

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za sociologiju / Odsjek za pedagogiju

DIPLOMSKI RAD
Otaku subkultura u Hrvatskoj

Studentica: Laura Tandarić

Mentor: dr. sc. Krunoslav Nikodem, izv. prof.

Komentorica: dr. sc. Sandra Car, prof.

Zagreb, srpanj 2016.

Sadržaj

1. Uvod	2
2. Subkulture	5
2.1. Nastanak sociologije subkultura i njihovo proučavanje	5
2.2. Subkulture i internet	8
2.3. Subkulture u Hrvatskoj.....	10
2.4. Popularna kultura.....	11
3. Otaku subkultura	14
3.1. Definicija i etimologija.....	14
3.2. Pojava otaku subkulture i društveni uvjeti koji su to omogućili	17
3.3. Percepcija otakua u Japanu.....	21
3.4. <i>Cool Japan</i>	28
3.5. Aktivnosti otakua.....	31
3.6. Otaku subkultura izvan Japana	33
4. Manga.....	38
5. Anime	48
6. Cosplay.....	54
7. <i>Fansubbing</i>	57
8. Istraživanje: Otaku subkultura u Hrvatskoj.....	60
8.1. Uvod i metodologija	60
8.2. Rezultati.....	62
9. Zaključak.....	104
Literatura	108
Sažetak	116
Summary	117

1. Uvod

Subkulture u Hrvatskoj su jedno od područja istraživanja u kojima je primjetan nedostatak znanstvenih radova. Iako sedamdesetih godina dolazi do prvih rasprava na mikrorazini, tek se krajem osamdesetih počinje detaljnije promatrati subkulturalna identifikacija mladih u hrvatskom društvu (Perasović, 2001). Zbog veoma skromne prepoznatljivosti od strane akademske zajednice općenito, a osobito zbog raznolike suvremene identifikacije mladih, smatram da je od velike važnosti istražiti određene subkulturne oblike 21. stoljeća koje, prije svega, karakterizira ubrzani tehnološki razvitak i korištenje virtualnih prostora.

Jedna od novih, još neistraženih subkultura u Hrvatskoj, jest otaku subkultura. Njezino podrijetlo je vezano uz Japan i vrijeme ranih osamdesetih, a razvitkom tehnologije je izvršila, te i dalje izvršava, invaziju na gotovo cijeli svijet, počevši s Amerikom (Kelts, 2006) i došavši sve do nas. Iako termin *otaku* nosi različite konotacije, u kontekstu zapada je otaku subkulturu najlakše definirati kao opsesivne obožavatelje japanske popularne kulture – od japanske animacije (*anime*), stripova (*manga*), kostimiranja u omiljene likove (*cosplay*) i računalnih igara pa sve do različitih elemenata tradicionalne japanske kulture.

Otaku se često pejorativno izjednačava s engleskim terminima *geek* i *nerd* ili pak predstavlja u obliku neprivlačnog muškarca opsjednutog s tehnologijom koji lakše uspostavlja odnose u virtualnom svijetu nego u stvarnosti, preferirajući čak i dvodimenzionalne nad trodimenzionalnim ženama. Otaku subkultura je u Japanu identificirana 1981., a već se 1983. godine na Svjetskoj konvenciji znanstvene fantastike u Baltimoreu, kroz projekcije japanskih animiranih filmova, mogao vidjeti njezin svjetski domet (McKevitt, 2010). U devedesetima, osobito 1996. godine, izlaskom romana *Idoru*, književnika Williama Gibsona, termin otaku dobiva svjetsku popularnost i biva prepoznat i od strane znanstvene zajednice.

Danas, u 21. stoljeću, mnogi znanstvenici otaku subkulturu nazivaju vjerojatno najumreženijom fan zajednicom na svijetu. Njezin temelj predstavlja virtualni prostor interneta, gdje njezini pripadnici kroz različite virtualne zajednice¹ uživaju mogućnosti

¹ Rheingold (1993) virtualne zajednice definira kao društvene skupove koji nastaju na internetu kada dovoljan broj ljudi vodi određene javne diskusije dovoljno dugo vremena, uz dovoljno ljudskog osjećaja da se između njih stvore lični odnosi.

koje postoje odvojeno od stvarnosti, dalje od ideoloških konstrukcija matične kulture i statusa koji im je dodijeljen u svakodnevnom životu. U svijetu japanske animacije i stripova, koji su jedan od najznačajnijih elemenata otaku subkulture, zbog raznolikosti tema, svoje mjesto mogu pronaći ljudi različite dobi, interesa, životnog stila, jezika i kulture te stvoriti dijalog i zajedništvo neovisno o svojim svakodnevnim karakteristikama. Otaku subkultura sadrži i određene postmoderne vrijednosti poput transkulturalnosti, pluralnosti, fluidnosti i hibridnosti pojedinčeva identiteta, a kostimiranjem i poistovjećivanjem s različitim fikcionalnim likovima, čak i ljudske vrste (Azuma, 2009).

Jednake tendencije se mogu zabilježiti i kod otakua u Hrvatskoj. Budući da u našoj zemlji još uvijek ima relativno malo pripadnika otaku subkulture i da su male šanse spontanog upoznavanja u stvarnom svijetu, od presudne važnosti je kreiranje virtualnog identiteta. U početku su bili aktualni forumi koji su okupljali sve ljubitelje japanske kulture i udruge koje su organizirale druženja i projekcije, ali nakon što se sve prebacilo na društvene mreže preko kojih je lakše uspostaviti nove odnose, subkultura se značajno proširila. U vrijeme rasta popularnosti Facebooka, aktualno postaje i organiziranje slušaonica japanske glazbe u zagrebačkim klubovima, dok se od 2012. godine često organiziraju konvencije koje pohodi velik broj obožavatelja Japana iz cijele Hrvatske koji time pokazuju stvarnu moć naše otaku zajednice.

Danas postoji doista velika zainteresiranost za globalni kulturni fenomen zvan otaku, no znanstvene publikacije koje ga istražuju i opisuju su i dalje relativno malobrojne, često i zato što je otaku subkultura na zapadu fenomen mlađih generacija i nerijetko dolazi do situacije kada se studenti u nju razumiju više od profesora. Iz navedenih razloga bih voljela doprinijeti skromnom korpusu znanja o otaku fenomenu na svjetskoj razini, ali ponajviše zabrinjavajuće siromašnom sociološkom i pedagoškom bavljenju subkulturama u Hrvatskoj.

Ovim radom ću prvo ukratko predstaviti nastanak proučavanja subkultura na domaćoj i svjetskoj razini, od čikaške škole dvadesetih i tridesetih godina prošlog stoljeća do današnje situacije u kojoj velik dio subkultura obitava na internetu. Drugi dio rada će se baviti isključivo otaku subkulturom, njezinom definicijom, pojavom i uvjetima koji su omogućili njezin nastanak, promjenama u percepciji od strane japanskog društva i širenjem van granica Japana. Predstavit će se i mentalitet i aktivnosti njezinih pripadnika, kao i nekoliko glavnih područja interesa poput animea, mangi i cosplaya. Osim navedenog, otakui su u velikoj mjeri zainteresirani i za druge

sadržaje, osobito video igre i elektroničke naprave, ali će zbog opsega rada oni biti izostavljeni. Uoči širenja van granica Japana, predstaviti će se otaku subkultura u SAD-u o kojoj postoji najveći broj znanstvenih publikacija.

Glavni dio rada posvetit će se otaku subkulturi u Hrvatskoj. Budući da je kod nas još nitko nije istraživao i s obzirom na sve veći broj njezinih pripadnika te sve češćih manifestacija njezinih aktivnosti, provela sam istraživanje „Otaku subkultura u Hrvatskoj“ kako bih postavila tezu o njezinom postojanju. Osim toga, istraživanjem se nastoji utvrditi početak njezina nastanka i raširenost te pojedini elementi poput preciznijeg područja interesa njezinih pripadnika, razloga zašto ih oni privlače, njihovih međusobnih odnosa, načina djelovanja, sastajanja i postupaka uključivanja u subkulturu, njezine važnosti za pojedine pripadnike, njihovu samopercepciju i percepciju u odnosu na matičnu kulturu te mnoge stereotipe s kojima se moraju suočavati. Nadalje, ispitat će se i sama definicija otaku subkulture od strane hrvatskih pripadnika te načini i mjera u kojoj ona utječe na njihovo slobodno vrijeme i oblikovanje identiteta i stavova, kao i odgojno-obrazovna komponenta japanskih pop-kulturnih sadržaja. Konačno, istražiti će se i trenutna popularnost otaku subkulture u Hrvatskoj te njezina zastupljenost u medijima, kao i njezine lokalne posebnosti.

Odgovori na postavljena istraživačka pitanja mogu pridonijeti hrvatskoj sociologiji subkultura identifikacijom još jedne od njih, a budući da su subkulture dio slobodnog vremena pojedinca, ovaj rad nastoji donijeti nove spoznaje i na području pedagogije slobodnog vremena. Njima bi se dodatno predstavila i moć neformalnog obrazovanja i pop-kulturnih sadržaja u oblikovanju pojedinčevih stavova i identiteta te njihov ukupni odgojno-obrazovni potencijal.

2. Subkulture

Pojam subkulture nije jednoznačno određen. Ako bismo njegovo značenje željeli u potpunosti razumjeti, potrebno je učiniti više od pukog iščitavanja njegovih definicija i usmjeriti pažnju na raznolikost prostornog i vremenskog konteksta te na mnoštvo promjena u životnom stilu ljudi koje su danas osobito intenzivne, ponajviše zbog ubrzanog napretka informacijsko-komunikacijskih tehnologija.

2.1. Nastanak sociologije subkultura i njihovo proučavanje

Počeci proučavanja subkultura u sociologiji sežu od Chicaga dvadesetih i tridesetih godina prošlog stoljeća kada su sociolozi čikaške škole predmetom svojeg proučavanja učinili tamošnju delinkventnu skupinu mladih. Iako se većina autora slaže da su njihove teorije delinkventne subkulture početak sociologije subkultura, ona zapravo nikad nije eksplicitno utemeljena (Perasović, 2002).

Do procvata kultura mladih i samim time subkultura mladih dolazi nakon Drugog svjetskog rata (Macek, 2003, prema Smolík, 2013) te se postepeno uviđa kako su čikaške teorije delinkventne subkulture bile veoma ograničavajuće. David Matza (1964, prema Perasović, 2001) ističe kako one zanemaruju slobodnu volju pojedinaca, prenaglašavajući ulogu kulture i društvene strukture u njihovom određenju. Iz navedenog razloga, postupno se uvode novi pojmovi u opisu subkultura mladih. Primjerice, pojam *pleme* dolazi u upotrebu krajem šezdesetih kada se često koristi u opisu grupa i zajednica, kako od strane njihovih sudionika, tako i od strane akademske zajednice (Speck, 1972, prema Perasović, 2001).

Tijekom sedamdesetih i prve polovice osamdesetih godina, vodeća postaje birmingemska škola i njezin centar za proučavanje suvremene kulture. Izdavanjem knjige *Resistance through rituals* (1976) koja govori o mladima u poslijeratnoj radničkoj klasi Velike Britanije i njihovom otporu prema vladajućim hegemonijskim institucijama tamošnjeg društva, njihova paradigma postaje dominantna i obilježava tadašnja sociološka istraživanja mladih, stila, glazbe i slobodnog vremena (Hall i Jefferson, 1976, prema Bennett i Kahn-Harris, 2004). Nakon izlaska Hebdigeovog *bestsellera Subculture: The Meaning of Style* (1979) koji dodatno analizira stil mladih kao oblik otpora, škola dobiva još veći značaj, ali već početkom osamdesetih biva kritizirana čak i od strane autora koji su svojevremeno i sami bili dio nje. Njihove

kritike su se ticale jednodimenzionalnog pogleda na pitanje otpora, prejakog naglašavanja strukturalnih elemenata društva (poput klase i teritorijalnosti) u određenju pojedinaca, dok se u potpunosti zanemarivao etnografski pristup u istraživanju, uloga djevojaka (Krnić, 2013) i osobno zadovoljstvo kao pojedinčev razlog bivanja djelom određene subkulture (Bennett i Kahn-Harris, 2004).

Kritičko propitivanje temelja i osvještavanje različitih nedostataka paradigme birmingemske škole dolazi početkom osamdesetih godina, usporedno s novim poimanjem životnog stila. U to vrijeme se u razvijenim postindustrijskim zemljama počinju naglašavati individualnost i mogućnost osobnog izbora, a pozornost se pridaje stilovima koji više nisu vezani isključivo uz subkulture, već se šire na sva područja života, čime pojam „životni stil“ postaje relevantniji od pojma subkulturnog stila (Tomić-Koludrović, 1993, prema Tomić-Koludrović i Leburić, 2001).

Kao reakcija na postbirminghamska razmatranja o novonastalim raznovrsnim životnim stilovima (Krnić, 2013), na fragmentiranost subkultura i kultura mladih te na gubitak njihove autentičnosti i popratne ideologije (Barker, 2006, prema Smolík, 2013), u drugoj polovici osamdesetih nastaju post-subkulturne studije (Perasović, 2001). Pojam *post-subkultura* je predstavio Redhead (1993, prema Bennett i Kahn-Harris, 2004) u radu o britanskoj *rave* sceni koja je dekonstruirala tadašnje subkulture, stilove i identitete (bili oni rod, klasa ili rasa), da bi ih zatim spojila na posve nepredvidive i fluidne načine na istom plesnom podiju. Pojam dodatno razrađuje Muggleton (2000, prema Bennett i Robards, 2011) pišući kako kulture mladih više nisu odraz klasne pripadnosti, već rezultat osobnog izbora pojedinca. Nadovezujući se na Baudrillardovu teoriju o simulakrumu,² na koju se oslanjao i Redhead, Muggleton (1997; 2000, prema Perasović, 2013) ističe kako je subkulturni stil postao simulacija u kojoj ne postoji granica između elitne i popularne kulture, simulacija koja je posve nezavisna i odvojena

² Jean Baudrillard (1983, prema Haralambos, 2002) u svojoj knjizi *Simulacije* iznosi kako je moderno društvo utemeljeno na proizvodnji i razmjeni simuliranih slika koje više uopće nemaju veze sa stvarnošću, odnosno s predmetima i proizvodima koje bi trebale označavati. Slike, odnosno znakovi, su u početku bili odrazi temeljne stvarnosti. Zatim su tu stvarnost počele pomalo prikrivati i iskrivljavati, ali se i dalje nisu udaljavale od nje. U sljedećoj fazi su stvarnost nadogradile onim što u stvarnosti ne postoji, odnosno zamaskirale su odsustvo pojedinih elemenata te stvarnosti. Napokon, slike i znakovi su izgubili svaku poveznicu sa stvarnošću i postali simulacije. Kao savršeni model simulakruma, Baudrillard navodi Disneyland kao kopiju zamišljenih svjetova, ali tvrdi kako on seže i mnogo dalje, osobito kada su u pitanju veliki američki gradovi poput Los Angelesa kojeg opisuje kao „film bez kraja“.

od društvene strukture. Subkulturni stil je postao fluidan i površan, svatko ga može dekonstruirati, kombinirati i preuzimati po želji, više ne postoje pravila, autentičnost i ideološka angažiranost koja je nekoć bila ključna u njegovoj definiciji, već vladaju sloboda i proturječnosti.

Kroz navedenu pojavu višestrukih stilova i raznolikosti post-subkulturnih teorija u devedesetima, daljnja upotreba pojma subkulture postaje diskutabilna. S jedne strane se zagovara njegovo napuštanje i uvođenje novih pojmova, a s druge strane se samo traži njegovo redefiniranje uz zadržavanje pojedinih dimenzija koje su i dalje potrebne i korisne za razumijevanje suvremenih stilova mladih ljudi (Krnić, 2013). Neki od novih pojmova koji se nude u zamjenu za pojam subkulture su *neopleme*, *životni stil* i *scena* (Hodkinson, 2015).

Koncept *neoplemena* koji razrađuje Bennett proizašao je iz Maffesolijevog koncepta *plemena* kojeg karakterizira nestalna i fluidna organizacija te koji se „više odnosi na određeno ozračje, stanje uma i poželjno se izražava kroz životne stilove koji daju prednost izgledu i formi“ (Maffesoli, 1996, 98, prema Bennett, 2004). Bennett (2003, prema Bennett, 2004) taj koncept redefinira isključivo kao *neopleme* jer ga smatra primjerenijim za imenovanje današnjih subkulturnih oblika, osobito onih u kojima internet igra središnju ulogu.

Prije detaljnijeg bavljenja medijem koji je donio još veću raznolikost u već poljuljano značenje pojma subkultura – internetom, ovaj kratki pregled ću zaključiti Haralambosovom (2002) sveobuhvatnom definicijom subkulture koja jako dobro dočarava razloge višeznačnosti pojma i proizvoljnosti njegova korištenja:

„U sociologiji se izraz supkultura općenito rabi za „skupine ljudi koje povezuje nešto zajedničko (tj. koji imaju isti problem ili interes, bave se istom djelatnošću), što ih na važan način razlikuje od drugih društvenih skupina“ (Thornton, 1997). Izraz se primjenjuje na širok spektar skupina, uključujući zajednice koje žive zajedno i imaju isti životni stil, skupine mladih koje dijele glazbeni ukus i na jednak način provode slobodno vrijeme, etničke skupine, ljude koji dijele ista religijska uvjerenja, pripadnike iste „klape“ i tako dalje (Haralambos, 2002, 885).“

2.2. Subkulture i internet

Pojava interneta, njegovo ubrzano širenje i utjecaj na čovjekovu svakodnevicu, dodatno su problematizirali definiciju subkultura. U svijetu se već 1994. godine internetom koristilo tri milijuna ljudi (većinom u SAD-u), a sredinom 1999. blizu dvjesto milijuna. U isto je vrijeme tek 2,4% stanovništva Hrvatske koristilo internet (Schramadei, 2001), a 2013. godine, prema Svjetskoj banci, 66,7%, što svakako značajno utječe na stvaranje novih oblika ljudskih odnosa i komunikacije, a samim time i virtualnih zajednica koje nerijetko posjeduju brojne karakteristike postmodernih subkultura.³

Internet se već preko deset godina percipira kao virtualni subkulturni prostor u kojem su mladi oslobođeni geografskih, ekonomskih i kulturnih ograničenja svoje svakodnevice te se mogu slobodno udruživati i upuštati u komunikaciju neovisno o njima (Bennett, 2004). Dekonstruiranje okvira pojediničeve svakodnevice poput geografskih obilježja i kulturnih obrazaca svakako donosi nove i izrazito značajne dimenzije životnih stilova i kultura mladih. Iako pojedinci prijatelji iz virtualnih zajednica mogu istovremeno biti i oni iz njegove svakodnevice, sada je moguće udruživanje i s ljudima iz drugih zemalja (Gangadharan, 2015). Međuljudski odnosi više nisu podređeni fizičkom prostoru, pojedinci se okupljaju na internetu oko specifičnog zajedničkog interesa, njihov identitet u stvarnosti prestaje biti važan, kao i njihove društvene uloge (Menon, 2015). Ovdje je posebno važno istaknuti dob kao ograničenje. Mladost je nekoć bila dobna kategorija, a u *online* interakcijama je u velikoj mjeri izgubila svoj značaj. Bennett (2004) ovu promjenu navodi kao najznačajniju promjenu u proučavanju kultura mladih, a budući da je i sama otaku subkultura veoma dobno neodređena, u ostatku rada ću pojam *kultura mladih* koristiti odmjereno, jer smatram je veoma ograničavajuć.

Osim dekonstrukcije svakodnevnog identiteta pojedinca, internet istovremeno pospješuje njegov razvoj dopuštajući pojedincu da bude ono što doista jest, oslobođen

³ Postmodernizam niječe svaku teoriju koja nalaže univerzalnu istinu, sve je fluidno, međusobno isprepletano i koegzistirajuće te predmet kritičkog propitivanja (Strinati, 1995). Jameson (1991) navodi kako je na jedan način postmodernizam nastavak modernizma, ali ujedno i raskid s njim te radikalni zaokret u promišljanjima i idejama. Dominacija masovnih medija raspršuje stalnost prostora i vremena, povijest prestaje biti kontinuitet, a događaji se više ne odvijaju isključivo linearno, već i simultano.

od uobičajenih društvenih ograničenja, ili da kreira posve drugačiji identitet (ili više njih istovremeno) od onoga u svakodnevicu (Turkle, 1995, prema Nayar, 2010). Takvi nestabilni i promjenjivi identiteti pojedinaca u kiberprostoru se često percipiraju kao fluidni, a uz osiguravanje anonimnosti, marginaliziranim ili pak sramežljivijim pojedincima nude veliku slobodu u postajanju članovima virtualnih zajednica i artikuliranju svojih osjećaja na određenu temu (Nayar, 2010). Castells (2001) smatra da je najvažnija uloga interneta u oblikovanju društvenih odnosa upravo ta što doprinosi novim oblicima komunikacije koji se temelje na individualnosti. Internet pojedincima daje i mogućnost da sami stvaraju njegov sadržaj, predstavljajući svoje radove i ideje široj, često globalnoj publici (Menon, 2015). Turkle (1995, prema Menon, 2015) navodi kako stvaranjem jedinstvenih i personaliziranih društvenih prostora na internetu, pojedinci, osobito adolescenti, razvijaju svoj identitet, pospješuju društvenu interakciju i stvaraju vlastitu autonomiju. On im nudi interaktivni prostor za raznoliko kreativno izražavanje subkulturnih oblika kojima pripadaju (Bennett, 2004).

