanju svega.“ (Luka)

Televizija je primarni medij putem kojeg se većina ispitanika susrela s animeom. Steven T. Brown govori o „ekranima animea“, naglašavajući odnos animea s ekranom i kontekstom u kojem je viđen. Anime sadrži mnoštvo različitih oblika i žanrova, kao i stilova i publika i zbog toga on smatra da je bitnije pitati gdje je ekran animea, a ne što taj pojam znači. Po tome će anime biti vezan uz tehnologije i prostore u kojima je gledan i to će utjecati i na percepciju i recepciju publike (Brown, 2006).

5.2. „Japan nije anime“

Ispitanici su istaknuli Japan kao zemlju koja se bitno razlikuje od drugih svojim mentalitetom i kulturom te da je zastupljeno mišljenje kako je anime realističan prikaz japanske kulture i društva, s čime se oni uglavnom ne slažu.

„Mislim da kad se gleda anime ovisi o žanru hoćemo li dobit neki uvid u japanski način života ili ne. Jer, ako gledamo neke američke to jest ove naše, „zapadne“ crtiće, isto nećemo dobit uvid u to kako mi živimo. Dosta mangaka, tih ljudi koji stvaraju mangu i onda se po tome radi anime, ovaj, bježe od pravog života ili preuveličavaju jedan dio njihovog života.“

A i općenito puno influencera koji žive u Japanu naglašavaju kako Japan nije anime i da je to zemlja s puno ljudi i kultura, tako da mislim da se ne može baš reći da je anime neki doslovni prikaz japanskog života.“ (Lucija)

„Naravno, postoje dijelovi animea koji su istiniti jer na kraju svi mi upijamo našu okolinu i koristimo ju za inspiraciju, ali isto tako ovisi ful puno o onome tko radi anime i priču i kako oni gledaju na svoju okolinu i koriste to kao inspiraciju.“ (Valerija)

„Mislim, ono, vidiš trud osobe koja je to crtala i poželiš da je to mjesto stvarno da možeš jednog dana tamo otići i to vidjeti svojim očima. Opet ovisi o animeu, neke stvari o društvu budu istinite, ali isto tako ima i dosta preuveličanih stvari te stvari koje nisu istinite. Ali netko tko gleda neki anime bez da zna išta o Japanu van toga, može dobiti ideju da je tamo život savršen iako u stvarnosti nije. Fascinantna mi je njihova kultura i lijep mi je Japan, rado bih ga posjetio, ali mislim da ne bi mogao živjeti tamo s obzirom na uštogljenost stanovništva prema autsajderima, nekakvim radnim navikama i prevelikoj razlici u kulturama i načinu života naspram hrvatske.“ (Jakob)

„Nigdje nije idealno. Anime je super i likovi i elementi japanske kulture, ali mislim da se treba ostati realan i odvojiti stvarnost od fikcije, a anime je u ovom slučaju većinom jako idealiziran. Definitivno je potreban odmak od mišljenja da je Japan isto tako idealna zemlja ili na ikoji način superiorna u pitanju kulture, ponašanja ili mentaliteta naspram nekih drugi, ili evo naših hrvatskih, na primjer.“ (Anabela)

5.3. Stereotipi – „Anime nije za djecu“

Neki od sudionika naglasili su kako su svjesni postojanja određenih predrasuda i stereotipa vezanim uz anime, što je posebno povezano s naglašenom seksualnosti likova u određenim animeima. Posebno je bila istaknuta pasivnost i objektivizacija ženskih likova na temelju fizičkog izgleda.