Internet je u velikoj mjeri utjecao i na rast i razvoj fan zajednica, odnosno *fandoma*, koje Bennett (2004) ističe kao središnju odrednicu suvremenih kultura mladih. Fanovi više nemaju isključivo pasivnu ulogu, kiberprostor im je omogućio da postanu aktivni sudionici koji razmjenjuju znanje, kreiraju vlastita značenja i pravila koja ih razlikuju od ostalih skupina ljudi (Jenkins, 2006, prema Zhang, 2014). Na taj način nastaje svojevrsna participativna kultura koja naglašava interaktivnost korisnika (Gangadharan, 2015), diskutiranje s istomišljenicima te stvara želju za kreiranjem određene zajednice (Abbott, 2003).

Fandom je pomoću interneta postao i *transkulturalan*. Chin i Hitchcock Morimoto (2013) detaljnije razlažu zašto je upravo pojmu transkulturalnosti fandoma potrebno dati prednost pred pojmom *transnacionalnosti* fan zajednica. Smatraju kako pojam transnacionalan implicitno privilegira nacionalnost kao odrednicu pojedinca, umanjujući značaj subjektivnijih odrednica poput, primjerice, roda i spola. Pojam transkulturalan je zato dovoljno širok i fleksibilan da obuhvati sve pojedinačne odrednice koje mogu utjecati na stvaranje i širenje fan zajednica, ne ističući isključivo onu nacionalno orijentiranu.

Zbog navedene fluidnosti pojedinačnih odrednica i identiteta u kiberprostoru te informacijsko-komunikacijskih tehnologija kao posrednika u sklapanju međuljudskih odnosa, javila su se mnoga pitanja vezana uz prirodu suvremene društvene interakcije (Shields, 2001). Bennett (2004) smatra kako komunikacija na internetu zapravo

uglavnom replicira ono što se već dešava u svakodnevnoj interakciji licem u lice jer naš sociokulturni kontekst svakodnevice ipak usmjerava i u virtualnim aktivnostima, ali u novijem radu dodaje da internet (i njegovo nadilaženje geografskih, ekonomskih i kulturnih odrednica) svakako dodatno naglašava i proširuje post-subkulturni koncept neopljena i potvrđuje njegove karakteristike poput nestalne i fluidne organizacije (Bennett i Robards, 2011).

2.3. Subkulture u Hrvatskoj

U Hrvatskoj su subkulture, kulture mladih i životni stilovi zasigurno jedno od nedovoljno istraženih područja, a radovi koji se njima bave uglavnom dolaze od istih autora. Potrebno je naglasiti da to ne znači da su navedeni fenomeni u Hrvatskoj rijetki ili da ne postoje. Zastupljeni su u sličnoj mjeri kao i u većini zemalja zapadne Europe već od sedamdesetih godina (Perasović, 2013), kada i u našoj akademskoj zajednici dolazi do upotrebe i prihvatanja pojmova subkultura i kontrakultura te njihovih odrednica (Perasović, 2001).

Prvi opsežniji radovi o domaćim subkulturama nastaju u drugoj polovici osamdesetih godina te se bave grafitima i subkulturom nogometnih huligana (Perasović, 2001), dok prvi sveobuhvatni prikaz nastanka brojnih hrvatskih subkultura nudi Benjamin Perasović u knjizi *Urbana plemena* (2001) koja je svakako temeljno djelo sociologije subkultura u Hrvatskoj. Osim pregleda subkulturnih stilova i identiteta u Hrvatskoj od kraja sedamdesetih do početka dvadeset i prvog stoljeća, Perasović u knjizi komentira i razvoj sociologije subkultura u Hrvatskoj čije teorije i istraživanja nikako nisu išle u korak s vremenom i nastankom životnih stilova hrvatske mladeži, „trebalo je proći petnaestak godina postojanja raznovrsnih, većih i manjih „scena“, da bi se pojavili prvi sociološki zahvati u subkulturnu stvarnost tih scena, njenih individualnih i grupnih aktera“ (Perasović, 2001, 141).

Potrebno je spomenuti i kako u usporedbi s postojećim subkulturnim i post-subkulturnim teorijama i temeljima sociologije subkultura na svjetskoj razini, Hrvatska posjeduje društveni kontekst čija je specifičnost „već na početku socioloških istraživanja u ovom području utjecala na odbacivanje dijela američke i britanske sociologije subkulture, posebno kad je riječ o čvrstom vezivanju pojedinih stilova uz klase kao kulturološki i socijalizacijski odvojene svjetove. Zbog oblikovanja društvenih slojeva u nas, zbog specifičnosti socijalno-političkog konteksta sedamdesetih godina i

kasnije, ali i zbog načina na koji je prenošena i stvarana *rock-kultura*, u Hrvatskoj je nemoguće govoriti o hipi pokretu ili *punku* s tako naglašenim razlikovanjem radničke i srednje klase kojima bi ovi stilovi trebali isključivo pripadati“ (Perasović, 2002, 494), što nam svakako govori da su Hrvatske subkulture postmoderne subkulture.

Nakon izlaska knjige *Urbana plemena* koja je postavila određeni okvir sociologije subkultura u Hrvatskoj, primjetan je porast broja diplomskih radova koji se bave hrvatskim subkulturama poput *pankera* i *darkera* (Marenić, 2003), *hip-hop* subkulture (Ćosić, 2003) ili igrača *role-playing* igara na stolu (Vučković, 2005), što pokazuje da iako su radovi i dalje malobrojni, ipak postoji svijest o relevantnosti subkultura i životnih stilova kao predmeta proučavanja.

Osim velikog doprinosa hrvatskim subkulturama od strane Benjamina Perasovića na općenitoj razini, važno je istaknuti i knjigu Martine Križanić *Slatko lice pobune: ženstvene i konzumerističke subverzivne prakse japanskih subkultura kao izraz otpora tradiciji i patrijarhatu* (2013) u kojoj su japanske subkulture prvi put predstavljene hrvatskoj akademskoj i široj zajednici od strane domaćeg autora. Iako se knjiga ne bavi otaku subkulturom, a još manje otaku subkulturom u Hrvatskoj, u sljedećim riječima: „Hrvatska donekle kaska za zapadnim trendovima, ali isto tako zadnjih godinu dana gradi zasad malu, ali aktivnu japanski orijentiranu zajednicu utemeljenu na japanskim subkulturama ili produktima pop kulture kao što su glazba, animacija, stripovi, filmovi i drugo.“ (Križanić, 2013, 255), ona je implicitno sadržana.

2.4. Popularna kultura

Pojam popularne kulture je usko vezan uz pojam subkulture. Fiske (2001) iznosi kako se popularna kultura, odnosno pop-kultura, baš kao i mnoge subkulture, uvijek stvara kao reakcija na dominantnu kulturu i njezine sile dominacije. Nadovezujući se na de Certeauovu teoriju o taktikama i strategijama,⁴ nastavlja kako je pop-kultura kultura običnih ljudi, ne nameće im se već je oni sami stvaraju odozdo, korištenjem sredstava koje nudi dominantni sustav, ne pristajući na potpuno pokoravanje njegovoj moći. Pop-

⁴ Michel de Certeau (1984) *strategije* povezuje s institucijama i strukturama moći koje proizvode društvenu strukturu, dok *taktike* veže uz obične ljude, odnosno potrošače, koji pomoću njih s tom strukturom izlaze na kraj, stvarajući vlastita pravila, ne dopuštajući da ih ona ikad u potpunosti određuje.

kulturu karakterizira kreativnost, ona je „umjetnost snalaženja sa [sic] onim što nudi sistem (de Certeau, 1984, prema Fiske, 2001)“.

Pop-kultura se dugo vremena promatrala kroz elitističku perspektivu visoke kulture, ali se u znaku postmodernizma granica između njih postupno zamagljuje i ponovno iscrtava (Strinati, 1995). Kritički pedagozi Giroux i Simon (1988) progovaraju o popularnoj kulturi u okviru odgojno-obrazovnog sustava. Pop-kultura je u početku bila percipirana kao nešto marginalno i opasno, nedovoljno vrijedno pozornosti akademske zajednice ili se povremeno proučavala samo u svrhu motiviranja učenika i buđenja dodatnog interesa za pojedinu temu. S vremenom se uviđa kako ona nudi bogat teren za pedagogiju slobodnog vremena koja se bavi učenikovom svakodnevicom, značenjem i zadovoljstvom koje pridaje procesu učenja, njegovim iskustvom i subjektivnosti, važnošću njegova glasa i odnosom između znanja i moći u kurikulumu. Giroux i Simon iznose kako je pop-kultura na prvi pogled suprotstavljena pedagogiji kao takvoj, zato što je ona u službi dominantne kulture, svijeta odraslih, nastavnika i školske administracije, dok pop-kultura izlazi iz škola kao ustanova na teren svakodnevice i učenikovih iskustava.

Buckingham i Sefton-Green (2003) smatraju kako u odgojno-obrazovnom procesu uvijek implicitno primjenjujemo protekcionističku pedagogiju čiji je cilj udaljiti djecu i učenike od sadržaja potencijalno štetnog utjecaja ili onog koji se smatra gubitkom vremena zbog ne toliko očitih odgojno-obrazovnih kvaliteta. Još jedan argument protiv pop-kulture je i kako njen sadržaj nudi bijeg iz stvarnog svijeta u fantaziju (Strinati, 1995).

Unatoč višestrukoj nepovjerljivosti prema pop-kulturnim sadržajima, postepeno se uviđa njihov edukativni potencijal. Shmoon (2010) tvrdi kako bi se pop-kultura trebala poučavati kao posebno područje, s vlastitim teorijama i praksama, a ne isključivo kao imitacija visoke kulture. Jednako progovara i Juvančić u svojoj knjizi *Rock, MTV i američki kulturni imperijalizam* (1997) gdje iznosi potrebu za sustavnim učenjem i komparativnim proučavanjem popularne umjetnosti i kulture na svim obrazovnim razinama jer se jedino tako može stvoriti svijest o raznolikosti sadržaja pop-kulture i sposobnost prepoznavanja onog kvalitetnog.

Što se tiče japanske pop-kulture, ona je također dugo vremena bila marginalizirana i smatrana bezvrijednom (Manion, 2005), ali je u travnju 2000. godine *manga*, kao jedna od važnih odrednica japanske pop-kulture, dobila svoje mjesto u

nacionalnom kurikulumu likovnog odgoja nižih srednjih škola⁵ (Gravett, 2004), što je pokazatelj da se postepeno uviđa važnost pop-kulturnih sadržaja. Gravett (2004) navodi kako manga u Japanu služi kao edukativni materijal kroz koji se može naučiti gotovo sve, od složenih jela do razvijanja određenih sportskih vještina. Parafrazira i vlastite ispitanike koji su napisali kako u Japanu ne postoji sveobuhvatni program seksualnog odgoja i da je roditeljima u Japanu veoma neugodno sa svojom djecom razgovarati o spolnim bolestima i kontracepciji tako da su mange zadužene i za to područje. Nadalje, pomoću mangi se studenti za vrijeme nastave te sudionici poslovnih sastanaka puno lakše koncentriraju, motiviraniji su i lakše usvajaju informacije, a vrijedi i pravilo da djeca koja čitaju mange uglavnom čitaju i knjige (Schodt, 1996).⁶

U današnje vrijeme je i van Japana potražnja za tečajevima i predavanjima o japanskoj pop-kulturi veća no ikad, ali broj znanstvenika koji su se za nju specijalizirali i dalje ostaje relativno nizak (Shamoon, 2010).

⁵ U Japanu nižu srednju školu učenici pohađaju od trinaeste do petnaeste godine.

⁶ Jedan japanski neurolog kaže kako stripovi, budući da sadrže i slike i jezik, stimuliraju i lijevu i desnu polutku mozga. Psiholozi i nastavnici smatraju kako stripovi mogu bolje prenijeti informacije nego sam tekst, omogućuju čitatelju da brže uvidi suštinu problema, a navode se kao i jedan od razloga zašto su Japanci tako spretni u rukovanju računalima. Mlađe generacije Japanaca su razvile i vještine veoma brzog čitanja. Potrebno im je dvadeset minuta za mangu od tristotinjak stranica, što znači da u minuti pročitaju šesnaest stranica, a na svakoj se zadrže oko četiri sekunde (Schodt, 1986).

3. Otaku subkultura

3.1. Definicija i etimologija

„Beznadni u sportu“, „tijekom školskog odmora ostaju u učionici vrpoljeći se u sjeni“, „kosa im je ili duga i slijepljena“, ili je pak u pitanju „užasni *buzz-cut* koji bi pristajao malim dječacima“, „mršavi su toliko da izgledaju pothranjeno“ ili su, s druge strane, poput „nasmijanih bijelih svinja, dok im se okvir naočala urezuje u njihova čela“ te „sumornog izraza lica, bez ijednog prijatelja“ (Nakamori, 1983, prema Morikawa, 2013). Tako je pisao esejist Akio Nakamori 1983. godine u serijalu članaka *Otaku no Kenkyuu* (hrv. *Otaku studije*). Bilo je to prvo javno pojavljivanje pojma otaku, a ujedno i prvi članak koji je otaku subkulturu okarakterizirao stereotipima poput „asocijalni“, „izolirani“, „zapušteni“ i „nepopularni“ (Zhang, 2014). Članci su izlazili u erotskom manga časopisu *Manga burikko* koji se bavio *loliconom*⁷ pa je i to pridonijelo tome da se riječ otaku poznaje isključivo u sličnim krugovima (Galbraith, 2010). Nakamori je te okorjele obožavatelje o kojima je pisao nazvao „*otaku-zoku*“, što bi se moglo prevesti kao „otaku-pleme“ (Eng, 2002).

⁷ Lolicon je žanr koji je doživio *boom* početkom osamdesetih. Uglavnom sadrži žensku heroinu s velikim očima koja je istovremeno i pohotna i nalik djetetu (Kinsella, 1998) ili pak nasmiješenoj djevici, školarki u školskoj uniformi koja drži plišanu igračku (Schodt, 1996). Različita su tumačenja nastanka lolicon žanra. Azuma (2009) tvrdi kako lolicon ne ukazuje na pedofilske sklonosti već predstavlja pobunu otakua protiv tradicionalnog životnog stila odraslih osoba. S druge strane, Naitou (2010, prema Lamarre, 2013) iznosi kako je u devedesetima, kada je nastupila japanska ekonomska kriza, došlo i do krize maskuliniteta. Nestalo je povjerenje u muški ekonomski i politički autoritet pa nova generacija mladih muškaraca nije mogla pronaći način da se uključi u korporativni sustav što ih je navelo na traženje novih načina kako bi povratili osjećaj o onom izgubljenom. Lolicon zato nudi likove koji su toliko djetinji i bespomoćni da u muškarcima bude osjećaj da preuzmu odgovornost i zaštite ih. Lolicon mange su pisane od strane muškaraca za muškarce, istovremeno sadrže i obožavanje i gnjev prema ženi jer zbog zastarjelih stavova i rodni uloga mnogi muškarci nisu bili spremni prihvatiti nove uloge žena u japanskom društvu (Kinsella, 1998), što je ukazivalo na njihovu vlastitu rodnu nestabilnost (Kinsella, 1996, prema Galbraith, 2011). Nadalje, Akagi (1993, prema Galbraith, 2011) smatra kako se obožavatelji lolicon žanra zapravo poistovjećuju s tim ranjivim ženskim likovima i proživljavaju mazohistička iskustva. Itou (2010, Galbraith, 2011) podupire njegovu tvrdnju iznoseći kako su u pitanju apstraktne želje koje nemaju veze sa stvarnošću, već su simbolički povezane sa slabim pojedincima koji su svakodnevno silovani od strane društva.

Niti današnja definicija pripadnika otaku subkulture nije puno drugačija. Uglavnom ih se opisuje kao opsesivne obožavatelje stripova, animacije, video igara (Nakamura, 2003), računala, elektroničkih naprava, znanstvene fantastike, kolekcionare anime figurica (Azuma, 2009) i slično. Ovu, moglo bi se reći, osnovnu definiciju, mnogi autori proširuju na različite načine. Kam (2013b) iznosi jedno od prvih sustavnih objašnjenja otakua ikad, ono sociologa Shinjija Miyadaija. Za Miyadaija (2006, prema Kam, 2013b), otakui nastanjuju svjetove koje im omogućuju mediji poput animea i znanstvene fantastike te koji služe kao zamjena za stvarni svijet, a sklonost takvim sadržajima veže uz određeni tip ličnosti koji nezadovoljstvo umanjuje povlačenjem u sebe, napuštajući sfere međuljudskih odnosa i komunikacije. Nadalje, književnik William Gibson, čija je knjiga *Idoru* (1996) na zapadu dodatno popularizirala pojam otaku, u jednom članku (2001) progovara kako su otakui više opterećeni zgrtanjem informacija nego materijalnih stvari, a Zhang (2014, 29) Gibsonov opis otakua sažima kao „posebne post-industrijske trans-geografske kiber-građane.“

U nastavku postmodernih odrednica, Shen (2007) otaku subkulturu čak opisuje kao postmodernu invaziju prethodnih ideja o fan zajednicama i subkulturama općenito. Manion (2005) iznosi kako se na jednom kraju skale nalaze pridošlice i ljudi koji vole anime, ali nisu toliko uključeni u fan zajednicu, dok su na drugom kraju otakui, no istovremeno napominje kako je ta skala fluidna i ljudi će se na njoj micati s jednog kraja na drugi, od veće do manje uključenosti (i obrnuto), ovisno o trenutnim životnim okolnostima. O fluidnosti, točnije promjenjivosti, piše i Dela Pena (2006). Kroz proces razvoja tehnologije i smjene određenih trendova, otaku se u svakom trenutku redefinira. Dela Pena navodi Maciasove (2004) riječi kako se uz otakue veže sve više pozitivnih konotacija poput posjedovanja svog vlastitog osjećaja za vrijednosti, dječje čistoće i strasti, bogatog znanja i beskompromisnog mišljenja oko onog što im se sviđa i onog što im se ne sviđa, a osobe koje ne sadrže nimalo otaku karakteristika smatraju se dosadnima, neoriginalnima i nekreativnima.⁸

Zhang (2014) iznosi kako riječ otaku danas uglavnom označava ljude koji nemaju puno vanjskih fizičkih aktivnosti već više vole provoditi vrijeme kod kuće uz

⁸ Otakui u velikoj mjeri odgovaraju opisu obožavatelja koji je predstavio Fiske (2001). Po njemu obožavatelji posjeduju dvije glavne osobine: diskriminaciju i produktivnost. Diskriminacija označava da obožavatelji striktno razdvajaju ono što spada u predmet njihova obožavanja od onog što nije njegov dio, a što se tiče produktivnosti, obožavatelji pretjeruju u sudjelovanju, tekstom se bave aktivno, oduševljeno i navijački, a nerijetko proizvode i vlastite radove.

svoje hobije. Također, posjeduju i ogromno znanje o specifičnom području interesa, a neki od njih čak koriste to znanje u započinjanju vlastitih karijera dizajnera, crtača, producenata mangi, video igara i ostalog.

Nadalje, što se tiče etimologije riječi otaku, poznato je njezino izvorno značenje, ali ne postoji slaganje oko toga kada se ona točno počela koristiti u novijem obliku vezanom uz otaku subkulturu.

Otaku je stari japanski termin čije je značenje *tvoj dom* (tvoja kuća, tvoja obitelj). Svakodnevno se veoma rijetko koristi među mlađim generacijama, što je njegovom značenju pridodalo određenu formalnu i rezerviranu dimenziju (Dela Pena, 2006).

Podrijetlo značenja riječi otaku u okviru otaku subkulture datira od kasnih sedamdesetih i ranih osamdesetih. Kelts (2006) opisuje vrijeme kada su se obožavatelji animea i mangi prvi put susretali na domaćim konvencijama i polako počeli prepoznavati lica jedni drugih, ali se i dalje nisu znali poimence. U znak pozdrava, oslovljavali su se s riječi otaku, što je u ovom novom kontekstu značilo „Hej, ti!“, premda mnogo formalnije i distanciranije, bliže značenju „Pozdrav, gospodine.“ Pojedini autori smatraju kako je ta formalnost imala svoju svrhu jer su posjetitelji na taj način jedni drugima pokazivali poštovanje prema anime i manga klubovima u koje su bili uključeni (Okada, 2003, prema Zhang, 2014). Grassmuck (1990, prema Zhang) pak iznosi kako se riječ otaku prvo počela koristiti između djelatnika televizijskih i anime kuća. Prilikom razmjene informacija s drugim kućama, uglavnom su koristili riječi „Molim Vas, pokažite mi *otaku* (svoju kuću, svoju kolekciju).“, što se kasnije proširilo među obožavateljima. Lamarre (2009) u središte podrijetla termina otaku stavlja mladiće koji su zajedno igrali video igre bez međusobne komunikacije, odnosno komunikacije na tradicionalan način. Komunicirali su samo kroz igru, oslovljavajući jedan drugoga „otaku“, održavajući distancu u svojem odnosu. Ovo značenje riječi je vezano uz današnje povezivanje ponašanja otakua sa sindromom povlačenja iz društva.

Još jedno različito tumačenje podrijetla upotrebe riječi otaku vezano uz subkulturu iznosi Carey (2005), citirajući osobu koju je susreo u Japanu. Sredinom osamdesetih u Japanu je bila popularna SF književnica Moto Arai koja se u svojim djelima, koristeći riječ otaku, veoma formalno obraćala čitateljima. Njezini obožavatelji su se zato međusobno počeli tako oslovljavati. No danas se više ne imitira pristup Moto Arai jer riječ poprima obilježja nepoštovanja i sarkazma, kao kad netko nekoga naziva gospodinom, a pritom to ne misli.

3.2. Pojava otaku subkulture i društveni uvjeti koji su to omogućili

Otaku subkultura nije nastala sama od sebe. Na prvi pogled se može činiti kako upravlja samu sebe i stvara svoje norme, ali svaka subkultura nastaje u odnosu na dominantnu kulturu i širi društveni kontekst koji se u njenom proučavanju nikako ne smije izostaviti (Eng, 2002).

Iako se termin otaku veže uz subkulturu od kraja sedamdesetih i početka osamdesetih godina, kada su japanska ekonomija i zadovoljstvo potrošača bili na vrhuncu (Galbraith, 2010), Azuma (2009) tvrdi da je otaku kultura uvezena iz SAD-a nakon Drugog svjetskog rata i da je ono što ona danas predstavlja zapravo japanska adaptacija udomaćivanja američke kulture. Drugim riječima, između otakua i Japana se zapravo nalazi SAD. Azuma nastavlja kako japanske odrednice otaku kulture nisu nimalo povezane s modernim Japanom, već se one trebaju percipirati kao da su proizašle iz poslijeratnog SAD-a. Međutim, česti su argumenti kako je Japan bio postmoderno društvo već u Edo periodu i da su otakui njegovi istinski nasljednici, ali Azuma smatra kako takve tvrdnje nisu temeljene na stvarnoj situaciji, već su izmišljotina kojom se nastoji opovrgnuti utjecaj SAD-a na Japan. Japan nikad nije bio u potpunosti moderniziran i zato mu je bilo veoma lako prihvatiti postmoderne odrednice i procese poput posudbe iz različitih kultura, prvo azijskih, zatim europskih te na kraju one američke, neovisno o autentičnosti posuđenog. Još neke postmoderne odrednice Japana su današnje koegzistiranje visoko-tehnoloških naprava i drevnih rituala, veoma zamagljene granice između visoke i popularne kulture, individue i kolektiva te lako prihvaćanje simulacija i simulakruma (Kelts, 2006).

Neovisno o načinu dolaska otaku subkulture u Japana, svakako se može prepoznati nekoliko čimbenika koji su je pospješivali i širili, od prirode međuljudskih odnosa i japanskog svjetonazora, do odgojno-obrazovnog sustava, ekonomske situacije i rata.

Traumatično iskustvo gubitka u Drugom svjetskom ratu je uništenjem tradicionalnog japanskog identiteta na mnoge načine oblikovalo njegovu suvremenu kulturu (Tanaka, 2011). Utjecalo je na gubitak nacionalnog povjerenja koje se proširilo i na lošu sliku Japana o samome sebi, što je olakšalo prihvaćanje zapadnih ideala (Schodt, 1996). Japan je jedina zemlja na svijetu koja je iskusila pad atomske bombe te su posljedice rata na okoliš i ljude česta tema japanskih pop-kulturnih sadržaja (Robbins, 2014). Poslijeratna japanska fikcija se zato uglavnom bavi temama uništenja

sebe, zajednice, nacije, Zemlje ili svemira (Tanaka, 2011), a svima poznata Godzilla se smatra jednim od prvih simbola atomske bombe u području pop-kulture (Brenner, 2007).

Nasuprot ratnim traumama, razdoblje od pedesetih do osamdesetih je obilježeno visokim i stabilnim ekonomskim rastom. U to vrijeme, japanski muškarci su podredili svoje vrijeme tvrtkama (Amano, 2006, prema Kumagai, 2012), ali u devedesetima, japanska se ekonomija ruši, a u *Akihabari*, okrugu poznatom kao raj za otakue, pada cijena zemljišta što otvara nove mogućnosti procvata pop-kulture (Galbraith, 2010) i otvaranja raznoraznih trgovina. Prije ekonomske katastrofe, na početku osamdesetih godina, vlada je poticala radnike da manje rade i više vremena troše na svoje hobije i slobodno vrijeme, tako da se i u to vrijeme njegovala pop-kultura kao jedan od interesa (Schodt, 1996).

U usporedbi s razdobljem ekonomskog rasta, današnja situacija obiluje *freeterima*. Freeter je japanski termin koji označava ljude od petnaeste do trideset i četvrte godine bez stalnog zaposlenja (isključujući kućanice i studente). Oni nakon završetka srednje škole ili fakulteta ne započinju s vlastitom karijerom, već uglavnom žive sa svojim roditeljima kao „parazitirajući samci“ te rade na slabo plaćenim radnim mjestima koja traže niskokvalificirane radnike (Smith, 2010, prema Tanaka, 2011). Kumagai (2012) iznosi kako takvo nestabilno zaposlenje kod muškaraca izaziva teškoće pri uspostavljanju njihove tradicionalne uloge, a Keliyan (2011) navodi kako stroga društvena hijerarhija, teško uspostavljanje ravnoteže između radnog i slobodnog vremena, nužnost mlađih generacija da rade kao svoji preci kako bi se mogli nositi s ekonomskim problemima te nametanje visokih očekivanja japanskog morala i dužnosti, tjera mlade ljude u fikciju i neformalne skupine poput otaku subkulture gdje su pravila posve drugačija.

Takva situacija u kojoj mladi ljudi ne mogu doći društveni status zrelih članova društva, iznjedrila je i posebne teme animea, mangi i video igara. Primjerice, *seikaikei* koji označava tip radnje u kojem se manja skupina likova ponaša kao da njihove misli i postupci mogu izvršiti utjecaj nad sudbinom cijelog svijeta (Abel i Kouno, 2009, prema Tanaka, 2011). Takav sadržaj uglavnom cilja na mlade muške konzumente, a glavni lik je često student koji upoznaje djevojku, heroinu, koja je nepobjediva ratnica. Na nastanak *seikaikei* žanra je krajem devedesetih utjecao i

*hikikomori*⁹ fenomen, odnosno sindrom akutnog povlačenja iz sfere društvenog života, koji je u to vrijeme predstavljao ozbiljan problem (Tanaka, 2011).

Što se tiče japanskog odgojno-obrazovnog sustava, Allison (1996, prema Hinton, 2015) iznosi kako se u školama, osobito od dječaka, očekivalo da postanu buduća radna snaga, što znači da se tražilo savjesno izvršavanje školskih obaveza. To je dovelo do manjka slobodnog vremena pa su dječaci svoju zabavu pronalazili u mangama koje su im nudile raznolika iskustva, uključujući i ona romantična, jer nitko nije imao vremena za stvarne djevojke. Allison tako zaključuje kako su mange tada imale i funkciju podrške u stvaranju predanih budućih radnika.

Osim navedenog primjera, japanski odgojno-obrazovni sustav i puno izravnije utječe na razvoj otaku subkulture. Morikawa (2013) opisuje kako japanske škole nude pregršt izvannastavnih aktivnosti, a među njima se mogu pronaći i klubovi posvećeni proučavanju mangi, znanstvene fantastike, računala, pa i književnosti, koji se redovito pretvaraju u klubove otakua koji nisu nadareni za sport pa u navedenim tipovima aktivnosti pronalaze svoje utočište. To ponovno negativno etiketira upravo dječake i stvara asimetriju između spolova, jer se kroz prizmu stereotipa djevojkama ne uzima toliko za zlo ako ne posjeduju atletske sposobnosti.

U školama se također njeguje i usvajanje velikog broja informacija, učenici razvijaju sposobnost eliminiranja informacija koje su beskorisne, fokusirajući se samo na ono bitno. Informacija je u središtu pozornosti i postaje svojevrsni fetiš koji otaku nakon završetka škole samo nastavljaju slijediti u odnosu na svoj predmet obožavanja.

Nadalje, na otaku subkulturu je utjecao i razvoj *kawaii* kulture u Japanu. Termin *kawaii* se uglavnom prevodi kao „slatko“, ali u Japanu predstavlja posebnu estetiku te sadrži brojne nijanse, suptilnosti i konotacije (Sharp, 2011). *Kawaii* je bitna stavka emocionalne strane Japanaca, De Mente (1997) iznosi kako ona označava opsesivno obožavanje infantilnog tipa slatkoće i neodoljivosti, a tradicionalno gledano, infantilnu

⁹ Hikikomori je japanski društveni fenomen u kojem se pojedinac odlučuje u potpunosti povući iz zajednice, često tražeći ekstremnu izolaciju (Tanaka, 2011) poput življenja isključivo u svojoj sobi. Psihijatar Tamaki Saitou je 1998. godine proveo istraživanje hikikomori fenomena i procijenio da ih je tada u Japanu bilo oko jedan milijun (Saitou, 1998, prema Tanaka 2011). Do 2005. godine broj im je porastao preko jedan i pol milijun, a između 60 i 80% čine muškarci. Najnovije istraživanje je provedeno 2010. godine od strane japanske vlade i procjenjuje se da je broj hikikomorija 700 tisuća, uz dodatnih jedan i pol milijun *polu-hikikomorija* (Tanaka, 2011).

nevinost se percipira kao idealnu osobinu za ljude svih uzrasta. Pojedini teoretičari smatraju kako se upravo nakon Drugog svjetskog rata japanski način razmišljanja infantilizirao (Fujitani i sur., 2001, prema Bowman, 2011), a zbog specifične ekonomske strukture, japanski kapitalizam se često naziva infantilnim kapitalizmom (Korusiewicz, 2011). U osamdesetima, kawaii kultura doživljava svoj vrhunac kad srednjoškolke, u znak pobune protiv okrutne kulture odraslih, teškog rada, dužnosti i rodne nejednakosti, stvaraju kontrakulturu koja se počela poistovjećivati s riječi kawaii (Kinsella, 1995, prema Hinton, 2015). Primjerice, djevojke su izmislile čudan rukopis koji je podsjećao na dječji pokušaj pisanja (Korusiewicz, 2011). Kawaii kultura je tako počela izvršavati veliki utjecaj na mnoge aspekte popularne kulture, uključujući i likove animea i mangi koji su dobili prenaplašene kawaii osobine poput velikih očiju i malenih nosova (Hinton, 2015).

Uz kawaii kulturu, usko je vezan i pojam *amae* kojeg je psihijatar Takeo Doi okarakterizirao kao jedno od temeljnih načela japanske kulture i kolektivne svijesti. *Amae* označava želju da se ovisi o nekome, a prototip tog koncepta se može dočarati odnosom novorođenčeta prema roditelju (Doi, 1982, prema Hashimoto, 2007). Popularnost mjesta poput *maid café*¹⁰ se zasniva upravo na *amae* konceptu, jer tamo otaku može biti utješeno i „voljeno“ od strane osoblja (Doi, 1981, prema Keliyan, 2011).

Naposljetku, pojedini autori navode i posebne crte ličnosti Japanaca koje su pridonijele razvoju i opstanku otaku subkulture. Primjerice, Grassmuck (1990, prema Zhang, 2014) iznosi kako su Japanci orijentirani fetišima i ljudi koji ne prepoznaju razliku između živih i neživih stvari, što predstavlja važnu pozadinu otaku populacije koja se uživljava u dvodimenzionalne likove tretirajući ih kao ljude.

Svi navedeni čimbenici pokazuju kako je otaku subkultura jedan veoma složen fenomen koji nije nastao iz ničega. Bio je potreban poseban splet okolnosti da se iznjedri specifični tip ličnosti koji će je predstavljati. Danas se točan broj otakua u Japanu ne zna, već se svaki konkretniji broj zasniva na pretpostavkama. Primjerice, Azuma (2009) je obratio pažnju na broj časopisa, veličinu fanzin tržišta i broj web stranica, i došao do zaključka da ih je u Japanu najmanje nekoliko stotina tisuća, a to je samo kada se izbroje pripadnici koji su aktivniji u subkulturi. Pojedini autori

¹⁰ Maid café je tip cosplay kafića u kojem je osoblje, uglavnom žensko, odjeveno poput sobarica i prema posjetiteljima se ponaša kao prema gospodarima u privatnim rezidencijama, od posluživanja hrane i pića, do usluga koje se dodatno naplaćuju, poput čišćenja ušiju ili masaže.

(Kitabayashi, 2004; Kawamoto, 2006, prema Imai, 2010) čak procjenjuju da im se broj kreće od dva do šest milijuna. Do pravog broja je veoma teško doći prvenstveno zato što otaku nije jednoznačno određen pojam, a s druge strane, postoji mnogo obožavatelja koji se ne odnose fanatično prema tom svom interesu (Chambers, 2012), ali bi se i dalje mogli smatrati pripadnicima otaku subkulture.

3.3. Percepcija otakua u Japanu

Japanska percepcija pripadnika otaku subkulture je u vječnim promjenama. S jedne strane, fokus se stavlja na njihovo antisocijalno ponašanje i potencijalno opasne navike, dok se s druge strane o otakuima progovara kao o postindustrijski senzibiliziranim ljudima koji su orijentirani prema budućnosti i doprinose snazi japanske pop-kulture na svjetskoj razini (Condry, 2011). Od osamdesetih do danas, na percepciju japanskih otakua su uglavnom utjecale promjene u japanskom društvu, pojedina zbivanja, kao i povremeni skandali, koji su redovito rezultirali vraćanjem na sam početak građenja ikakve pozitivnije reputacije subkulture.

Kad se početkom osamdesetih ideja o otakuima prvi put pojavila u javnosti, nije bila popraćena odobravanjem matične zajednice. Naglasak se stavlja na nedostatak komunikacijskih sposobnosti i izoliranost, što je otakue isključivalo iz svakodnevice i samim time etiketiralo kao opasnu skupinu (Zhang, 2014). Zbog svog uskog interesa smatrali su se i veoma uskogrudnima (Miyadai, 1990, prema Hashimoto, 2007), a sintagme poput opsesivnih obožavatelja, tehnoloških fetišista, grabežljivih kolekcionara, pa čak i graničnih psihopata, pratile su ih gotovo i kroz cijele devedesete (Eng, 2002, prema Shen, 2007). Njihov interes za specifične sadržaje se uglavnom nije poštovao i shvaćao dovoljno ozbiljno, matičnoj zajednici su uvijek djelovali neuspješno i nezrelo, a bogatstvo znanja i informacija koje posjeduju besmisleno i beskorisno za stvarni život (Zhang, 2014). Kao posljedica takve percepcije, prosječni adolescenti su počeli izbjegavati sadržaje poput animea i mangi koji se počinju gledati kao mediji onih nepopularnih i opsesivnih pojedinaca (Morikawa, 2013).

Zbog povučenosti, neuobičajenih interesa i nesudjelovanja u normalnim japanskim društvenim aktivnostima, mediji su otakue prezentirali kao prijetnju koheziji japanske društvene strukture (Hairston, 2010). Svojim odbijanjem odrastanja i preuzimanja odgovornosti odraslih ljudi (Kinsella, 1998) predstavljali su potpunu

suprotnost slici *salarymana* (Condry, 2011), japanskog poslovnog čovjeka i uzornog uzdržavatelja japanskog društva. Kritiziran je i fizički izgled otakua. U Japanu se briga o vlastitom izgledu i održavanju tjelesne forme povezuje sa samorazvojem, disciplinom i društvenom odgovornošću, tako da se debljina, kržljivost, zapuštenost i slični epiteti, često vezani uz izgled otakua, povezuju s nediscipliniranim, slabim i neadekvatnim pojedincima (Miller, 2006, prema Graffeo, 2014). Otaku tako predstavlja antitezu idealne japanske osobnosti. Štoviše, toliko su različiti od onog kakvi bi Japanci trebali biti da ih se percipira i novom vrstom ljudi (Tobin, 2003).

Da situacija bude još gora, 1989. godine se ostvarila najgora noćna mora anime i manga industrija, a otaku fenomen je došao u središte pozornosti. Tsutomu Miyazaki, 26-godišnji obožavatelj nesposoban za razlikovanje fikcije i stvarnosti, opsjednut najmračnijim i najuvrnutijim žanrovima animea i mangi kao medija (Schodt, 1996), oteo je, zlostavljao i ubio četiri djevojčice. Pri pretraživanju njegovog mjesta stanovanja, pronađena je ogromna kolekcija animea, mangi i pornografskog sadržaja. Prema riječima njegove obitelji i prijatelja, bio je izoliran od društva, što je, uz pronađenu kolekciju, bilo dovoljno da ga mediji proglase otakuom (Zhang, 2014). Još šokantnije za tržište fanzina i *doujinshija*¹¹, Miyazaki je na konvencijama prodavao i vlastite manga uratke (Schodt, 1996).¹²

Nakon Miyazakijevog uhićenja mediji su započeli negativnu otaku propagandu, a povezivanje njegovog imena s otaku subkulturom je za mnoge Japance zauvijek promijenilo percepciju njezinih pripadnika (Graffeo, 2014). Logika kojom su se vodili se zasnivala na sljedećem: otakui su ljudi opsjednuti mangama i animeom; Miyazaki je

¹¹ Doujinshiji su mange nacrtane uglavnom od strane amatera, plod su ljubavi prema određenom sadržaju, a ne želje za profitom. Često ih crtaju i profesionalni autori u svrhu zabave. Doujinshi scena nastaje u sedamdesetima, ali u osamdesetima uzima maha (Kinsella, 1998). Velika je gotovo kao i manga industrija, a mnogi doujinshi umjetnici s vremenom narastu i do profesionalaca (Kelts, 2006). Teme koje se provlače doujinshijima su često vezane uz nečije originalne likove u posve drugačijem kontekstu ili pak uz nadograđivanje već postojeće mange dodatnom radnjom, uglavnom parodijom ili eksplicitnim sadržajem. Doujinshiji se ne smatraju kopijama ili imitacijama, već nose status autentičnih i jedinstvenih radova (Lamerichs, 2013), a između njihovih autora i službenih izdavača mangi vlada prešutni sporazum kojim se dopušta njihov optičaj jer pomažu u održavanju interesa za pojedini serijal i njeguju buduće profesionalne crtače (Norris, 2009).

¹² Iako su mediji opisivali Miyazakija kao otakua, Masachi (prema Galbraith i Lamarre, 2010) navodi kako on nije niti znao značenje riječi otaku, a navodno se pretjerivalo i oko materijala koji su mu pronađeni u sobi (Condry, 2011).

bio otaku; svi otakui su kao Miyazaki (Schodt, 1996). Morikawa (2013) detaljnije opisuje situaciju koja je uslijedila. Otakui su se ustalili u javnom mnijenju kao ljudi koji su se povukli u fantaziju, koju pritom ne znaju razlikovati od stvarnosti, a seksualno ih privlače mala djeca. Trideset i šesti po redu *Comic Market*, najveća japanska *doujinshi* konvencija, bila je izrazito medijski popraćena, uz komentare poput „Ovdje je sto tisuća Tsutomu Miyazakija.“¹³

Utjecaj se izvršio i kroz zabranu korištenja riječi otaku na određenim televizijskim programima, kao i rječnicima koji su otakue definirali kroz opisivanje Miyazakija i njegovih zločina (Graffeo, 2014).

Kinsella (1998) iznosi kako su unatoč prevladavajućem broju ženskih amaterskih manga umjetnica i obožavateljica, medijski fokus i panika bili stavljeni isključivo na mladiće koji su preuzeli tadašnju žensku kulturu kao svoju vlastitu, vrišteći u hordama i rušeći se na pogled svojih omiljenih ženskih pop-idola, obožavajući ženske mange i fetišizirajući likove mladih djevojaka.

Dolazilo je i do uhićenja autora, izdavača i vlasnika trgovina koji su prodavali razvratan materijal, ali 1992. godine se od strane autora koji su tada bili na vrhuncu slave formira *Udruga za zaštitu slobode izražavanja u mangama*, kao protivnica tadašnjem pokretu za kontroliranje sadržaja (Schodt, 1996). Pozivali su se na zakonski članak o slobodi izražavanja i navodili kako uloga države nije određivati što je opsceno, a što nije (Gravett, 2004).¹⁴

¹³ *Comic Market* ili *Komike* je najveće svjetsko okupljanje obožavatelja stripova koje se održava u Tokiju dva puta godišnje. Posebno je zato što se radi o konvenciji *doujinshija*, odnosno mangi nacrtanih od strane obožavatelja. Prvi *Komike* se održao 1975. godine uz trideset i dva izlagača i sedam stotina posjetitelja. Do 2009. godine, broj je porastao na 35 tisuća izlagača i 560 tisuća posjetitelja (Lam, 2010) te ga i dalje organizira neprofitna organizacija sastavljena od volontera (Lamerichs, 2013). Na *Komikeu* su izlagači često i kupci (Nakamura, 2003), a mnogi poznati autori su bili zamijećeni upravo tamo (Gravett, 2004). Nakon skandala s Miyazakijem, donesena su određena ograničenja o sadržajima *doujinshija* i svaki od njih je prije izlaganja kupcima prvo morao biti odobren od strane osoblja konvencije (Lam, 2010).