„Jako često se desi taj plot line da je ženski lik bespomoćan, a muški lik snažan i uvijek ju spašava iz nevolja... naravno uvijek postoje iznimke, mislim, da, ali evo primjer Lucy iz Fairytalea. Ona sama po sebi ima puno moći, a ta činjenica je pokazana ono u svega 2 od 328 epizoda i ona može sama sebe spasiti, ali ne, nju uvijek mora spašavati glavni muški lik jer se tako njezine nevolje mogu dalje iskoristiti za poboljšanje njegove moći.“ (Nika)

„Ja mislim da mnogo ljudi ne razumije tu činjenicu da su anime i manga subjektivni prikaz japanskog života, a i u nekim slučajevima se prikazuje samo ono što se zna da će se prodati. A to su često „bujni“ ženski likovi s malo osobnosti, a puno atributa. To baš nema prevelike veze s kulturom, osim ako to nešto govori o tome kako oni percipiraju žene“ (Valerija)

„Imala sam sreću da sam prvo naišla na neke, ajmo reći, normalne animee bez previše nastranih scena ili likova. Jer znam da postoji svakakav sadržaj, pa bi možda imala predrasude o tome svemu da je prvo što sam vidjela bio ženski lik u donjem vešu, njena prsa preko cijeloga ekrana, i tako to.“ (Lucija)

„Postoji i poprilično velik stereotip da je anime vrlo perverzan, što vjerojatno potječe od toga da su stari animei imali veću količinu vulgarnih šala i scena od današnjih, barem koliko ja pratim.“ (Andrija)

Samo jedan od ispitanika navodi kako nije primijetio da postoje stereotipi niti se on osobno susreo s ikakvim stereotipima dok je gledao anime.

„Pa ja sam to bio gledao kao klinac, a kasnije još nešto sitno. I koliko se sjećam nije da je netko imao ikakvo mišljenje oko toga. A i nije da su tad animei bili nešto ful jako seksualno i te fore, mislim ne znam, ja barem nisam primijetio ništa što bi upadalo u oči na taj način.“ (Petar)

Pretjerana seksualizacija u anime-serijalima može se povezati s terminom *fan-service* ili *saabisu*, koje Thomas Lamarre definira kao prikaze žena ili djevojaka često seksualno provokativnih ili eksplicitnih sadržaja koje karakterizira nasumično ubacivanje u scene anime-serija, a uloga im je da služe muškom pogledu. Po tome se zaključuje da *fan-service* uglavnom služi u funkciji muške publike (Lamarre, 2009). *Fan-service* može se povezati s dijelom teorije Laure Mulvey o užitku koje publika dobiva gledanjem te postavljanjem žene kao pasivnog objekta za muški pogled. Ona objašnjava kako je tradicionalna uloga žene u filmu da bude dana na gledanje kao seksualni objekt aktivnoj muškoj publici kako bi se njihove fantazije projicirale na žensku figuru (Mulvey, 1989). Neki od sudionika navode i stereotipno mišljenje o animeu kao animaciji namijenjenoj dječjem uzrastu, a postoje i druge predrasude o obožavateljima animea, konkretno stereotipi o tome da su *weebs* ili *weeboos* te dio *otaku* subkulture koja po mišljenju ispitanika također nosi negativne konotacije.

„Vjerojatno najveći stereotip vezan uz anime je to da je publika kojoj je anime namijenjen su djeca. Mislim da puno ljudi, barem na Zapadu, smatra da je to kao i animacija djetinjast

i baš napravljen isključivo za klince. Osobno, koliko sam se ja nagledao nekih prikaza nasilja, baš Bože pomози, nije nešto što bi baš djeca gledala.“ (Andrija)

„Anime nije za djecu. Jesu, neki, ali većinom ima baš dubokih tema, izuzetno kompliciranih tema, likovi umiru ili stradaju, tu su i moralna pitanja neka. A ljudi vide da je animirano, pa onda odmah skoče i kažu da su to japanski crtići i na tome ostane.“ (Valerija)

„Taj kompleksan način na koji su likovi razvijeni, radnja i povezivanje jednog djela s drugim, ono, par epizoda pa onda ti klikne, pa povežeš, skužiš što, kako, tko s kime i zašto, e to me baš još više uvjerilo, ajmo reć, da to nije namijenjeno da gledaju djeca. Djeca imaju svoj žanr koji se ipak vrti oko poučnih tema i njima primjerenih, jel, ali inače treba stvarno imat koncentracije da se to sve razumije. Samo zato što je animacija, a ne igrani film ili serija ne znači da je za djecu.“ (Anabela)