¹⁴ Zbog zakonskih ograničenja vezanih uz prikaz seksualno eksplicitnog sadržaja, pred mnogim crtačima nalazio se zadatak prikazivanja spolnog odnosa najvjernije moguće, ali bez prikaza same radnje. Uglavnom se posezalo za bilo kakvim predmetima koji su mogli zamijeniti spolne organe ili asociirati na njih (Schodt, 1986), što je polučilo i nastanak *tentacle hentaija*, odnosno nacrtane pornografije u kojoj čudovišta s krakovima i različitim pipcima imaju spolne odnose s ljudima.

Zbog navedenih okolnosti, termin otaku je postao toliko poznat da se počeo koristiti kao sufiks za sve ljude koji gotovo cijelo svoje vrijeme koriste za bavljenje hobijima. Primjerice, modni otaku, filmski otaku, povijesni otaku (Zhang, 2014) i sl.

1995. godine dolazi do još jedne masovne hysterije vezane uz otaku subkulturu. Religijska sekta *Aum Shinrikyou* je izvršila teroristički napad na tokijske podzemne željeznice ispustivši sarin, kemijsko oružje koje utječe na živčani sustav. Problem za otaku subkulturu je predstavljalo to što se sekta služila animeima i mangama u svojoj propagandi, a također se smatra da je uz njihovu pomoć dobivala i ideje za svoje postupke (Schodt, 1996).

Ali, već sljedeće godine dolazi do svojevrsnog zaokreta. Toshio Okada, samoprovani *Otaking* („Otaku kralj“), osnivač Gainaxa, jednog od najuspješnijih studija za animaciju u Japanu, i jedna od ključnih figura u težnjama za priznavanje otaku kulture, izdaje knjigu *Introduction to Otakuology* (1996) koja je zaslužna za redefiniranje javnog identiteta otakua.

Po Okadi otakui posjeduju veliku sposobnost prilagoditi se informacijskom društvu, sposobnost istraživanja i sakupljanja golemih količina informacija koje se brzo ažuriraju, osjetljivost na vizualne i tekstualne informacije, sposobnost analiziranja i kritiziranja onoga što pojedini autori iznose u svojim djelima, upornost i spremnost na samounaprjeđivanje te strast za pokazivanjem svojeg pomno odabranog znanja i kolekcije drugim otakuima, bilo da je riječ o pukom hvalisanju ili aktivnoj razmjeni informacija. Također, prosječni ljudi su, kad biraju svoje interese, pod utjecajem medija i vladajućih trendova, dok otakui, neovisno o njima slobodno slijede svoj srce u odabiru vlastitog predmeta obožavanja (Okada, 1996, prema Zhang, 2014). Okada implicira i kako pojedinac nije otaku zbog karakteristika svojega hobija, već zbog vrijednosti i očekivanja društva u kojem se nalazi pa tako biva etiketiran određenim terminom (Okada, 1996, prema Kam, 2013b).

Do kraja devedesetih, postepeno se izgradila nova slika o otakuima. Počelo ih se smatrati fundamentalno dobrim mladićima koji su se zadubili u anime i video igre (Lamarre, 2009), što je poslužilo kao temelj za još pozitivniju sliku o otakuima na početku 21. stoljeća kada dolazi do otaku i Akihabara *boom*-a (Galbraith, 2010).

Ovdje je veliku ulogu odigrala TV serija *Densha otoko* (engl. *Train Man*) (2005) koja se prikazivala u udarnom televizijskom terminu te čiji je glavni lik otaku koji u vlaku spašava modernu poslovnu ženu srednjih godina koja biva zlostavljana od strane pijanog suputnika. Glavni lik tada, uz pomoću savjeta virtualne otaku zajednice, uči

kako se odijevati i izlaziti, postajući novi model muškog potrošača (Freedman, 2009, prema Galbraith, 2010). Takav pristup je određene otakue naveo na kritiziranje zato što ih prikazuje kao nezrele pojedince koji samo trebaju odrasti i napustiti svoj dotadašnji stil života (Slater i Galbraith, 2011, prema Welin, 2013).

No sviđalo se to otakuima ili ne, serija i istoimeni film (2006) izazvali su trend koji je nagnao poslovne žene da traže slične muškarce (Meredith, 2007). Otakui su počeli predstavljati potencijalne supružnike, a na internetu je porastao i broj stranica koje se bave isključivo otaku *dating* uslugama (Shuukan Asahi, 2012, prema Welin, 2013).

Okada (2008, prema Rivera, 2009) tvrdi kako otakui nikad nisu marili za društvo niti su htjeli biti prosječni, stoga ljubav i ljubavne veze nisu uopće nikad niti bile u pitanju. Otakui su bili naviknuti na to da su diskriminirani i to im nije smetalo, a činjenica da nemaju djevojke im nije predstavljala nikakav problem.

Ovdje je važno spomenuti Tiam Huat Kamovo (2013b) istraživanje o percepciji otakua od strane japanskih studenata koje doista uspješno sumira sve stereotipe koji još uvijek postoje o otaku zajednici. Studenti su intervjuirani između 2005. i 2008. godine, nakon izlaska televizijske serije *Densha Otoko* te uoči izlaska istoimenog filma, a iste godine se podudaraju i s promicanjem japanskih pop-kulturnih sadržaja kao novog izvora nacionalnog bogatstva i slave, o čemu ću više reći u daljnjem tekstu.

Kam u svojem radu zaključuje kako studenti pojedince kao otakue etiketiraju na temelju četiri pravila koja naziva pravilom stvarnosti, pravilom komunikacije, pravilom muškosti i pravilom većine. Studenti otakue definiraju kao one koji su se posvetili svojem hobi u tolikoj mjeri da više ne vide što je stvarnost, a što nije, te samim time i bježe od nje.¹⁵ Za ispitane studente japanska stvarnost predstavlja svakodnevne obaveze, društveni život, školu i posao i ako osoba u potpunosti zanemaruje svoje društvene uloge i dužnosti, ona je etiketirana kao otaku. Pojedini studenti otakue definiraju na temelju pravila komunikacije, odnosno njezinog izostanka. Za njih su otakui povučeni ljudi koji ne komuniciraju s drugima, ali naglašavaju da ljudi koji su za određene sadržaje zagriženi u jednakoj mjeri kao otakui, ali sudjeluju u interakciji s drugima, nisu otakui, jer ne uživaju u svojim hobijima sami i ne stavljaju ih iznad

¹⁵ Psihijatar Saitou Tamaki (2007, prema Galbraith, 2011) smatra kako nije istina da otakui ne znaju razlikovati stvarnost od fikcije, već da to čine bolje od ikoga. Otakue privlači fikcija baš zato što se radi o fikciji, a da bi znali što ona jest, moraju je znati razlikovati od stvarnog svijeta.

odnosa s ljudima koji su također jedan od bitnijih zahtjeva Japana kao suvremenog kapitalističkog društva. Nadalje, studenti izjednačavaju otakue s muškarcima. Mnogima je teško i samo zamisliti ženske otakue, ali su ipak svjesni njihovog postojanja. Po njima su otakui muškarci koji s bave sadržajima koji nisu primjereni za njihovu rodnu ulogu, već za žene, pa tako ne ispunjavaju pravilo muškosti, što ukazuje na još uvijek duboko ukorijenjenu rodnu ideologiju u japanskom društvu. Posljednje pravilo, pravilo većine, govori o tome da otakui ne pridaju pažnju trendovima. Primjerice, čitatelji i gledatelji popularnih animea i mangi te obožavatelji video igara koje se dobro prodaju, nisu smatrani otakuima.

Kam zaključuje kako među ispitanim studentima zapravo ne postoji slaganje oko toga tko jest, a tko nije otaku, i da su otakui smatrani otakuima ne zbog svojih aktivnosti i preferencija, već zato što su tako etiketirani.

2008. godine se nova prevladavajuća pozitivna slika o otakuima ponovno dovodi u pitanje. Naime, dolazi do masakra u Akihabari, mjestu na kojem se otakui najintenzivnije okupljaju. Počinitelj je bio Tomohiro Katou koji je kamionom i nožem ubio sedmero ljudi. Mediji su ponovno bili brzi u povezivanju počinitelja s otaku subkulturom (Slater i Galbraith, 2011, prema Welin, 2013), a nakon tog događaja, nad Akihabarom se postavljaju različita ograničenja. Primjerice, zabranili su se svi ulični performansi koji okupljaju veći broj ljudi (Kam, 2013a).

Iste godine, Okada izdaje novu knjigu pod imenom *Otaku, you are already dead* (2009) kojom je šokirao cijelu otaku zajednicu. U njoj izražava čuđenje kako su otakui u zadnje vrijeme postali čudni i da se više ne može povezati s njima. Smatra da više nisu predani detaljima svog područja interesa i nemaju strpljenja cijeniti dobru mangu, već je sve što žele samo *moe*¹⁶ poticaj.

¹⁶ *Moe* je veoma apstraktni koncept, uglavnom ne postoji njegova definicija, već često svatko ima posebnu predodžbu o njemu. Lamarre (2013) *moe* opisuje kao refleks koji otaku osjeti kada mu je nešto slatko, privlačno ili impresivno, ali ne zna opisati zašto. Najčešće su u pitanju likovi animea i mangi koji posjeduju osobine ranjivosti, što kod otakua izaziva zaštitničko ponašanje. Ta ranjivost može biti i psihička i fizička, ali joj se ne smije pristupiti na seksualni način (Bowman, 2011), jer to tada prestaje biti *moe* i postaje lolicon. Ken Akamatsu, crtač mangi, naglašava kako je *moe* materinska i čista ljubav koja se osjeća pri pogledu na žensko novorođenče (Akamatsu, 2005, prema Galbraith, 2009), a Galbraith (2009) smatra kako je *moe* koristan jer omogućuje muškarcima bijeg od društveno ustaljene muškosti i prepuštanje ženstvenosti, što može biti veoma smirujuće. Proizvođači zato danas ciljaju na proizvode koji će kod otakua izazivati *moe*, jer je to dobar znak za uspjeh (Azuma, 2009).

Okada je uvjeren kako su otakui danas samo normalni ljudi s fanatičnim hobbijem (Okada, 2009, prema Zhang, 2014). Rivera (2009) iznosi kako danas jedan dio otakua traži prihvaćanje od strane šire zajednice, a ostatak, uključujući Okadu, želi održati status quo, odnosno, ne žele da otakui ikad budu prihvaćeni, već da ih se diskriminira, jer to jednostavno tako mora biti. Zhang (2014) zaključuje kako je Okada proglasio smrt otakua samo zato što ne može prihvatiti promjenu i mogućnost njihove evolucije pod utjecajem interneta.

Na prihvaćanje otakua u zajednici utjecalo je i otkriće ženskih pripadnika. Oni su oduvijek postojali, ali im usred različitih skandala društvo nikad nije pridavalo dovoljno pozornosti. Morikawa (2013) iznosi kako je oduvijek postojala velika razlika između stvorene slike o otakuima i stvarnoj situaciji, a to je da je više od pola japanskih otakua žensko. Žene su bile odsutne i u klasičnom istraživanju subkultura na općenitoj razini, uglavnom se naglašavalo muško pripadništvo i muške vrijednosti, dok se na žensko sudjelovanje gledalo kao na ono koje nikome ne škodi pa tako automatski nije niti bilo vrijedno proučavanja (Garber, 2000).

Novootkriveni ženski otakui su subkulturu učinili pristupačnijom (Welin, 2013), a osim njih sve su češći i otakui u braku, od kojih se ponekad radi i o parovima gdje su oba supružnika otakui (Keliyan, 2011).

Da bi istražio koliko se doista poboljšala slika o otakuima u japanskom društvu, Welin (2013) je upitnikom ispitao percepciju otakua od strane drugih otakua. Rezultati su pokazali da se većina otakua slaže da se njihova slika u društvu promijenila na bolje, dok neki tvrde da se nije nužno poboljšala, već da se samo s epiteta „opasan“ prešlo na epitet „jadan“, što i dalje povlači mnoštvo negativne konotacije. Welin zaključuje kako zbog toga u Japanu i dalje nije u potpunosti poželjno biti otaku, ali da se subkultura trenutno svakako nalazi na dobrom putu do potpunog prihvaćanja.

Morikawa (2013) iznosi kako je danas otakuima lakše ne zbog poboljšanja njihove pozicije, već zbog širih društvenih uvjeta i određenih trendova japanskog društva poput odgađanja stupanja u brak ili pak njegovog potpunog izbjegavanja. Takvi trendovi jednostavno smanjuju pritisak nad pojedincima da se priklone interesima i životnom stilu matične zajednice.

Nadalje, otakui danas izgledaju zdravije nego prosječni ljudi, jer se u njima nalazi barem određena energija i strast (Evers, 2002, prema Zhang, 2014). Radi se o tome da su mlađe generacije izgubljene u postmodernom društvu, nemaju volje i znatiželje te ne znaju kako i zašto trebaju živjeti (Zhang, 2014). Britton (2007) koji tvrdi

kako Japan postaje *otacool* nacija, piše kako upravo pojedini otakui danas donose nježniji, topliji i vedriji pogled na život, uključujući i zdrave međuljudske odnose, te da baš oni predstavljaju današnje istinski *cool* pojedince.

Konačno, na današnju sliku o otaku subkulturi utječe i njezino sve veće prepoznavanje od strane akademske zajednice. Na nju se počinje gledati kao na dragocjeni predmet proučavanja postmodernih životnih stilova, a nekoć smatrano nezrelo i nefunkcionalno ponašanje otakua, danas se prikazuje kao ono funkcionalno, vrijedno i prilagođeno životu u suvremenom društvu (Graffeo, 2014).

Iz ovog kratkog pregleda percepcije otaku subkulture od strane japanskog društva, možemo vidjeti kako se ona u pojedinim trenucima mijenjala i dijametralno suprotno. Iako je trenutno na snazi najpozitivnija slika o otaku subkulturi ikad, svakako možemo zaključiti kako u određenoj mjeri i dalje koegzistiraju i ona pozitivna i ona negativna, manijakalni obožavatelj Tsutomu Miyazaki, nasuprot dobroćudnog protagonista televizijske serije *Densha Otoko*.

3.4. Cool Japan

Uz rast i razvoj te promjenu percepcije o otaku subkulturi, usko je vezan koncept *Cool Japan* koji je u velikoj mjeri izvršio utjecaj na nju, kao i olakšao širenje japanskih pop-kulturnih sadržaja izvan granica Japana.

2000. godine, japanska vlada prvi put prepoznaje otakue kao entuzijastične potrošače¹⁷ i kreativnu snagu, a anime i mange kao važne japanske umjetničke oblike izražavanja koji ostvaruju sve veće prepoznavanje i popularnost u inozemstvu (Zhang, 2014). Osim obožavatelja animea i mangi, modni otakui su dobili veliko poštovanje i pozornost zato što je modna industrija, kao što se često dešavalo i s ostalim subkulturama, u njima pronašla izvor zarade (Eng, 2002).

Razlozi za pokretanje inicijative *Cool Japan* su višestruki. Jedan od njih je potreba za širenjem industrije popularne kulture van japanskih granica. Zbog

¹⁷ Ukus koji je vezan uz opsesiju pojedinih otakua je veoma istančan, što ih čini veoma izbirljivima (Zhang, 2014), ali istovremeno i entuzijastičnim potrošačima kada je riječ o specifičnim proizvodima. 2005. godine, Nomura istraživački institut na temelju tržišta animea, mangi, video igara i proizvoda vezanih uz određene pop-idole, procjenjuje da broj otaku potrošača iznosi 1,72 milijuna (Hinton, 2015), a godišnje troše ukupno oko 3,5 milijardi dolara na svoje hobije (Galbraith, 2010).

negativnog prirodnog priraštaja u Japanu, u usporedbi sa situacijom u osamdesetima, broj rođene djece u godini dana se gotovo upola smanjio. To ukazuje na radikalno smanjenje tržišta i dolazi do potrebe za traženjem novih potrošača u drugim zemljama svijeta (Kelts, 2006). Osim ekonomskih interesa, Cool Japan i promicanje pop-kulturnih sadržaja su povezani i sa stvaranjem japanskog kulturnog i nacionalnog identiteta (Norris, 2009), kao i njegove jedinstvenosti (Desideri, 2013). Primarni razlog koji proizlazi iz navedenog jest percepcija istočnoazijskih zemalja oko neslavne japanske prošlosti koja je i danas aktualna tema pri kulturnoj razmjeni (Sakamoto, 2012, prema Kolesova i Wilson, 2012). Zato je temeljno nastojanje pokazati kako je Japan danas human i oslobođen (Draper, 2015).

Iwabuchi (2012, prema Kolesova i Wilson, 2012) pak kritizira Cool Japan, smatrajući kako se kroz njega samo stvara nova vrsta nacionalizma, *brand-nacionalizam*, koji u suštini uopće ne promiče prekogranični kulturni dijalog.

Ovakve japanske težnje, zapadu je prvi predstavio McGray (2002) koji progovara o japanskom potencijalu da postane zemlja koja svoju snagu radije promiče kulturom, nego ekonomskim i vojnim silama.

Japan je 2003. godine stvaranjem *Sjedišta za strategije intelektualnog vlasništva*, proglasio pop-kulturu sastavnicom svoje vanjske politike i ona tako dobiva mjesto među sredstvima za zadobivanje političke moći (Choo, 2012, prema Desideri, 2013). Tadašnji premijer Junichiro Koizumi je čak išao toliko daleko da je anime nazvao spasiteljem japanske kulture (Mainichi Interactive, 2003, prema Leonard, 2004), a postavio se i cilj da do 2010. godine Japan svake godine treba privući 10 milijuna inozemnih turista (Seaton i Yamamura, 2015).

Kako je japanska pop-kultura počela vršiti sve veći utjecaj na strane zemlje, 2005. godine dolazi i do televizijske emisije pod imenom *Cool Japan* koja je prikazivala strance koji su impresionirani s gotovo svakim aspektom japanske kulture (Michel, 2015, prema Draper, 2015).

Tarou Asou, samoprozvani otaku i tadašnji ministar vanjskih poslova, 2007. godine utemeljuje *Međunarodnu manga nagradu japanske vlade*, a započinje i kampanja aktivnog promicanja pop-kulture kroz japanska veleposlanstva (Kelts, 2006). Sljedeće godine Aso postaje premijer i svoju dužnost obnaša do 2010. godine. Činjenica da su pojedini birokrati s vrha japanske politike obožavatelji animea i mangi, uvelike je olakšala proces širenja japanskih pop-kulturnih sadržaja (Condry, 2009).

Zanimljivo je kako je Ministarstvo vanjskih poslova (2006, prema Seaton i Yamamura, 2015) japansku pop-kulturu definiralo kao kulturu proizvedenu u svakodnevnom životu od strane običnih ljudi, što je u nju uključilo i brojne aspekte japanske tradicionalne kulture poput drvoreza, lončarstva i čajne ceremonije. Ovdje prefiks *pop* označava isključivo ono popularno, a ne kulturu nužno suprotstavljenu visokoj, elitnoj kulturi.

Japanske turističke agencije uskoro počinju izdavati posebne Cool Japan otaku vodiče koji naglasak stavljaju na Akihabaru (Galbraith, 2010), a dolazi i do pojave, tzv. *kawaii ambasadora*, promotora japanske *kawaii* kulture (Prough, 2010).¹⁸

2013. godine, gornji dom japanskog parlamenta je odobrio pola milijuna dolara za dvadesetogodišnje financiranje promicanja svega japanskog, od animea, mangi, japanske mode, do hrane i ostalog (Draper, 2015), što bi moglo značiti da je japanski kulturni utjecaj na ostale zemlje svijeta tek započeo.

Iako su pojedini teoretičari (Nye, 2004, prema Norris, 2009) smatrali kako su japanski pop-kulturni sadržaji poput animea i mangi u cijelom svijetu odmah prepoznati i cijenjeni, Levi (2013, prema Draper, 2015) iznosi kako, primjerice, obožavatelji iz SAD-a nisu posebno zainteresirani za činjenicu da ti sadržaji dolaze iz Japana, kao niti za učenje o japanskoj kulturi. Draper (2015) zato zaključuje kako je unatoč usredotočenosti Cool Japana na svjetsko tržište, on ironično najuspješniji upravo u Japanu.

Već je McGray (2002) pisao kako nedostatak onog japanskog zapravo igra glavnu ulogu u širenju japanskih pop-kulturnih sadržaja, a Desideri (2013) nadodaje kako će se naglašavanjem da oni dolaze iz Japana zapravo oslabiti njihova univerzalna privlačnost, pritom iznoseći i drugu stranu gdje ponekad određeni sadržaj baš zbog svoje egzotičnosti može biti posebno privlačan, pogotovo uz osjećaj pripadnosti većem kulturnom pokretu.