„Nije da me je sram reći da gledam anime jer iskreno nekako je to postalo dosta popularno tako da nema straha da će te netko krivo pogledat ili baš mislit nešto loše. Iako ne bi baš voljela da misle da sam weeb ako krenem pričati o tome.“ (Nina)

„I apsolutno postoje neki stereotipi o fanovima i to, ali tijekom korone dosta ljudi je bilo natjerano ići online, pa su shvatili da anime nije kao što su prije mislili. U prijašnje vrijeme se mislilo da su zapadni ljudi koji su gledali anime samo inceli ili weeb sve dok više ljudi koji su poznati nisu krenuli govoriti o tome, tipa Robin Williams ili Samuel L. Jackson, pa je zbog toga anime postao, ajmo reći prihvatljiv.“ (Nika)

„Ima dosta animea koji su mi odbojni, tipa ti cringey animei sta ih gledaju weebovi, animei u kojima se nepotrebno seksualiziraju likovi.“ (Jakob)

Weeb se često koristi kao negativan termin za označavanje obožavatelja japanske popularne kulture. Jacob Lacuesta situira weeb unutar otaku zajednice anime obožavatelja i određuje ju kao sup-supkulturu koju dovodi u odnos s konceptom rasne disforije. On rasnu disforiju povezuje s nezadovoljstvom pojedinaca s vlastitim izgledom i kvalitetom života. Anime kao medij napravljen od strane kapitalističke mašinerije nudi poželjan način života koji ljudima omogućuje bijeg iz stvarnosti. Po Lacuesti, najčešći stereotipi povezani s otaku supkulturom i weeb pojedincima proizlaze iz mainstream moralne panike, a sadržaj koji se proizvodio unutar te supkulture bio je orijentiran na žanrove kao što su yaoi (prikaz muške homoseksualne ljubavi), lolicon (fetišizirani prikaz djevojčica), „zamke“ odnosno dječaci

koji liče na djevojčice te pornografiju (Lacuesta, 2020). Schodt navodi i primjer Tsutomu Miyazakija, japanskog serijskog ubojice osamdesetih godina 20. stoljeća koji je služio kao temelj za nastanak negativnih stereotipa o obožavateljima animea i mange. Miyazaki je ubio četiri djevojčice, a u otkriveno je da je imao poseban interes za horror i *rorikon* pornografske sadržaje (sugestivni prikazi maloljetnih djevojčica). Iz toga je proizašla negativna percepcija *otaku* ljudi kao opsesivnih, nastranih pojedinaca koji ne znaju razlikovati stvarnost od fikcije (Schodt, 1996).

6. Zaključak

Japanska popularna kultura postigla je veliku popularnost na Zapadu, a možda najveću popularnost uživaju anime i manga. Anime odnosi se na japanski tip animacije, dok je manga japanski strip. Anime i manga svojim se sadržajem, temama, stilom, karakterizacijom i izgledom likova razlikuju od zapadnjačkih oblika animacije i stripa, a posebnost žanrova animea i mangi jest i demografska podijeljenost zasnovana na spolu. Anime i manga, nastali unutar specifičnog kulturnog konteksta, primarno su namijenjeni domaćoj publici. S posebnim konvencijama humora, značenjima simbola, društvenim i kulturnim vrijednostima bit će bliski i drugim azijskim publikama zbog sličnosti između njihovih kultura i tradicija. Forme animea i mangi pregovarane su i interpretirane različito od strane zapadnjačkih publika. Publike sa Zapada prihvatit će produkte japanske kulture i interpretirati ih unutar vlastitog kulturnog konteksta. Anime i manga svojim izrazom odražavaju japansku kulturu te su zbog toga privlačni zapadnjačkim publikama, iako one nisu nužno upoznate s većinom konvencija i specifičnostima japanske kulture. Produkti japanske popularne kulture stranim publikama nude uvid u njima nove i nepoznate teme, sadržaje i značenja. Samim time što se razlikuje od njihove, japanska popularna kultura će biti privlačna zapadnjačkim publikama. *Otaku* posebna je supkultura obožavatelja animea i mangi, prisutna i u Japanu i na Zapadu, gdje u matičnoj državi češće nego u inozemstvu ipak evocira određene stigme i predrasude. *Otaku* zajednica iskazuje svoju potporu i ljubav prema animeu i mangama organiziranjem i sudjelovanjem na konvencijama, stvaranjem fan-fikcije i *dojinshi* manga i romana, *cosplayingom* i dr., a zapadnjačke publike posebno distribucijom sadržaja i *fansubbingom*. Time se stvaraju hibridni oblici, mijenjaju i reinterpretiraju značenja anime i manga sadržaja nastalih u specifičnom kulturnom kontekstu te se na neki način prilagođavaju zapadnjačkom kulturnom okviru.