¹⁸ 2010. godine, Zagreb je posjetio *kawaii* ambasador Takamasa Sakurai i održao predavanje na Arhitektonskom fakultetu čiji se izvještaj može vidjeti na sljedećoj stranici: <http://www.japanimacija.com/2010/12/takamasu-sakurai-o-fenomeni-japanske.html> Pri njegovoj posjeti, intervjuirao ga je i Plan B: <http://planb.hr/intervju-takamasa-sakurai/>

3.5. Aktivnosti otakua

U dosadašnjem radu su se već mogle naslutiti pojedine aktivnosti pripadnika otaku subkulture, ali je o njima svakako potrebno reći nešto više.

Japan, kao zemlja, ima veoma razvijenu hobi kulturu i stavlja veliki naglasak na slobodno vrijeme i njegovo smisleno provođenje, osiguravajući i prigodno ozračje. Keliyan (2008, prema Keliyan, 2011) navodi kako je to ujedno i problem zato što je u zemlji gdje 86% stanovništva ima određenu vrstu hobija, ponekad teško prepoznati kada se radi o pretjerivanju. Otakui predstavljaju ekstremne pristaše japanske hobi kulture i cijelo svoje vrijeme, sredstva, emocije i trud posvećuju svojem hobiju, što je razlog zašto ih se smatra entuzijastičnim, strastvenim, čak i manijakalnim potrošačima (Kitabayashi, 2004, prema Keliyan, 2011). Također, dok na svoj specifični interes troše jako puno novaca, istovremeno se suzdržavaju od ostalih troškova života (Kumagai, 2012).

Otakui traže sićušno područje o kojem žele znati sve (Grassmuck, 2000, prema Zhang, 2014). Primjerice, redovito iznova gledaju svoje omiljene anime serije i pri svakom novom gledanju obraćaju pažnju na različite detalje, uočavajući i razlike u stilovima animacije pojedinih epizoda (Shen, 2007). Također, često stvaraju poveznice između detalja kojima se drugi uopće ne bi bavili, a raspravljaju i o stvarima na koje niti sami autori sadržaja nisu obraćali pažnju (Eng, 2002). Shen (2007) smatra kako ih na to navodi čisto zadovoljstvo prikupljanja informacija te želja za izgradnjom otaku zajednice labave strukture i labave suradnje.

Iako postoji stereotip kako su otakui posve izolirani, riječi poput zajednice i suradnje ipak ukazuju na postojanje određene interakcije. Korusiewicz (2011) iznosi kako se, kad zagrebemo ispod površine, ipak čini da otakui sudjeluju u društvenom životu. Iako se njihove skupine nalaze izvan matične zajednice, one imaju jasno definiranu svrhu i grupni identitet, ali je on u velikoj mjeri površan jer im komunikacija služi prvenstveno za razmjenu proizvoda i vrijednih informacija. Zhang (2014) smatra da nije istina da otakui ne posjeduju socijalne vještine, već su većinu vremena usredotočeni samo na svoje vlastite interese pa tako nemaju želju trošiti ga na razgovor s ljudima koji ga s njima ne dijele. Čak i u razgovoru s istomišljenicima imaju nultu toleranciju na pogreške, osjećajući se odgovornima ispravljati ih uz citiranje autentičnih izvora informacija, slično kao u kojekakvoj akademskoj raspravi. Sposobnost kritičkog

razmišljanja i logičkog argumentiranja su zato veoma cijenjene vještine u japanskoj otaku subkulturi.

Interakcija između pripadnika otaku subkulture se uglavnom odvija na internetu jer je upravo pomoću njega na istomišljenike najlakše i naići, osobito ako se radi o pojedincima nesvakidašnjeg interesa, kojima virtualne zajednice pružaju utočište. Azuma (2009) iznosi kako su otakui stvorili temelj japanske kulture interneta, a Gibson (2001) ističe kako je razumijevanje otakua jedna od ključnih stavki i u razumijevanju kulture interneta općenito. Osim zajednica, otakui su putem interneta izgradili i svoju vlastitu mrežu informacija i njihove razmjene (Eng, 2002), kao i novu stvarnost na koju mnogi gledaju kao na samo još jednu vrstu eskapizma (Sullivan, 2005, prema Rodrigues, 2013). Takva stvarnost nadilazi političku, socijalnu, a na svjetskoj razini i kulturnu pozadinu pojedinaca koji su ujedinjeni oko zajedničkog interesa neovisno o matičnoj zajednici (Nayar, 2010).

Odlaskom na pojedina događanja i konvencije, pripadnici otaku subkulture i u stvarnosti potvrđuju postojanje svoje zajednice koja uglavnom postoji samo na internetu (Imai, 2010). Ona i uživo zadržava ozračje jedne drugačije stvarnosti. Primjerice, odijevanjem u kostime omiljenih likova iz animea, mangi i video igara, što je poznato pod imenom *cosplay*.

Internet je izvršio utjecaj i na odnos otakua i industrije. Istina je da su otakui oduvijek, zbog svoje velike potrošnje, imali utjecaj nad anime i manga industrijom, ali putem interneta utječu i na rasprostranjivanje japanskih pop-kulturnih sadržaja, čak i na svjetskoj razini (Shen, 2007). S druge strane, i sami proizvođači pomoću interneta imaju pristup idejama, radovima i materijalima obožavatelja te se ostvaruje interakcija koja nije bila moguća putem starih komunikacijskih tehnologija (Jenkins, 2006, prema Reid, 2011).

Otakui ne samo da aktivno utječu na daljni rad proizvođača, već i na vlastiti način reproduciraju sadržaj originalnih animea, mangi i video igara u obliku fanzina, fan-igara ili fan-figurica (Zhang, 2014). U Japanu na taj način mnogi otakui mogu biti zapaženi i postati anime producenti ili crtači mangi, no mnogi crtači doujinshija, amaterskih mangi, smatraju da bi postajanjem profesionalcima zapravo izgubili određeni dio sebe (Rivera, 2009).

Azuma (2009) navodi kako je pojava takvih „izvedenih djela“ od strane obožavatelja, jedna od postmodernih karakteristika otaku subkulture zato što ona zamagljuje razliku između originala i kopije. Radi se o tome da otakui te izvedenice,

koje su često parodije originalnih djela, vrednuju gotovo jednako kao i originale. Brojni su slučajevi kada i sami poznati umjetnici proizvode i prodaju takve oblike vlastitih djela, što ukazuje da niti za autore više ne postoji granica između izvornog djela i njegove „parodije“.

Proizvođači i službeni distributeri uglavnom imitacije obožavatelja i „izvedena djela“ ne smatraju kršenjem zakona. Naprotiv, tretiraju ih kao pokazatelje uspješno obavljenog posla (Shen, 2007).

Iz navedenog možemo zaključiti kako su aktivnosti pripadnika otaku subkulture brojne, a internet im pruža sve veću raznolikost. S jedne strane na njih možemo gledati kao na alternativne prostore proizvodnje znanja koji se opiru uobičajenim društvenim praksama, dok s druge strane u potpunosti slijede načela današnjeg, postmodernog društva (Lamarre, 2004, prema Shen, 2007).

3.6. Otaku subkultura izvan Japana

Kada govorimo o otaku subkulturi izvan Japana, uglavnom se aludira na američke otakue, a tome u prilog ide i činjenica da gotovo sve znanstvene publikacije na temu inozemnih otakua pišu o situaciji u SAD-u. Često je uspoređivana s tamošnjim *geek* i *cyberpunk* subkulturama te s hakerima, ali Eng (2002) tvrdi kako ju je među njima potrebno istaknuti kao zaista vrijedan i jedinstven predmet proučavanja.

U SAD-u, kao i općenito izvan Japana, riječ otaku se obično koristi za opisivanje ozbiljnog obožavatelja animea, i to uz veoma pozitivnu konotaciju, posve neovisno o složenom i često negativnom izvornom značenju (Condry, 2011). Inozemni pripadnici naziv otaku prisvajaju s ponosom i otvoreno nose majice i pojedine modne dodatke poput bedževa i privjesaka koji ukazuju na njihov otaku status, što im pomaže i u međusobnom prepoznavanju. Stigma je izražena samo u maloj mjeri, u obliku određenog benignog ismijavanja između prijatelja ukoliko netko od njih pokazuje doista opsesivne sklonosti, pri čemu ga se naziva „pravim“ ili „istinskim“ otakuom (Brenner, 2007). Međutim, postoje određeni izrazi poput riječi *weeaboo* koji veoma posprdno oslovljavaju obožavatelje japanske pop-kulture i Japana općenito.

S druge strane, uvijek je bilo onih koji su smatrali kako je potrebno držati se originalnog značenja termina otaku i da su oni koji ga se ne drže neupućeni u njegovu mračnu prošlost. Njima su ponosni otakui odgovarali da im nije važno japansko

značenje i da je termin otaku prilagođen da znači što god oni žele. Naposljetku, bilo je i onih koji su tvrdili da je poznavanje i poštovanje japanske definicije otakua veoma korisno, ali da je prihvaćanje njegovog stereotipno negativnog značenja, poput društveno neprilagođenih osoba i potencijalnih ubojica, nepotrebno i diskriminirajuće (Eng, 2002).

Ovdje je važno spomenuti i *Otaku no Video* (engl. *Otaku's video*), pseudo-dokumentarac o otakuima, proizveden 1992. godine u studiju Gainax čiji je predsjednik već spomenuti *Otaking*, Toshio Okada. *Otaku no video* se sastoji od dva dijela, a često je opisivao kao video izrađen od otakua za otakue. Budući da je Gainax studio nastao udruživanjem otakua, film posjeduje i autobiografsku crtu, ali ipak prevladava parodija u predstavljanju krajnjih oblika fan zajednice u znak upozorenja od onoga što se može desiti ako se stripovi i crtani filmovi shvate previše ozbiljno (Eng, 2002). Kad je *Otaku no Video* stigao u SAD riječ otaku se počinje koristiti kao žargon, a budući da su određeni obožavatelji uočili sličnost između osoba portretiranih u njemu i samih sebe, ponosno su se počeli tako nazivati kako bi istaknuli svoju opsesiju i veliko znanje o svom predmetu interesa. Eng (2006, prema Zhang, 2014) smatra da je do toga možda došlo i zato što engleski jezik nije nudio bolji termin za opis tog fenomena.

Osim same razlike u definiranju pojma, situacija japanskih i američkih otakua se razlikuje u još nekoliko stvari. Primjerice, tipični japanski otakui se kao pojedinci ne osjećaju prihvaćeno u društvu pa pronalaze utjehu u fikciji, dok se američki otakui upravo zbog svog hobija nalaze u zoni neprihvaćanja zato što se anime, odnosno crtani filmovi, na zapadu percipiraju kao nešto za djecu, pa tako mnogi skrivaju svoj hobi jer im je neugodno priznati da ih vole gledati u svojim godinama (Levi, 1996, prema Dela Pena, 2006). Nadalje, zato što se stereotipni američki otaku osjeća izolirano zbog svojeg hobija, a ne zbog svojeg identiteta, on će prije tražiti istomišljenike s kojima može osnovati određenu zajednicu za potrebe druženja, na što ukazuje i radikalno veći broj otaku konvencija u SAD-u, u odnosu na broj konvencija u Japanu. Na američkim otaku konvencijama su također prisutni i pripadnici mnogih drugih subkultura, osobito *goth* i *rave* subkulture (Dela Pena, 2006).

Miyadai (2014, prema Sone, 2014) smatra kako je zapadnjački interes za otaku kulturu uglavnom vezan uz animee i mange te da to nikako ne pruža potpunu sliku o njoj. Pravo značenje termina se razvodnilo i mnogi ljudi ga prisvajaju na temelju površnog razumijevanja, posve udaljenog od izvornog kulturnog konteksta (Welin, 2013).

Mijenjanje izvornog značenja riječi otaku može se pripisati i procesu globalizacije, odnosno procesu prilagodbe onog globalnog lokalnom stanovništvu i lokalnim prilikama (Bryce i sur., 2010). Shen (2007) piše kako se zbog velikog utjecaja na američku animaciju i filmove, anime čak prestaje povezivati isključivo s Japanom, već se tretira kao hibridni medij koji je samo potekao iz Japana.

Otaku fenomen se smatra izrazitim pokazateljem transnacionalnosti i transkulturalnosti fan zajednica. Upotreba termina otaku kod obožavatelja iz drugih zemalja ukazuje na povezanost s japanskim otakuima, što pripadnost određenoj fan zajednici stavlja iznad nacionalnog identiteta pojedinaca. Međutim, istovremeno, inozemni otakui redovito u svojem transkulturalnom izričaju zapravo koriste stereotipne elemente japanske kulture (Napier, 2000, prema Hills, 2002).

Što se tiče širenja otaku subkulture na zapad, najveću ulogu je imao tehnološki napredak i predana fan zajednica (Bryce i sur., 2010). Iako su postojala inozemna izdanja mangi i televizijska emitiranja pojedinih anime serijala, glavna snaga širenja navedenih sadržaja bilo je njegovo ilegalno raspačavanje od strane obožavatelja, odnosno proces vođen odozdo. Glavu ulogu su igrale virtualne zajednice koje su prebrodile geografska ograničenja, a pomogle su i rastu *underground* aktivnosti poput fan-prijeвода i amaterskih radova (Schodt, 1996).

Sam početak otaku subkulture u SAD-u veže se uz fan zajednicu znanstvene fantastike, ali se ona veoma brzo odvaja kao zasebna skupina (Leonard, 2004). McKevitt (2010) kao točan početak navodi 1977. godinu kad su obožavatelji počeli osnivati fan klubove, organizirati druženja, i stvarati likovne i literarne radove na temu određenih animea, kako bi stvorili određeni teritorij za buduće fan aktivnosti. Prvi fan klub posvećen isključivo animeu bio je osnovan u Los Angelesu od strane ljubitelja znanstvene fantastike i zvao se *Cartoon/Fantasy Organization (C/FO)*. 1979. godine započela je razmjena materijala s japanskim obožavateljima znanstvene fantastike. C/FO im je na video kazetama slao serijale poput *Zvezdanih staza* i *Battlestar Galactica*, dok su oni uzvraćali neprevedenim animeima snimljenima tijekom televizijskog emitiranja. Ono smatra da su Japanci obrasce otaku kulture naučili od Amerikanaca. Originalnim otakuima proglašava obožavatelje *Zvezdanih staza* koji su bili aktivni još u vrijeme kad je on bio školarac i odijevali se u kostime omiljenih likova (Kelts, 2006).

Što se tiče konvencija, popularni japanski autori manga su već 1980. godine počeli dolaziti na američke konvencije stripova, a početkom osamdesetih anime je

dobio i svoj prostor za projekcije na SF konvencijama, gdje su se ilegalno prodavale i razmjenjivale neprevedene mange te različite informacije (Schodt, 1996). McKevitt (2010, 893) izdvaja 1983. godinu kada je na zadnjoj večeri Svjetske konvencije znanstvene fantastike „dviije tisuće ljudi popunilo svako sjedalo u najvećoj dvorani Baltimorea“ u iščekivanju anime filma *Space Battleship Yamato: The Final Chapter*, no stvari se nisu odvile po planu jer su japanski sponzori poslali pogrešan film, *Farewell Space Battleship Yamato: Warriors of Love*, stariji nastavak istog serijala. Unatoč tome, posjetitelji su zadubljeno ostali sjediti na svojim mjestima, a budući da film nije bio niti preveden, dva organizatora su usmeno prepričavala njegovu radnju.

Kako je kroz naredne godine broj obožavatelja animea i mangi rastao, 1991. godine dobivaju i vlastitu konvenciju – *AnimeCon*. AnimeCon je bila prva međunarodna konvencija na temu japanske animacije, održala se u San Joseu u Kaliforniji, a trajala je četiri dana. Posjetilo ju je oko dvije tisuće ljudi, a među sadržajima su se mogle naći različite mange, časopisi, videi, cosplayeri, maratonske projekcije animea i panel-diskusije (Schodt, 1996).

U novije vrijeme se anime konvencije odvijaju gotovo svaki vikend negdje u SAD-u (Kelts, 2006), a među najpoznatijima su *Otakon* i *Anime Expo*. Sadržaji koji se na njima mogu pronaći su brojni, a neki od njih su različita gostovanja djelatnika japanskih anime i manga industrija, američkih glumaca koji likovima daju glasove, paneli o nadolazećim serijalima, cosplay događanja, prezentacije vlastitih likovnih radova, ples na japansku pop i rock glazbu, cjelodnevne projekcije animea, sobe za čitanje mangi i tako dalje (Brenner, 2007). Manion (2005) navodi kako konvencije često nude i sadržaje nevezane uz japansku pop-kulturu, primjerice „matsuri“, događaj na Anime Expo-u koji posjetiteljima omogućuje doživljaj tradicionalnog japanskog ljetnog festivala.

Otaku konvencije, i u Japanu i u ostatku svijeta, pokazuju kako otakui nisu nužno zatvoreni u svoje sobe, već da u svojem hobiju aktivno uživaju kroz različite sadržaje (Rodrigues, 2013). One su gotovo ekvivalent rock-koncerta za obožavatelje animea i mangi (Kelts, 2006).

Brenner (2007) navodi kako se otakui u početku pridružuju virtualnim zajednicama, a kada im poraste samopouzdanje i otkriju postojanje još veće fan zajednice, počinju odlaziti na događanja poput lokalnih anime projekcija i konvencija.

Pri upitu zašto su zainteresirani za japanske pop-kulturne sadržaje, američki otakui odgovaraju na različite načine. Ono što oni vide nije nužno japanska kultura i

njezine karakteristike već mješavina različitih kultura, zato što radnje pojedinih serijala nisu smještene u Japan niti likovi izgledaju kao Japanci te se zato s animeima i mangama mogu vrlo lako povezati (Lu, 2008).

Ova karakteristika animea i mangi naziva se *mukokuseki*.¹⁹ Naravno, pojedini obožavatelji mogu biti privučeni zbog kulturnih razlika, ali i isključivo zbog estetike, isključujući nacionalne i kulturne razlike (Hills, 2002). Jedan od istaknutih razloga je i vjerovanje da anime, u odnosu na ostale stilove animacije, sadrži puno više kreativnosti, slobode i likove s kojima se lakše povezati (Rodrigues, 2013). Primjerice, likovi koji nisu nužno super heroji, već normalni ljudi, poput čitatelja ili gledatelja, koji mogu poslužiti kao izravan model za poistovjećivanje (Kelts, 2006). Condry (2009) iznosi i kako je jedan od čestih razloga za konzumaciju animea i mangi sama radnja koja se proteže godinu dana (ili više) i ne sadrži isključivo pojednostavljenu borbu dobra i zla.

U nastavku rada ću detaljnije predstaviti animee i mange kao predmet interesa otaku subkulture u Japanu i stranim zemljama, kao i prakse poput *cosplaya* i fan-prijevođa, odnosno *fansubbinga*, koji predstavlja jednu veoma specifičnu karakteristiku globalne otaku subkulture.

¹⁹ Često se od stranaca može čuti zašto u animeima i mangama ima toliko bijelaca, ali uglavnom se radi o Japancima (Schodt, 1996). Iako animei i mange pružaju uvid u japansku kulturu, veoma ih je lako doživjeti kao proizvode koji ne potječu nužno iz Japana i to sve zbog karakteristike koja se naziva *mukokuseki* (engl. *stateless*) te koja ukazuje na nepostojanje određene državnosti ili nacionalnog identiteta (McKevitt, 2010). Iwabuchi (2002, prema Denison, 2010) iznosi kako je njegovo značenje u Japanu dvostruko; sugerira miješanje elemenata različitih kultura, ali i brisanje svih vidljivih etničkih i kulturnih karakteristika. Napier (2005) smatra kako animei i mange predstavljaju egzotični sadržaj zato što dolaze iz Japana, ali istovremeno se ne preklapaju u potpunosti s njim. Na taj način i Japanci i ljudi iz drugih zemalja mogu uživati višestruke „postetničke“ identitete. Mukokuseki u velikoj mjeri utječe i na uspjeh animea i mangi jer se oni, kao hibridni mediji koji, na kraju krajeva, ne predstavljaju ni jednu zasebnu kulturu, mogu vrlo lako udomačiti u svačijem tržištu (Mouer i Norris, 2009). Iwabuchi (2001, prema Manion, 2005) dodaje kako anime gubi svoj kulturni identitet i zato što je često sinkroniziran na engleski jezik te uređivan kako bi zadovoljio lokalni ukus, ali, kako je bilo rečeno na početku, na estetskoj razini se ne radi se o bijelcima, već o crtanju anime stilom. On seže od groteskno neproporcionalnih i stiliziranih, do gotovo idealiziranih likova s velikim očima i nesvakidašnje dugom kosom. Napier (2005) iznosi kako česta svijetla kosa likova ne ukazuje na njihovu rasu, zato što su česti i likovi ružičaste, zelene, plave ili neke druge boje kose. Primjetan je jedino nedostatak tamnopusnih likova. Schodt (1996) navodi kako je do toga došlo zbog pojedinih antirasističkih kampanja koje su pojedine umjetnike isprepadale u portretiranju bilo kakvih tamnopusnih likova da slučajno ne bi prikazali nešto politički nekorektno, unatoč prvotnim dobrim namjerama.