Istraživanje provedeno korištenjem *Google Forms* ankete i intervjua pokazalo je kako Hrvati percipiraju anime te što ih najviše privlači njemu. Anketi je pristupilo 15 ljudi i rezultati su generirali opću pozadinu percepcije animea, gdje su svi ispitanici bili upoznati s izgledom japanske animacije. Njihova je percepcija bila pozitivna, posebno što se tiče doživljaja, uvida u nove i različite teme koje im anime pruža. U intervjuima je 10 ispitanika potaknuto da podijele svoje susrete i doživljaje animea. Ispitanici su, osim razlike u stilovima, naglasili i kompleksnije narative, teme i karakterizaciju likova kao bitne karakteristike japanske animacije. Osim toga, većina je istaknula kako postoje određena mišljenja kako je anime

realističan prikaz Japana i njegove kulture, s čime se ispitanici nisu složili. Konačno, ispitanici istaknuli su i stereotype koji su prisutni u vezi animea i obožavatelja, kao što je mišljenje da je anime namijenjen djeci ili opsesivnim obožavateljima. Ispitanici su se složili kako je anime sadržajem puno ozbiljniji i kompleksniji od animacije namijenjene djeci pa se stoga ne može generalno povezati i pojednostaviti na isključivo „japanske crtiće za djecu“, a također je povezan i sa specifičnim prikazom ženskoga tijela, uglavnom u funkciji objekta za *fan-service*.

Generalno, ispitanici su navodili načine na koji se anime razlikuje od animiranih filmova sa Zapada. Njihova percepcija animea i mangi oblikovana je tijekom prvih susretima s tim izrazima još u mlađoj dobi putem televizije. Ispitanici su sagledavali anime iz perspektive svog kulturnog konteksta te donosili zaključke na temelju svojih iskustava. Svi anime-serijali s kojima se većina ispitanika susrela bili su uglavnom namijenjeni dječjem uzrastu, iz čega se može zaključiti da će na percepciju ljudi o animeu utjecati žanr animea i kontekst u kojem su se susreli s njime. Isto tako, sudionici su opetovano uspoređivali japanske i zapadnjačke animirane filmove, iako posjeduju znanje o specifičnosti konteksta unutar kojega nastaje anime kao oblik popularne kulture. Tvrdnje sudionika intervjua pokazuju da su svjesni činjenice da se anime i manga, kao produkti japanske popularne kulture, svojim izrazom i obilježjima razlikuju od većine animiranih filmova koji su im bili dostupni. Konzumiranje animea i mangi pruža im doživljaj i iskustvo novih i drugačijih popularnih oblika te mogućnost stvaranja novih znanja o kulturi drugačijoj od njihove. Oni prosuđuju anime iz perspektive svoje kulture, standarda i konvencija na koje su naviknuli. Anime prikazuje nešto drugačije, što ih je ujedno privuklo žanru i oblikovalo njihovu percepciju japanske popularne kulture.