4. Manga

Manga je japanska riječ za stripove na općenitoj razini, ali na zapadu se njome označavaju isključivo stripovi iz Japana. Često se smatra da su upravo mange zaslužne za razvoj japanske pop-kulture, a podrijetlo termina se može pratiti od kraja osamnaestog stoljeća (Shimizu, 1991, prema Norris, 2009) kada ga je umjetnik Katsushika Hokusai počeo koristiti za opis svojih drvoreza i skica koje su bile prejednostavne da bi se tada smatrale umjetnošću (Kelts, 2006). Tridesetih godina dvadesetog stoljeća se termin manga popularizira, a po uzoru na zapad, već u dvadesetima, mange počinju izlaziti u novinama što uvelike potiče nastanak industrije stripova (Norris, 2009).

Oko podrijetla samih mangi ne postoji konsenzus. Jedni smatraju da su proizašle iz japanske tradicionalne kulture i povijesti, dok drugi tvrde kako su one suvremeni proizvod nastao pod utjecajem zapada (Norris, 2009). Schodt (1986) se priklanja prvoj struji i iznosi kako su Japanci već u dvanaestom stoljeću, vjerojatno zbog svojeg slikovnog pisma, pokazivali sklonost crtanju karikatura. Tada je svećenik Toba crtao veoma humoristične prikaze životinja u ulogama ljudi koji su na engleskom poznati pod imenom *Animal Scrolls*. Pripisivanje ljudskih osobina životinjama potječe još od japanske mitologije i tradicionalnog animizma kada su se one pripisivale i biljkama i neživim stvarima (Ohnuki-Tierney, 1987, prema Sone, 2014). U osamnaestom stoljeću, pojavom *ukiyo-e*, odnosno japanskih drvoreza, na vidjelo izlazi japanski način slikovnog pripovijedanja, a u to vrijeme sadrži teme tadašnjih glumaca, kurtizana, demona, duhova te čak i veoma kreativne pornografije poput seksualnih odnosa između ljudi i čudovišta ili stvorenja s krakovima (Shen, 2007), koja se do danas sadržala kao poseban žanr mangi i animea.

Kritičari ovakvog kontinuiranog pristupa iznose kako se u njemu zanemaruje da su mange veoma suvremenog karaktera, kao i da je nad njima izvršen veliki utjecaj zapadnjačkih umjetničkih stilova. Ističu i kako mange imaju manje povezanosti s povijesti umjetnosti, a više s tadašnjom političkom situacijom te da je pozivanje na prošlost i tradicionalnu kulturu samo obrambeni mehanizam kako se one ne bi smatrale *trash* kulturom (Sato, 1997; Ueno, 1999; Iwabuchi, 2002a, prema Norris, 2009).

U drugoj polovici devetnaestog stoljeća, u Japan dolaze dva europska umjetnika i karikaturista, prvo Englez Charles Wirgman, a zatim i Francuz Georges Bigot koji su predstavljanjem europskih radova izvršili izraziti utjecaj na japanske crtače. Primjerice,

Wirgman je u karikaturama često koristio oblačiće za govor, a Bigot ih je crtao u nizu, stvarajući priču. Osim navedenih elemenata, Japanci su bili upoznati i s novim tiskarskim tehnologijama te počeli koristiti olovke umjesto kistova (Schodt, 1986).

U dvadesetim godinama dvadesetog stoljeća nastaju dvije vrste stripa koji, po uzoru na SAD, izlaze u dnevnim novinama. Prvi je humoristični strip za djecu, a drugi politički strip za odrasle (Norris, 2009).

Putem okupatorskih snaga, 1945. godine, u Japan dolaze američki stripovi. Gravett (2004) iznosi kako su Japanci oduvijek veoma lako učili od stranaca pa im to nije bilo teško niti ovaj put. Usvajali su strane koncepte i osnove američkih stripova poput odnosa između slika, okvira i riječi te ih u kombinaciji sa svojim tradicionalnim karakteristikama pripovijedanja izvozili natrag u svijet. Odmah nakon završetka rata, industrija mangi se uspješno razvija, a vidljiv je utjecaj američkih stripova poput *Popaja*, *Supermana*, *Paška Patka* i *Mikija Maus* koji su tada bili prevedeni na japanski jezik (Ito, 2005, prema Norris, 2009). U vrijeme poslijeratnog oporavka, jeftina zabava poput mangi je svakome poslužila kao bijeg od surove stvarnosti (Gravett, 2004). Umjetnik Takashi Murakami smatra kako je pad atomskih bombi Japan učinio prvim post-apokaliptičnim društvom i u njegovoj kulturi stvorio traumu kakve još nije bilo u svjetskoj povijesti. Industrija mangi je tako pomogla ljudima da je prebrode i nastave normalno živjeti (Kelts, 2006). Schodt (1986) dodaje i kako je nakon rata buknuła kreativnost zato što na snagu ponovno stupa sloboda govora i dolazi do prestrojavanja japanskog društva. Još jedan razlog uspjeha mangi je bio i taj što za mnoge ljude nije bilo drugog načina zabave, televizijski uređaji su do kraja četrdesetih bili malobrojni, a odlasci u kino skupocjeni (Thompson, 2007, prema Blöndal, 2014).

U pedesetima dolazi do prave revolucije. Izlazi *Astro Boy*, manga Osamu Tezuke,²⁰ čiji uspjeh je mange učinio jednim od sastavnih elemenata japanske industrije zabave. Izlazi i prvi manga tjednik za dječake, *Shounen Magazine*, čiji je opseg iznosio tristotinjak stranica (Norris, 2009). Krajem desetljeća dolazi do iznenadnog rasta i potražnje za mangama jer je generacija poslijeratnog *baby boom*-a dosegla starost za

²⁰ Umjetnik Osamu Tezuka se smatra ocem moderne mange, a često ga se naziva i japanskim Walt Disneyem. Za vrijeme svog života, proizveo je 50 tisuća stranica mangi i 60 anime serija (Schodt, 1986), a mnogi povjesničari upravo 1963. godinu, kada je njegova manga *Astro Boy* (jap. *Tetsuwan Atomu*) izašla u animiranom obliku, navode kao godinu rođenja anime industrije (Leonard, 2004). Tezuka je u mange uveo filmske tehnike za koje je inspiraciju pronašao u francuskim i njemačkim filmovima (Norris, 2009), a pristupao im je kao romanima (Schodt, 1996).

čitanje stripova (Gravett, 2004). S vremenom dolazi i do potražnje za žanrovima i časopisima za odrasle (Norris, 2009), a sve veći broj crtača mangi, s pada atomskih bombi, fokus premješta na Vijetnamski rat (Kelts, 2006).

Sedamdesete godine su obilježene skupinom ženskih autorica mangi koje su stvorile novi pristup *shoujo* mangama, odnosno mangama za mlađe djevojke (Norris, 2009). Tijekom pedesetih i šezdesetih one su bile crtane od strane muških autora koji su ženske likove prikazivali veoma stereotipno, uronjene u svoje rodne uloge, naglašavajući njihovo stremljenje čistoći, romansi, braku i majčinstvu, ali ženske autorice su ih pretvorile u zanimljive i odvažne heroine na razini tadašnjih muških junaka (Gravett, 2004). U osamdesetima izlaze i prvi manga časopisi za odrasle žene, *Be Love* i *For Lady*, dok im je do sredine devedesetih broj porastao na pedeset i dva, uz brojne specijalizirane časopise poput *Yan Mama Komikku*, manga časopisa za mlade majke. U ovo vrijeme su časopisi za dječake već bili naveliko popularni, a najuspješniji od njih, *Shounen Jump*, tjedno je prodavao i preko četiri milijuna primjeraka (Schodt, 1986).

U devedesetima, manga proizvodi tri puta više zarade od kina te preuzima ulogu televizije i filma, nakon čega se i mnogi filmovi i televizijske serije počinju temeljiti upravo na njima (Gravett, 2004). Japan tako postaje prva zemlja na svijetu gdje stripovi imaju gotovo jednak status kao filmovi i knjige (Schodt, 1996). U skladu s tim, najpoznatiji manga autori su prave zvijezde i nad njih su postavljena ogromna očekivanja. Spavaju svega četiri do pet sati dnevno, a ukoliko su blizu rokovi, gotovo nimalo, no svejedno vode zavidne živote (Schodt, 1986).²¹

U odnosu na američke stripove, mange se razlikuju po mnogočemu. Dok su američki stripovi obično dužine između 30 i 50 stranica, manga časopisi koji izlaze svaki tjedan ponekad broje i do 400 stranica. Pojedine mange prvo izlaze u nastavcima u časopisima uz mnoge druge mange, a tek kasnije dobivaju svoja posebna izdanja koja često broje i nekoliko tisuća stranica. U usporedbi s američkim stripovima, manga časopisi su i veoma jeftini. Iako su neopisivo većeg opsega, često su jednakih cijena (ili jeftiniji) od američkog stripa od svega tridesetak stranica. Razlog tome je što manga časopisi nisu zamišljeni da se čuvaju. Nakon čitanja se bacaju ili recikliraju jer se

²¹ U procesu postajanja crtačem mangi obrazovanje ne igra nikakvu ulogu. Svega nekoliko umjetnika posjeduje neki oblik formalnog obrazovanja u području likovne umjetnosti, dok ih mnogo nije završilo niti srednju školu. Postajanjem profesionalcima, mnogi umjetnici su se mogli osloboditi i osamostaliti, a za ženske autorice je to bio tip posla koji im je dopustio da budu jednake muškarcima (Schodt, 1986).

najpopularnije i najuspješnije mange tako i onako na kraju izdaju zasebno (Schodt, 1996). Časopisi su često ostavljeni u kafićima ili u podzemnim željeznicama kako bi ih mogli čitati drugi ljudi, šalju se dalje prijateljima i obitelji ili se vade iz koševa za smeće i prodaju u trgovinama s rabljenim proizvodima (Gravett, 2004). Dela Pena (2006) zbog navedenih razloga mange smatra savršenim potrošačkim artiklima.

Nadalje, izuzev korica i nekoliko stranica, mange su isključivo crno-bijele, ali to nikako ne sputava autore u bogatstvu umjetničkog izražavanja. Dubina i dinamika se postižu sjenčanjem i filozofijom minimalizma tradicionalne japanske kaligrafije („manje je više“) koji bez pretjeranog truda veoma lako može čitatelju prenijeti sve potrebne osjećaje. Također se primjenjuju i filmske tehnike poput prikazivanja jedne situacije iz brojnih kutova ili detaljnog prikaza određenog pokreta, koji se zna razvući i preko nekoliko stranica (Schodt, 1986). Na američkom tržištu, izostanak boje može biti nedostatak, ali se ona može dodati naknadno, baš kako se učinilo s Marvelovim izdanjem *Akire*, no kao i pri bojanju starih crno-bijelih filmova, bojanje mangi je veoma kontroverzno (Schodt, 1996).

Mange se i čitaju na drugačiji način, odnosno s desna na lijevo, pa zato u stranim izdanjima uvijek na zadnjoj stranici postoji upozorenje da je početak s druge strane sveska (Brenner, 2007).

Što se tiče stila crtanja, prije utjecaja zapada, Japanci su na drvorezima i svitcima ljude crtali s azijskim karakteristikama, često i s manjim očima nego u stvarnosti, no nakon Drugog svjetskog rata, zapadnjačka ljepota postaje ideal, a radnja mangi se često počinje odvijati u Europi i SAD-u, što likovima omogućuje ponašanje na načine koji često nisu primjereni za Japan. Preuzimao se izgled dugonogih pariških i njujorških modela i za muške i ženske likove, a ponekad ih se moglo razlikovati samo po odjeći i veličini stopala. Jednak slučaj je bio i s licima. Likovi su često bili stilizirani na način da su im lica bila posve jednaka, a moglo ih se razlikovati samo po različitim frizurama. Uz praćenje zapadnih modnih trendova, likovi su također služili i kao modeli za minuciozno detaljnu odjeću, a ukoliko se radnja mange odvijala u prošlosti, očekivalo se da odjeća savršeno odgovara povijesnom razdoblju. Likovi u mangama su često i karikirani. Primjerice, unutar jednake priče, ovisno o situaciji i emociji koju lik proživljava, on može biti nacrtan i realistično i posve izobličeno (Schodt, 1996). Također, ono što je karakteristično za mnoge muške junake u mangama, oni su uglavnom crtani kao veoma lijepi i često ženstveni muškarci. Razlog tome je što tradicionalne japanske legende i mitologija idealiziraju ljepotu i mladost te ne povezuju

ženstvenost s nemoći kako se to čini na zapadu. Iz tog razloga se jednako divljenje iskazuje i prema prekrasnim muškarcima (Brenner, 2007). No unatoč nesvakidašnjem izgledu, junaci su uglavnom obični ljudi, veoma skromni i smrtni. Čak i kada je riječ o super heroju, njegova smrt može biti prigodni završetak dugačkog serijala (Schodt, 1986). Općenito, završeci animea i mangi strane čitatelje i gledatelje znaju ostaviti u razmišljanjima jesu li nešto možda propustili ili krivo shvatili. Često su otvoreni i nedorečeni, uz suptilan nagovještaj preostalih mogućnosti, što korisnicima pruža priliku za dugotrajna promišljanja i donošenje vlastitog zaključka (Brenner, 2007).

Nadalje, jedna od najvećih prednosti mangi je razvoj likova. Oni su često pokretačka snaga pojedinih serijala, čak i više nego sama radnja. Ukoliko umjetnik ili određena tvrtka stvore lika za kojim čitatelji žude, postoji šansa da će na njemu moći zarađivati još dugi niz godina kroz različite medije (Condry, 2009). Gravett (2004) iznosi kako odnosi između korisnika i pojedinih likova mogu trajati cijeli život jer oni postaju poput članova obitelji.

Mange svoju posebnost iskazuju i bogatstvom žanrova i tema koje obrađuju. Može se naći gotovo neiscrpna količina sadržaja za sve uzraste i sve ukuse, ma koliko specifični bili.²²

Relativno standardni žanrovi su akcija, *fantasy*, komedija, drama, horor, misterij, triler, romantika, sport, znanstvena fantastika, glazba, *mecha*, parodija te psihološki i povijesni žanrovi. U mangama se često pojedini žanrovi preklapaju ili se čak navode kao žanrovi koji ukazuju na dob i spol čitatelja. Primjerice, *shoujo* (hrv. djevojčica), *shounen* (hrv. dječak), *josei* (hrv. djevojka, mlada žena) i *seinen* (hrv. mladić). Ova četiri žanra ne moraju nužno biti strogo odijeljena, ali se ipak prilično razlikuju. Tipični shounen anime karakterizira akcija ili sport uz naglasak na pustolovni i natjecateljski duh, većinom sadrži muške likove, a žene uglavnom imaju uloge obitelji ili djevojaka. Unutar shounen žanra čest je pod-žanr imena *harem* u kojem mnoštvo ženskih likova oblijeće glavnog muškog lika (Yu, 2015). Jednak pod-žanr se može naći i u shoujo žanru, ali se on tada naziva *reverse-harem*. Za razliku od shounen mangi, shoujo mange se uglavnom bave međuljudskim odnosima poput ljubavi i prijateljstva, školskim životom, sanjarenjem, osjećajima, ali sežu i do tema koje bi se na zapadu često smatrale

²² Kako Japan ima negativni prirodni priraštaj, očekuje se da će biti sve više i više starijih čitatelja. Izdavači su zato već u devedesetima počeli razvijati ideju o *silver* mangama, tj. mangama za starije ljude (Schodt, 1996) u kojima bi ih se portretiralo s poštovanjem, a ne kao stereotipne čangrizavce kako to gotovo uvijek biva (Gravett, 2004).

neprimjerenima. Primjerice, teme poput zlostavljanja od strane vršnjaka ili roditelja, depresije, homoseksualnosti, samoozljeđivanja, rastave braka, samoubojstva, afere između učenika i profesora ili pak dizanja škole u zrak (Gravett, 2004). Što se tiče seinen i josei mangi, često su predstavljene kao shounen i shoujo za starije. Seinen mange karakterizira ozbiljnija i mračnija radnja, uz povremene prikaze nasilja, seksa i golotinje (Drummond-Mathews, 2010, prema Yu, 2015), a josei mange obrađuju realistične prikaze romansi i svakodnevnog života žena, za razliku od shoujo mangi gdje je ljubav često idealizirana (Yu, 2015).

Još jedan žanr koji je na određeni način specifičan za mange i anime jest *slice of life*, odnosno žanr koji se bavi temama svakodnevnog života. Schodt (1996) iznosi kako se čini da su neki od najpopularnijih japanskih stripova upravo oni u kojima obični ljudi rade obične stvari, što je u zapadnjačkim stripovima veoma rijetko. *Slice of life* serijali se često sastoje od kratkih skečeva i svakodnevnih preokupacija likova, ali uključuju i serijale u kojima su se likovi primili određene zanimacije poput kuhanja, glazbe ili sporta i cilj im je postati najboljima u Japanu (Schodt, 1986). Ovdje veliku ulogu igra *ganbaru* koncept koji se prevodi kao „dati sve od sebe“. Termin *ganbaru* se koristi kao poticaj, obećanje, predanost i borbeni usklik. Biti drugi po redu nije prihvatljivo unutar *ganbaru* koncepta i japanske kulture, ali neriješeni rezultat ne predstavlja problem, dokle god je svatko broj jedan u onome čime se bavi (De Mente, 1997). Na prvi pogled bi se moglo činiti da u mangama o svakodnevicu može nedostajati dinamike i napetosti, ali to nije tako. Primjerice, u mangi gdje se glavni lik bavi kuhanjem, dramatičnost se postiže predstavljanjem kulinarskog pribora kao svetih instrumenata koji mistično sjaje, čišćenje luka postaje umjetnost, a noći su često provedene bez sna, uz usavršavanje pojedinih kulinarskih vještina koje se od likova traže u određenom trenutku (Schodt, 1986).

Postoji i nekolicina žanrova koji nose specifična japanska imena, a bave se sadržajima seksualne prirode. Oni su redom *hentai*, *ecchi*, *yaoi* i *yuri*. *Hentai*, ugrubo rečeno, označava nacrtanu pornografiju, ali njegova radnja uglavnom nema fokus isključivo na prikazu eksplicitnih sadržaja već se često isprepliće sa znanstvenom fantastikom, fantasyjem ili okultizmom (Napier, 2005). Eng iznosi kako je prednost nacrtane pornografije što ona ne sadrži objektivizaciju stvarnog ljudskog bića, već isključivo umjetnikovu maštu (Kelts, 2006). Za razliku od *hentaija*, *ecchi* ima karakter parodije i prikazuje zaigrano seksualno ponašanje bez prikaza genitalija, poput pronalaženja seksualnih asocijacija u posve bezazlenim stvarima i situacijama, prikaza

dekoltea, naramenica grudnjaka ili, veoma često, ženskih gaćica. Zatim, prikaze borbi tijekom kojih lik ostaje bez dijelova odjeće ili pak tijekom transformacija super-heroja, često heroína, gdje uvijek postoji segment prikazivanja njihovog golog tijela.

Što se tiče *yaoi* i *yuri* žanra, oni obrađuju teme muške i ženske homoseksualnosti, ali ne u svrhu sadržaja za seksualne manjine.²³ Primjerice, *yaoi*, koji prikazuje mušku homoseksualnost, nacrtan je za ženske čitatelje od strane ženskih autorica.²⁴ Mnogima je čudno zašto je izrazito velik broj čitateljica privučen tematikom dva zaljubljena muškarca i često eksplicitnim sadržajem *yaoi* mangi, ali postoji mnoštvo objašnjenja. Sagawa (Schodt, 1996), urednik *yaoi* manga časopisa *June*, iznosi kako priče doista jesu o muškarcima, ali da su u likovima utjelovljene idealne osobine oba spola, i ženskog i muškog. Iz tog razloga oni mogu biti lijepi i nježni poput žena, ali bez posjedovanja vrste ljubomore koju čitateljice ponekad povezuju s vlastitom. Oni na površini izgledaju kao muškarci, ali u stvarnosti predstavljaju manifestacije žena, tako da je malo čitatelja *yaoi* mangi doista homoseksualno. Perspektiva obrade sadržaja je drugačija, perspektiva je ona ženska, a kako bi se ona očuvala, većina autora i urednika su žene. Nagaike (2003, prema McLelland, 2005) smatra da je veliki dio ženskog interesa za *yaoi* mange povezan s poistovjećivanjem s muškarcima i na taj način s ostvarenjem pristupa alternativnim oblicima seksualnih radnji. Zbog poistovjećivanja s nečim što je daleko od njihove stvarnosti, čitateljice se istovremeno osjećaju veoma distancirano, pa im to omogućuje uživanje bez ikakvog istinskog srama i krivnje koju bi im nametala japanska hetero-normativna okolina. Brenner (2007) smatra kako je jedan od razloga privlačnosti i to što se neovisno o homoseksualnim odnosima radi o tradicionalnoj, rodno ukalupljenoj, romantičnoj tematici kakva se uglavnom susreće u shoujo i josei mangama. Dapače, likovi *yaoi* mangi su dodatno opterećeni predrasudama okoline što povećava dramatičnost priče. Zhang (2014) iznosi kako *yaoi* osposobljava žene za uzvratanje voajerističkog pogleda muškarcima, utjelovljuje njihove idealizirane

²³ Za homoseksualne muškarce postoje posebne *bara* mange. Za razliku od *yaoi* mangi, likovi u njima su hiper-maskulinizirani, priče su ozbiljnije, a umjesto romantike i erotike, često sadrže sadizam i nasilje (McLelland, 2000a; McLelland, 2000b, prema Li, 2009).

²⁴ *Fujoshi* (hrv. *pokvarene djevojke*) su djevojke koje su velike obožavateljice *yaoi* žanra. Često se izjednačavaju sa ženskim otakuima, ali to ne mora nužno biti tako. Čak i kada čitaju i gledaju druge žanrove animea i mangi, *fujoshi* vole zamišljati homoseksualne odnose između pojedinih likova, što se naziva *shipping* (izvedeno iz engleskih riječi *relationship*, *friendship* i *worship*) (Yu, 2015). Postoje i *fudanshi*, odnosno „pokvareni dječaci“ koji vole *yaoi* žanr (Lamarre, 2013), ali oni su veoma rijetki.

heteroseksualne romanse, opušta ih i pruža im određenu vrstu eskapizma te im omogućuje interakciju s drugim obožavateljicama yaoi žanra, kako na internetu, tako i u stvarnom životu.

Osim nasilja i pornografije, mange često obrađuju i druge teme koje su u društvu smatrane tabuom, poput incesta, pedofilije ili sadomazohizma. Brenner (2007) smatra kako unatoč takvim temama, to ne čini nužno lošima priče koje ih sadrže. Svaki čitatelj ima pravo izabrati teme koje mu odgovaraju i ignorirati ono što mu nije zabavno i što ga vrijeđa. No unatoč Brennerovom optimizmu, mnogi zapadnjaci su potpuno šokirani kada se susretnu s takvim sadržajima i često pomisle kako su oni odraz japanskog društva. Schodt (1996) iznosi kako to nije slučaj i da je prisutna velika diskrepancija između sadržaja mangi i japanske društvene stvarnosti. Naprotiv, u Japanu su stopa kriminala općenito i stopa silovanja bile najniže u vrijeme najvećeg porasta eksplicitnih sadržaja u mangama i animeima, jer su oni služili kao supstitucija stvarnim kriminalnim radnjama. Primjerice, Takatsuki (2010, prema Galbraith, 2011) navodi kako je tijekom šezdesetih i sedamdesetih u Japanu bilo statistički puno više seksualnog zlostavljanja maloljetnika, ali nastankom kontroverznog lolicon žanra ono značajno opada.²⁵ Također, budući da je u Japanu stopa kriminala općenito veoma niska, a oružje je pod strogom kontrolom, gotovo je neutemeljeno njihov kontekst uspoređivati s kontekstom i sadržajem zapadnjačkih stripova. Primjerice, za američkog dječaka nasilje u mangi ne mora biti fantazija jer mu je lako doći do oružja i nauditi nekome, dok je za Japance to

²⁵ Seksualnošću otakua se bavio psihijatar Tamaki Saitou. On razlikuje otakue od uobičajenih zagriženih konzumenata iznoseći kako otakui u fikciji pronalaze predmete svoje seksualne želje (Saitou, 2009, prema Kam, 2013b). Po njemu je otaku poseban tip osobnosti koji je sposoban pronaći masturbatorno zadovoljstvo pri pogledu na likove iz stripa ili crtanog filma (Saitou, 2003, prema Hashimoto, 2007). Azuma (2009) smatra kako se radi o navici. Otakui su od tinejdžerskih godina izloženi brojnim prikazima seksualnosti u japanskim pop-kulturnim sadržajima što ih je zapravo istreniralo za seksualnu stimulaciju takve vrste. Nastavlja kako to svejedno nije pokazatelj subjektivne seksualnosti pojedinih otakua, već njihovih nagona. Iako njihove genitalije na animalnoj razini reagiraju na određene, često kontroverzne i izrazito perverzne prizore, potrebna je ipak posve drugačija motivacija i prilika da se oni ostvare u stvarnom životu. Saitou smatra da su unatoč prikazima u medijima, otakui u stvarnom životu zapravo veoma konzervativni. Od osamdesetih godina, najčešći prizori u medijima su muški otakui koji pronalaze seksualnu stimulaciju u likovima maloljetnih školarki, te žene koje pronalaze užitak u žanrovima koji se bave muškom homoseksualnošću, no to nikako ne ukazuje na nužne pedofilske i homoseksualne sklonosti pripadnika otaku subkulture (Saitou, 2000, prema Azuma, 2009). Otakui u stvarnosti streme romantičnim partnerima koji im nisu zamjena za likove iz fikcije, a njegov osobni dojam jest kako je savršeni ishod svakog otakua završiti u braku upravo s još jednim otakuom (Saitou, 2011).

potpuno apsurdna situacija, izrazito odvojena od njihove društvene stvarnosti (Schodt, 1996). Jednako vrijedi i za prikaze golih tijela. Japan ih doživljava kao nešto prirodno, a ne nešto čega nas treba biti sram, dok su u mnogim drugim zemljama ona percipirana seksualno. Ukoliko se netko presvlači ili tušira, za Japance je normalno da on nema odjeću na sebi (Brenner, 2007).

Što se tiče izvoza mangi, prvotna zamisao nije bila da se one prodaju u stranim zemljama (Gravett, 2004), ali se u ranim sedamdesetima ipak počinju širiti Azijom (Schodt, 1996). Danas zato postoji mnoštvo kineskih (*manhua*) i korejskih (*manhwa*) mangi, ali još nisu izvršile svoj utjecaj na zapad (Brenner, 2007).

U SAD-u, zbog uspjeha animea, 1987. godine dolazi do izdavanja prevedenih mangi (Schodt, 1996), ali do prave popularnosti dolazi tek krajem devedesetih godina kada ih je *Tokyopop* počeo izdavati u tradicionalnom japanskom obliku (Brenner, 2007). Za uspjeh mangi u stranim zemljama su svakako zaslužne i dvije knjige Frederika Schodta, *Manga! Manga! The World of Japanese Comics* (1983) i *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga* (1996).

U usporedbi sa SAD-om, zbog zemalja poput Francuske i Italije koje, kao i Japan, stripovima pridaju dosta velik značaj, mange su u Europi imale puno više utjecaja (Schodt, 1986). SAD je također i manje otvoren proizvodima iz relativno nepoznatih kultura, tako da su oni uglavnom prilagođeni i izmijenjeni kako bi zadovoljili lokalni ukus (Wong, 2006). U Italiji, zbog nekontroliranog rasta privatnih televizijskih kuća, između 1978. i 1983. godine prikazuje se 83 različitih anime serija, što utječe i na skoriju pojavu prevedenih japanskih mangi (Gravett, 2004). Također, u devedesetima nastaju i izvorne talijanske mange, što Italiju čini prvom europskom zemljom koja ih je lokalizirala (Pellitteri, 2006, prema Brienza, 2015). U Francuskoj do pojave prvih mangi dolazi početkom devedesetih, a do danas nastaje i posebno područje stripova, *Nouvelle Manga*, s preko deset distributera izvornih francuskih mangi (Wong, 2006). Osim Italije i Francuske, razvijeno tržište i scena lokalnih mangi postoje i u Njemačkoj i Nizozemskoj. Nijemci ih uglavnom izdaju na njemačkom, dok su Nizozemci više orijentirani na engleski jezik kako bi dospjeli do više čitatelja. Ono što je još karakteristično za Nizozemsku jest da njihovi manga časopisi često broje i do tristo stranica, po uzoru na japanske manga časopise (Lamerichs, 2013).

Puristi navedenih tip mangi nazivaju lažnim mangama, smatraju ih blijedim imitacijama japanskih mangi koje nisu dostojne ikakve pažnje (Brienza, 2015). Gravett

(2004) pak smatra kako je govorenje o čistoći mangi veoma škakljivo područje, zato što su i one same nastale pod utjecajem zapadnjačkih stripova.

U posljednjih deset godina, prodaja japanskih mangi se smanjuje. Primjerice, 1997. godine domaća zarada je iznosila 580 milijardi yena, ali 2007. godine ona iznosi 400 milijardi yena (McCurry, 2009, prema Bryce i sur., 2010) i nastavlja s opadanjem.²⁶ Thompson (2012) navodi kako su neki od razloga manje prodaje nedostatak kvalitetnih naslova, smanjeno prikazivanje animea u SAD-u, starenje čitatelja, a zbog negativnog prirodnog priraštaja u Japanu i manji broj onih novih. Ne postoje niti adekvatne strategije digitalnog marketinga, što je veoma važno budući da su se mange velikim dijelom preselile i na internet. Obje velike izdavačke kuće, *Kodansha* i *Shougakukan*, osim mangi, na internetu nude i različite interaktivne sadržaje (Norris, 2009) koji čitatelje i obožavatelje pojedinih serijala samo dublje uvlače u priču. Koliko će digitalizacija mangi utjecati na njihovu prodaju, pokazat će samo vrijeme, ali ono što je sigurno, obožavatelja mangi i dalje ne nedostaje.

²⁶ 1 kuna = 15,41 yen

5. Anime

Anime, termin koji dolazi od engleske riječi *animation*, danas se u Japanu odnosi na sve vrste animacije, neovisno o podrijetlu i stilu crtanja, ali je na međunarodnoj razini postao sinonim za onu japansku (Welin, 2013). Anime ne predstavlja pojedini žanr, već tip medija koji, jednako kao i mange, sadrži veliku raznolikost tema, od onih za djecu do veoma eksplicitnog sadržaja.

Anime kakav poznajemo danas potječe iz šezdesetih godina, ali to ne znači da japanska animacija nastaje tek tada. Yukimura (2013) nudi pregled njezinog nastanka i razvoja, kao i svrhe koju je nekoć imala. Iako su Japanci započeli s kraćom animacijom već 1907. godine,²⁷ prvi animirani film datira iz 1917. godine, traje nešto manje od devet minuta, a ime mu je *Mukuzo Imokawa genkaban no maki* (hrv. *Vratar Mukuzo Imokawa*) (Clemens i McCarthy, 2001, prema Leonard, 2004). 1945. godine izlazi i prvi japanski dugometražni animirani film, *Momotarou umi no shinpei* (hrv. *Momotarou, vojnik mora*). Japan je 1942. godine proširio svoj utjecaj na azijsko-pacifičku regiju, a animacija je u to vrijeme služila kao propagandni ideološki aparat. Animirani filmovi su kulture okolnih zemalja prikazivali u duhu prihvaćanja i kulturne razmjene, ali istovremeno i nazadno i diskriminatorno, što je Japanu olakšalo ustanoviti određenu superiornost (Yukimura, 2013). U predratno vrijeme i za vrijeme rata, animacija je uglavnom bila veoma neobična, no 1958. godine izlazi prvi dugometražni film u boji, *Hakujaden* (hrv. *Priča o bijeloj zmiji*), koji 1961. godine izlazi i u SAD-u (Leonard, 2004).

U šezdesetima dolazi do ekonomskog rasta i televizijski uređaji postaju dio svakodnevice (Orbaugh, 2011). Potražnja za televizijskim emisijama postaje sve veća i zbog niskih troškova proizvodnje, anime postaje značajan dio televizijskog programa (Poitras, 2001, prema Shen, 2007). 1961. godine Osamu Tezuka osniva svoju tvrtku *Mushi Production*, a dvije godine kasnije njegova manga *Astro Boy* postaje prva japanska animirana serija (Gravett, 2004).

Neočekivani *boom* animea desio se 1977. godine, a trajao je sve do ranih osamdesetih. Na prvom prikazivanju filma *Space Battleship Yamato*, Japan je prvi put susreo fenomen cjelonoćnog čekanja u redu da bi se zauzelo mjesto u kino dvorani.

²⁷ Više informacija: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2005-08-07/oldest-anime-found>

U početku, procvat japanske animacije nije bio vođen opsesivnim obožavateljima koji su danas poznati pod imenom otaku, već mladima koji su u animeu vidjeli kontrakulturu suprotstavljenu svijetu odraslih. Otakui su u to vrijeme bili zalučeni znanstvenom fantastikom na općenitoj razini, amaterskim bežičnim radio prijemnicima i izrađivanjem maketa, ali se 1979. godine, izlaskom animea *Mobile Suit Gundam* ujedinjaju s dotadašnjim obožavateljima (Morikawa, 2013).²⁸

Anime nije oduvijek bio važan dio japanske pop-kulture jer je bio zasjenjen vrhunskom japanskom kinematografijom i igrao ulogu alternative orijentirane na djecu (Napier, 2005), ali prilikom spomenutog *booma*, uz dolazak novih umjetnika, anime preuzima status dotadašnje kinematografije i postaje dominantan oblik zabave. Osobito prilikom izlaska animiranih filmova orijentiranih na odraslu publiku (Pérez-González, 2006) koji su promijenili percepciju da su animirani filmovi isključivo za djecu. Osim serija koji su se emitirale na televizijskim programima, početkom osamdesetih izlazi i *OVA (Original video animation)*, oblik animea koji je namijenjen isključivo prodaji, bez prethodnog prikazivanja na televiziji ili u kinima, a uglavnom cilja na manju skupinu gledatelja specifičnijih interesa (Shen, 2007).

Devedesete su donijele još jednu prekretnicu za japansku animaciju jer se tada, izlaskom kompleksnijih animea poput *Akire*, *Neon Genesis Evangeliona* i *Ghost in the Shell*, prepoznaje potencijal animea kao kulturnog fenomena i vrijednog predmeta znanstvenog proučavanja, kako na sociološkoj, tako i na estetskoj razini (Napier, 2005). Broj znanstvenih publikacija na temu animea raste, a dolazi i do pojave znanstvenih časopisa čije se recenzije fokusiraju isključivo na animee i mange (Robbins, 2014).

Što se tiče samog stila animacije i njegovih početaka, Lamarre (2002) njegovu posebnost dočarava pravljenjem razlike između *crtanja pokreta* i *pokretanja crteža*, što je bila glavna razlika između animea i tadašnje svjetske animacije. Zbog financijskih i tehničkih ograničenja, tijekom šezdesetih anime razvija posebnu estetiku koja se zadržala sve do danas. Umjesto crtanja svakog kadra posebno, koristile su se različite strategije predočavanja kretanja likova, odnosno pokretanja postojećih crteža, što je često stvaralo određenu nekonzistentnost, ali u cijelosti obilježilo anime kao medij. Ta

²⁸ *Mecha* anime *Mobile Suit Gundam* se 1979. godine počeo prikazivati na televiziji, a sadržavao je proturatnu tematiku, kompleksne prikaze ljudskog ponašanja i proturječja između politike i morala, što je ponajviše privuklo starije gledatelje. Njegova popularnost je zaslužna za razvoj tržišta anime figurica (u ovom slučaju figurica robota) i ostalih proizvoda vezanih uz anime serijale te za njegovo širenje na zapad (Shen, 2007).

nekonzistentnost gledatelja čini aktivnim sudionikom u animaciji zato što svojom maštom mora nadomjestiti njezine nedostatke. Za razliku od Disneyeve fluidne animacije, pri gledanju animea naš mozak popunjava rupe informacijama koje nedostaju i to gledatelju pričinjava zadovoljstvo (Kelts, 2006).

Nadalje, anime svoju posebnost, jednako kao i mange, iskazuje bogatstvom tema i žanrova koje obrađuje. Napier (2005) piše kako anime pomoću njih pruža uvid u povijest, religiju, filozofiju, politiku i ostalo, a također često daje i vjeran prikaz suvremenog društva, kako japanskog, tako i društva drugih zemalja. Ističe kako je anime osobito koristan u obrađivanju problematike suvremenih promjenjivih identiteta zato što se gledatelji često ne mogu u potpunosti povezati sa sadržajem, što im otvara mogućnosti za alternativne i kompleksnije oblike identifikacije. Shen (2007) smatra kako animeu nije cilj precizni prikaz društva, već stvoriti stvarnost koja je udaljena od naše svakodnevice i sastavljena od višestrukih svjetova.

U usporedbi sa zapadnom animacijom, anime je često veoma kontroverzan zato što su na zapadu crtani filmovi i dalje etiketirani kao zabava za djecu. Razlog nastanka žanrova za odrasle je već spomenuti negativni prirodan priraštaj japanskog društva koji je stvorio potrebu za uključivanjem odraslih osoba u ciljanu publiku (Galbraith, 2010), ali Ishikawa smatra i kako su američki producenti poput Disneya, Warner Brothersa i Hanna-Barbere svojim fokusom na dječju publiku, animeu gotovo osigurali uspjeh u žanrovima za odrasle i obradi ozbiljnijih tema (Kelts, 2006). Iz tog razloga anime sadrži mnoge stvari koje je zapadnjačka publika naviknuta vidjeti u filmovima, od eksplicitnog nasilja, do erotskog sadržaja.

Američko prihvaćanje animea (i mangi) je u početku bilo isprepleteno određenim otporom. Vladali su stereotipi koji su ukazivali na perverznan i nasilan sadržaj koji nije dobar za djecu (Yui, 2010), ali se pritom nitko nije niti potrudio razumjeti i cijiniti ga zbog njegove umjetničke vrijednosti (Chambers, 2012). Prve anime serije su se već u šezdesetima prikazivale u SAD-u. U pitanju su bili *Astro Boy*, *Gigantor*, *Kimba, the White Lion* i *Speed Racer*. Iako su u velikoj mjeri bili namijenjeni djeci, svejedno su bili često radikalno uređivani i sinkronizirani kako bi poprimili američki karakter. Ubacivao se američki humor, a bilo kakve naznake seksualnih i nasilnih elemenata su se izbacivale van (Shen, 2007). U svrhu lakšeg prihvaćanja od strane gledatelja, nisu se koristila niti japanska imena likova, a sve vizualne reference na japansku kulturu zamjenjivale su se američkima, tako da mnogi gledatelji nisu niti znali da se radi o sadržajima iz Japana (McKevitt, 2010). Nadalje, kako su pojedine priče bile

kompleksnije od američkih crtanih filmova, mnogi animei su bili uništeni u pokušajima da im se radnje pojednostave (Schodt, 1986), ili kako Leonard (2004) iznosi, „zaglupe“, zbog čega su Japanci na određeno vrijeme prestali računati na američko tržište, prekinuvši suradnju.

Tijekom sedamdesetih i osamdesetih godina, popularnost animea u SAD-u bila je narušena inicijativom *Action for Children's Television* koja se zalagala za cenzuru svih crtanih filmova koji su sadržavali nasilje, homoseksualnost, rodnu neodređenost ili bilo što što protagonista prikazuje u manje pozitivnom svijetlu, što je u animeima dosta često (Draper, 2015). Primjerice, rodna neodređenost pojedinih likova je jedna od karakteristika koja je najčešće šokirala zapad. Iako tradicionalna japanska kultura muškom i ženskom rodu pripisuje veoma rigidne uloge, pop-kulturni sadržaji u duhu postmodernosti izvrću, iskrivljuju i iznova povezuju gotovo sve rodne odrednice (Venâncio Monteiro, 2011).

Krajem osamdesetih, točnije 1989. godine, izlaskom animiranog filma *Akira*, dolazi do ubrzanog rasta popularnosti animea u SAD-u te riječ anime na zapadu ulazi u svakodnevnu upotrebu. Osim SAD-a, *Akira* postaje hit i u Aziji i Europi te šokira gledatelje svojom jezivošću i nasiljem (Shen, 2007). Osim što je *Akira* izazvao anime boom na zapadu, kuća koja ga je izdala i distribuirala, *Streamline Pictures*, nije nikako uređivala njegov sadržaj, već ga je samo sinkronizirala na engleski, što znači da je gledateljima bio predstavljen gotovo autentični japanski proizvod. Također, početkom devedesetih se na anime počelo gledati kao na dragocjeni strani i egzotični proizvod, pa se njegov uvoz nije više temeljio na amerikanizaciji (McKevitt, 2010).

Svojom postapokaliptičnom i distopijskom tematikom, koja nam se s tehnološkim napretkom potencijalno približava, *Akira* je svakako postavio velika očekivanja od daljnjih anime uradaka poput *Ghost in the shella* koji je u Japanu izašao 1995. godine, a u SAD-u 1998. zaposjeo prvo mjesto Billboardove ljestvice (Norris, 2009). U devedesetima su SAD-om jako odjeknuli i *Pokémoni*²⁹ i *Sailor Moon*, kod nas prevedena kao *Mjesečeva ratnica*, koji su djecu upoznali s anime estetikom poput ludih frizura, velikih očiju, pokreta i izraza lica likova te s konceptima poput davanja prioriteta dužnosti i obavezama, dječjeg heroja na beskrajnom zadatku i neovisnosti o

²⁹ Pokémon, anime serija napravljena po Nintendovoj igri, često se smatra sinonimom za neviđeni uspjeh animea na zapadu. 1998. godine se počinje prikazivati u SAD-u, a sljedeće godine prodaja Pokémon igre doseže pet milijardi dolara, što je iznosilo gotovo jednako kao i ukupna prošlogodišnja zarada industrije igara u SAD-u (Buckingham i Sefton-Green, 2003).

sretnom završetku (Kelts, 2006). Budući da su oba animea bila namijenjena djeci, podvrgnuli su ih intenzivnom cenzuriranju sadržaja poput nasilja i krvi (McKevitt, 2010). Iznimka su bili jedino filmovi *Hayao Miyazakija*, najpoznatijeg režisera animea u SAD-u i šire, koji je 2003. godine dobio i Oscara za animirani film *Spirited Away*, u Hrvatskoj prevedenog kao *Avanture male Chihiro*. Za Miyazakija se često govori kako je on Akira Kurosawa anime industrije i za mnoge Amerikance s djecom upravo njegovi filmovi predstavljaju prihvatljivi standard crtanog filma. Istovremeno, zbog predivne animacije i radnje, često isprepletene s čežnjom, mogućnostima, patosom i iskupljenjem, njegovi filmovi privlače i stariju publiku (Kelts, 2006). Miyazaki je s filmovima krenuo već krajem sedamdesetih, a u osamdesetima je bio jedan od režisera zaslužnih za uspon anime industrije, kada izlaze i neki od njegovih najpopularnijih filmova poput *Nausicaä of the Valley of the Wind*, *Laputa: Castle in the Sky* i *My Neighbour Totoro*.