7. Literatura

1. Adorno, T. i Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of Enlightenment*. California: Stanford University Press.
2. Arnold, M. i Garnett, J. (2006). *Culture and Anarchy (Rethinking the Western Tradition)*. Oxford, New York: Oxford University Press.
3. Ajanović, M. (2004). *Animacija i realizam*. Zagreb: Hrvatski filmski savez.
4. Barker, C. i Jane, E., A. (2016). *Cultural Studies: Theory and Practice (5th Edition)*. London, California, New Delhi: Sage.
5. Bennett, T, Grossberg, L., i Morris, M. (2005). *New Keywords: A revised Vocabulary of Culture and Society*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
6. Brown, Steven, T. (2006). *Cinema Anime*. New York: Palgrave Macmillan.
7. Craig, T. J. (2000). *Japan Pop!: Inside the World of Japanese Popular Culture*. New York, England: M.E. Sharpe.
8. Denison, R. (2015). *Anime: A critical introduction*. London, New York: Bloomsbury Publishing.
9. Ekman, J. (2023). *Types of Manga – All Types Explained With Examples*. okuha.com. URL: <https://okuha.com/types-of-manga/> . (pristupljeno: 28.6.2023).
10. Eisenbeis, R. (2014). *How to Identify the Basic Types of Anime and Manga*. kotaku.com. URL: <https://kotaku.com/how-to-identify-the-basic-types-of-anime-and-manga-1538285518> . (pristupljeno: 28.6.2023.).
11. Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. London, New York: Routledge.

12. Lacuesta, J. (2020). The Weeaboo Subculture: Identification and Performance. *Tourism Research*, 11(3), 343-352. URL: https://www.researchgate.net/profile/Jacob-Lacuesta-2/publication/342053457_The_Weeaboo_Subculture_Identification_and_Performance/links/5ee01bdc299b1d20bdeb039/The-Weeaboo-Subculture-Identification-and-Performance.pdf. (pristupljeno: 28.6.2023.)

13. Leavis, F. R., (1930). *Mass Civilisation and Minority Culture*. Cambridge: Minority Press.

14. Leavis, F.R. i Thompson, D. (1960). *Culture and Environment: The Training of Critical Awareness*. London: Chatto & Windus.

15. Levi, A. (2006). The Americanization of Anime and Manga: Negotiating Popular Culture. U Brown, S. T. (2006). *Cinema Anime*. New York: Palgrave Macmillan, 43-63.

16. Mulvey, L. (1989). *Visual and Other Pleasures*. London: Palgrave Macmillan.

17. Otmazgin, N. (2014). Anime in the US: The entrepreneurial dimensions of globalized culture. *Pacific Affairs*, 87(1), 53-69. URL: <https://www.ingentaconnect.com/content/paaf/paaf/2014/00000087/00000001/art00004>. (pristupljeno: 19.6.2023.)

18. Rončević, V. (2021). *Recepcija japanske popularne kulture na primjeru obožavatelja anime i manga* (Doctoral thesis). Zagreb: University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences. URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:808651>. (pristupljeno: 17.5.2023.)

19. Schodt, F. L. (1996). *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga – Japanese Comics for „Otaku“*. Berkley, California: Stone Bridge Press.

20. Schuetz, A. (1989). THE FRANKFURT SCHOOL AND POPULAR CULTURE. *Studies in Popular Culture*, 12(1), 1–14. URL: <http://www.jstor.org/stable/23414449>. (pristupljeno: 20.4.2023.)

21. Storey, J. (2015). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction (7th ed.)*. London, New York: Pearson Longman.
22. Tandarić, L. (2016). *Otaku subkultura u Hrvatskoj* (Doctoral dissertation). Diploma Thesis. Filozofski fakultet u Zagrebu, Department of Pedagogy. URL: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/8005> . (pristupljeno. 17.5.2023.)
23. Tsutsui, W., M. (2010). *Japanese Popular Culture and Globalization (Key Issues in Asian Studies)*. Association for Asian Studies.
24. Williams, R. (2014). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.
25. Williams, R. (1965). *The Long Revolution*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin Book Ltd.