Osim u raznolikosti tema, anime se u još nekoliko segmenata razlikuje od američkih crtanih filmova. Primjerice, američki crtani filmovi se uglavnom proizvode za prikazivanje u kinima, dok je anime namijenjen prikazivanju na televizijskim programima (Nakamura, 2003), pogotovo jer se ponekad proteže i do nekoliko stotina epizoda. Također, stil i tijek pripovijedanja su često kompleksniji, a emocije i psihologija likova puno dublje i detaljnije razrađene (Napier, 2005). Radnja uglavnom nije predvidiva kao u Disneyevim crtanim filmovima, a često je veoma ozbiljna i tragična, bez sretnog kraja. Što se tiče likova, Solomon iznosi kako je američka kultura postala dosta cinična i da je problem s likovima što su toliko sarkastični da niti sami ne vjeruju u priču u kojoj se nalaze, dok se to ne susreće u animeu. Neovisno o okolnostima i mjestu radnje, likovi iz animea su veoma iskreni, što se može vidjeti kroz njihovu čežnju i interakciju s drugim likovima (Kelts, 2006).

Ulaskom u dvadeset i prvo stoljeće, uspjeh animea se nastavio do 2005. godine, ali tada dolazi do stagnacije i opadanja. Izvješće *JETRO-a (Japan Exernal Trade Organization)* iz 2005. godine, identificiralo je nekoliko značajnih trendova animea u procesu globalizacije. Navode kako je Japan glavni opskrbljivač animacije i na njega otpada 60% animacije prikazivane diljem svijetu. Anime i dalje aktivno cilja na strano tržište, ali više ne nužno s naslovima koji su prvo u Japanu postigli zapaženi uspjeh. Nadalje, Japan se bori s učinkovitim nadziranjem i jačanjem autorskog prava te s veoma niskim brojem zaposlenika koji imaju kompetencije da se njime bave. Konačno, porasla

je koprodukcija i zajedničko financiranje animea od strane inozemnih poslovnih partnera (Norris, 2009).

Što se tiče produkcijskih kuća, Brenner iznosi kako ih je 2007. godine bilo više od 430, a aktualan postaje i *outsourcing* radnika iz Kine i Južne Koreje (Brenner, 2007), što povlači pitanje oko količine animea koja se danas uopće proizvodi u Japanu.

Spomenuti nazadak nakon 2005. godine razlog pronalazi u prekomjernoj proizvodnji animea koji udovoljava isključivo jako zagriženim obožavateljima te je to odbilo veliki dio gledatelja koji se u tome ne pronalaze. Naprotiv, s vremenom su se i najpredaniji obožavatelji počeli buniti da nedostaje promjene, ali se 2013. godine, izlaskom animea *Shingeki no Kyojin* (engl. *Attack on Titan*), industrija opravdava (Ferreira 2013, prema Draper, 2015).

6. Cosplay

Cosplay je oblik izražavanja u kojem se obožavatelji odijevaju u likove omiljene serije, filma, stripa ili video igre. Nije ograničen samo na otaku subkulturu, već ga prakticiraju i mnoge druge fan zajednice.

Cosplay nije započeo u Japanu, već u SAD-u. Brehm-Heeger i sur. (2007) navode kako su se obožavatelji znanstvene fantastike kostimirali već na svojoj prvoj konvenciji koja se održala davne 1939. godine. Intenzivnije kostimiranje započinje u šezdesetima i sedamdesetima kada su se obožavatelji počeli odijevati u likove iz *Zvjezdanih staza* i *Ratova zvijezda*, a nisu im bili strani niti tradicionalniji kostimi, ponajviše vezani uz razdoblje renesanse (Lamerichs, 2013).

1984. godine, Takahashi Nobuyuki, osnivač studija *Studio Hard*, odlazi u Los Angeles na *World-Con*, konvenciju znanstvene fantastike, gdje ostaje impresioniran kostimiranim posjetiteljima i natjecanjem za najbolji kostim. Pri povratku u Japan pisao je o svojem iskustvu, a naglasak je stavio upravo na spomenuto kostimiranje i poticanje čitatelja da ga i oni počnu uključivati u vlastite konvencije animea i mangi. Također, budući da Nobuyuki nije mogao iskoristiti englesku riječ *masquerade*, zato što ona u japanskom jeziku označava aristokratsku kostimiranu zabavu, bio je primoran smisliti sintagmu *costume play*, koja se s vremenom skratila u riječ *cosplay* (Bruno 2002a, Winge, 2006).

Cosplayem otakui svoje tijelo pretvaraju u igru. Isprobavanjem različitih odjevnih stilova, nadilaženjem rodnih uloga i oponašanjem višestrukih osobnosti, poljuljavaju ustaljene identitete (Shen, 2007).³⁰ Ali, ti kostimi su samo privremeni jer cilj cosplaya nije stvaranje novog identiteta ili redefiniranje onog starog, već prerušavanje koje pojedinca smješta između stvarnosti i fantazije. U tom trenutku on više nije prepoznat i percipiran na temelju svojeg pravog identiteta, već isključivo kao lik kojeg predstavlja (Dela Pena, 2006). Cosplay na taj način omogućuje da likovi iz

³⁰ Dodatni tip cosplaya naziva se *crossplay* i ukazuje na kostimiranje u lika suprotnog spola. Ovisno o cilju i namjerama pojedinog cosplayera, *crossplay* suprotni spol može prikazivati vjerno ili pak pretjerano, uz humoristične karakteristike (Winge, 2006). Do takvog pretjerivanja ne dolazi samo u *crossplayu*, već i na općenitoj razini kada cosplayeri prenaplašavaju i vlastiti rod i spol. Iz navedenog se vidi kako *cosplay*, osim kostimiranja, služi i kao iskorak izvan uobičajenog hetero-normativnog ponašanja (Norris i Bainbridge, 2009).

fikcije ožive u stvarnosti te se u tim trenucima ta dva oprečna svijeta više ni ne čine toliko nespojivima.

Postoje različite vrste cosplayera, nekima od njih je važna samo odjeća, perika i šminka te posjećuju konvencije i događanja prvenstveno zbog druženja i zabave. S druge strane, postoje oni koji će opsesivno prekopirati svaki detalj odabranog lika, uključujući i njegovu osobnost. Između ova dva ekstrema, postoje cosplayeri koji proučavaju likove poput druge skupine, ali na konvencijama sudjeluju i u društvenim aktivnostima poput natjecanja i karaoka (Winge, 2006).

Iako ne postoje kriteriji za bavljenje cosplayom, većina japanskih cosplayera su žene. Uglavnom se radi o srednjoškolkama i studenticama ili ženama u kasnijim dvadesetima. U Japanu cosplay predstavlja žensku *DIY*, odnosno „uradi sam“, kulturu čiji se pripadnici okupljaju na cosplay događanjima gdje razmjenjuju informacije i kroz evaluaciju međusobnih kreacija jedni od drugih uče kako izraditi kostim ili pojedine detalje (Matsuura i Okabe, 2015).³¹ Unatoč *DIY* karakteristikama i poštovanju prema samostalno izrađenim kostimima, u Japanu nije problem ukoliko se radi o kupljenom kostimu, ali se tada od osobe očekuje da naglasi tu činjenicu (Okabe, 2012, prema Lamerichs, 2013). Japanska cosplay kultura je više vizualno orijentirana i cosplayeri se veoma trude postići sličnost s odabranim likom. Iz tog razloga im je važnije fotografiranje i poziranje od međusobnog druženja (Lamerichs, 2013). Nadalje, Japan cosplayere smatra posebnom subkulturom i ona je često neodobravana. Budući da Japanci vrednuju zajednicu više nego individualnost, cosplayeri se zbog svojeg poigravanja s identitetom i takvog kreativnog izražavanja nalaze izvan prihvatljivog okvira ponašanja (Aoyama i Cahill, 2003; Richie, 2003 prema Winge, 2006). Također, cosplay je u Japanu ograničen na posebna područja poput određenih gradskih lokacija ili isključivo konvencija (Lamerichs, 2013), a osim modela i performerica koji se kostimiraju na licu mjesta, posjetiteljima nije dozvoljeno na konvenciju dolaziti u kostimima (Kelts, 2006).

U SAD-u u određenim segmentima vladaju posve drugačija pravila. Kostim se može nositi bilo gdje, a ne samo na određenim mjestima kao što se to zahtjeva u Japanu. Primjerice, cosplayeri mogu napustiti konvenciju posve odjeveni i jesti u obližnjem restoranu. Također, prilikom natjecanja, u SAD-u se ponekad pri predstavljanju lika na

³¹ Matsuura i Okabe (2015) smatraju kako skupine poput cosplayera ne smijemo ignorirati i stigmatizirati već da nam trebaju poslužiti kao model za stvaranje ozračja za suradničko i na interesu zasnovano učenje.

pozornici izvodi kratki skeč, često humorističan i ne nužno uz vjernu presliku lika, dok se u Japanu cosplayeri na pozornici uglavnom ponašaju veoma statično uz zauzimanje karakteristične poze lika ili uz recitiranje njegovih popularnih izjava (Bruno, 2002b, prema Winge, 2006). Što se pak tiče kostima, u SAD-u samostalno izrađeni kostim donosi puno veći status nego u Japanu (Lamerichs, 2013).

Općenito, i u Japanu i u SAD-u, iako postoje određene razlike između cosplay natjecanja, sudionici se obično ocjenjuju na temelju tri glavna kriterija: vjernost predodžbe kostima, izrada i detalji te vjernost u predočavanju osobnosti lika ili prezentiranju skeča (Winge, 2006).

Konačno, iako većini otakua cosplay predstavlja samo jedan od hobija, određeni pojedinci su se uspjeli profesionalizirati. Primjerice, Scott (2015) analizira *reality show* iz 2013. godine, *Heroes of Cosplay*, koji prati nekoliko ženskih cosplayera tijekom njihovih putovanja na konvencije i sudjelovanja na natjecanjima. Scott mu veoma zamjera zato što cosplay ne prikazuje kao zabavu, kreativnost i poigravanje s identitetom, već kao način za zarađivanje novaca i stjecanje popularnosti što implicitno sugerira kako je glavni cilj svakog cosplayera profesionalizirati se. Također, *Heroes of Cosplay* prikazuje i prenapuhuje ulogu muških prijatelja ili partnera pojedinih sudionica. Oni su prikazani kao da kroz izradu zahtjevnijih kostima koji sadrže oklope ili slične dodatke, stoje iza uspjeha svake od njih, dok je minimalno pozornosti posvećeno šivanju, šminkanju i namještanju perika.

7. Fansubbing

Fansubbing, odnosno fan-prevođenje, jedna je od karakteristika otaku subkulture koja je u velikoj mjeri razlikuje od ostalih fan zajednica, primjerice *trekija*, obožavatelja *Zvezdanih staza*, za koje bismo mogli reći da u mnogočemu nalikuju otakuima. Osim fan-prijevod, postoje i grupe za skeniranje i digitalni prijevod mangi, a nazivaju se *scanlations*, što dolazi od riječi *scan* (hrv. skenirati) i *translation* (hrv. prijevod).

Fan-prevoditelji, tj. *fansubbers*, su otakui koji prevode animee originalno emitirane ili izdane u Japanu, kako bi ih mogli gledati i ostali obožavatelji. Iako djeluju ilegalno, često svoje postojanje opravdavaju riječima da njihove aktivnosti pomažu graditi interes za određene serijale koji nisu dostupni izvan Japana, a na taj način i službeni strani distributeri mogu vidjeti što je vrijedno izdavanja. Fan-prijevođa također pomažu i pojedini serijal održavati aktualnim. Primjerice, između njegovog originalnog emitiranja i izlaska službenog prijevođa (Hatcher, 2005). U SAD-u zato postoji očekivanje da će pri izlasku službenog prijevođa pojedinog serijala, fan-prevoditelji ukloniti ili uništiti svoje radove. Kada je fan-prijevod izlazio na VHS-u³² to je podrazumijevalo uništenje video vrpce, ali danas, u vrijeme interneta i digitalnog prijevođa, nitko ne može garantirati da obožavatelji neće nastaviti s međusobnim distribuiranjem (Brenner, 2007). Međutim, u novije vrijeme, otakui više nisu zadovoljni službenim prijevodima, a ni sinkronizacijom (Manion, 2005). Smatraju kako prijevod zanemaruje kulturne reference (Carroll, 2005, prema Pérez-González, 2006), dok sinkronizacija uglavnom nije kvalitetna kao ona japanska te često mijenja osobnost pojedinih likova (Manion 2005). Zbog toga bi se moglo reći kako se obožavatelji natječu sa službenim prijevodima i potencijal da ih zamijene je izrazito velik. Dapače, često ih kvalitetom i nadmašuju (Hatcher, 2005), a kako su i sami obožavatelji sadržaja koje prevode, upoznati su s potrebama i preferencijama zajednice (Díaz Cintas i Muñoz Sánchez, 2006, prema Pérez-González, 2006). Službena izdanja eventualno nude bolji

³² U početku, obožavatelji bi naručivali VHS kazete iz Japana, osobi koja zna japanski plaćali za prijevod (ili izmišljali dijalog vodeći se onim što vide na ekranu (Schodt, 1996)) te skupocjenom specijaliziranom opremom nanosili prijevod na video vrpcu. Tada je zbog financijskog troška i utrošenog vremena prevođenja i slanja fizičkih kopija, distribucija bila veoma ograničena. Studenti koji su bili dio anime klubova su često zajedno radili na prijevodu koji su zatim dijelili s drugim klubovima i ostavljali u knjižnici na korištenje svim svojim članovima (Hatcher, 2005).

zvuk, a ponekad sadrže i dodatne zvučne efekte kako bi proizvod približili lokalnom tržištu (Hatcher, 2005).

Fan-prijevide karakterizira i kreativnost. Prevoditelji se na različite načine bacaju u koštac s „neprevodivim“ kulturnim referencama i posebnostima (Nornes, 1999, prema Pérez-González, 2006), a zato što ne moraju nikome udovoljiti, osim samoj zajednici, slobodni su isprobavati raznorazne tehnike prevođenja, tipove slova i dodavati dodatne informacije (Hatcher, 2005).

Fan-prevoditelji su također i veoma brzi zato što se često radi o izrazito dobro organiziranom timskom radu. Iako se u početku velik broj članova pojedinih grupa za prevođenje poznao uživo, dolazak interneta je otvorio mogućnost suradnje otakua iz cijelog svijeta (Denison, 2010). Rush (2009) navodi kako mnogim članovima upravo ta participativna priroda fan-prevođenja predstavlja veliko zadovoljstvo, zato što su na taj način upoznali mnoge ljude.

Nadalje, postoje brojne *fansub* grupe i svaka od njih posjeduje određene posebnosti. Primjerice, jedne će koristiti više slenga, a druge književni jezik, zatim će jedne svoj fokus staviti na kvalitetu prijevoda, a druge na brzinu kako bi sadržaj bio što prije dostupan javnosti. Grupe koje prijevode izbacuju u javnost veoma brzo nazivaju se *speed subberi*, a poznate su po tome što prijevod izbacuju već dan nakon originalnog japanskog emitiranja. Razlike između grupa postoje i u odnosu na jezik na koji se prevodi, a grupe koje prevode na jezike koji nisu engleski, često ne prevode s japanskog, već koriste engleski prijevod kao temelj (Hatcher, 2005).

Jedna od tema koja se nikako ne može izostaviti kada se govori o fan-prijevodima je autorsko pravo. Fan-prijevod je ilegalan zato što japanske tvrtke obožavateljima nisu dale dopuštenje da se njime bave i distribuiraju njihov sadržaj, ali ga uglavnom toleriraju. Japan je općenito poznat kao veoma blag i popustljiv kada se radi o autorskom pravu i zbog toga su fan-prevoditelji barem donekle uvjereni da je njihova aktivnost neslužbeno prihvaćena (Manion, 2005). Unutar Japana, fan-prijevođa se nalaze u sivoj zoni zakona, zato što Japanci neprofitne djelatnosti često ne tretiraju kao povredu autorskog prava, a s piratstvom u stranim zemljama se uglavnom ne bave zbog potencijalno visokih troškova. Također, ispred ekonomskih prava, Japanci stavljaju moralna prava autora. Zbog osobnog izričaja autora pri njegovom umjetničkom izražavanju, takva prava su često uobličena kao zaštita autorovog ugleda i časti. Autori zato imaju pravo pobuniti se ako naiđu na loš prijevod svog dijela ili nekvalitetne video kopije, kao i na izostanak svog imena (Hatcher, 2005).

Među japanskim autorima, producentima i distributerima postoje podijeljena mišljenja zato što su fan-prijevod i fan-distribucija u velikoj mjeri utjecali na popularnost animea i mangi u inozemstvu (Chambers, 2012). Također, tvrtke se redovito boje na osobnoj razini reagirati protiv jer bi takva tužba mogla uroditi većim profitom za njihovu konkurenciju (Hatcher, 2005)

Do sada su postojale mnoge akcije protiv piratstva, a danas su aktualne *Manga-anime guardians*³³ osnovana 2014. godine i ove godine predstavljeni eksperti za borbu protiv piratstva.³⁴ Hatcher (2005) iznosi i kako su službeni distributeri često svoje predstavnike slali na konvencije gdje su držali prezentacije na temu etičnosti fan-prijevoda i njihovog obustavljanja.

Kako god bilo, do sad nijedna inicijativa nije uspjela u potpunosti zaustaviti piratstvo, a iako su fan-prijevod pomalo sporni, prevođenje mangi s druge strane i u novije vrijeme pospješuje njihovu kupnju (Brenner, 2007) zato što pri postajanju obožavateljima, pojedinci požele posjedovati i njezino tiskano izdanje. Konačno, Hatcher (2005) zaključuje kako bi fan-prijevod mogao postati izazov eventualno ako bi se Disney nastavio uključivati u anime tržište, a do tada će otakui vjerojatno i dalje neumorno, bez ikakve kompenzacije, prevoditi sadržaje koje vole.

³³ <http://manga-anime-here.com/guardians>

³⁴ <http://motherboard.vice.com/read/japan-protects-its-anime-with-anti-piracy-hires->

8. Istraživanje: Otaku subkultura u Hrvatskoj

8.1. Uvod i metodologija

Dolaskom u Europu, japanski pop-kulturni sadržaji dopijevaju i do Hrvatske. Kod nas nikad nisu dobili značajniju pozornost, osim pri izlasku Pokémona koji se smatra fenomenom na svjetskoj razini, ali čini se da je bio dovoljan svega mali broj ljudi koji su prepoznali njihovu vrijednost, jer se danas na društvenim mrežama svakako može vidjeti postojanje određene fan zajednice, odnosno otaku subkulture.

Budući da ovaj fenomen u Hrvatskoj još nitko nije istraživao te s obzirom na sve veći broj pripadnika i sve češćih manifestacija aktivnosti subkulture, provela sam istraživanje „Otaku subkultura u Hrvatskoj“ kako bih postavila tezu o njezinom postojanju. Osim toga, pokušat će se utvrditi početak njezinog nastanka i raširenost te pojedini elementi poput preciznijeg područja interesa njezinih pripadnika, razloga zašto ih oni privlače, njihovih međusobnih odnosa, načina djelovanja, sastajanja i postupaka uključivanja u subkulturu, njezine važnosti za pojedine pripadnike, njihovu samopercepciju i percepciju u odnosu na matičnu kulturu te mnoge stereotipe s kojima se moraju suočavati. Nadalje, ispitat će se i sama definicija otaku subkulture od strane hrvatskih pripadnika te načini i mjera u kojoj ona utječe na njihovo slobodno vrijeme i oblikovanje identiteta i stavova, kao i odgojno-obrazovna komponenta japanskih pop-kulturnih sadržaja. Konačno, istražiti će se i trenutna popularnost otaku subkulture u Hrvatskoj te njezina zastupljenost u medijima, kao i njezine lokalne posebnosti.

„Otaku subkultura u Hrvatskoj“ je kvalitativno istraživanje provedeno u travnju i svibnju 2016. godine. Njegov uzorak sadrži 15 ispitanika u dobi od 18 do 37 godina koji su namjernim uzorkovanjem odabrani od strane istraživača. Pojedini ispitanici su odabrani zbog zapaženih aktivnosti na događanjima otaku subkulture kao istaknuti poznavatelji, dok je nekolicina odabranih bliža pasivnim sudionicima kako bi bio pokriven širi spektar razine uključenosti te samim time i načina i količine sudjelovanja u njezinim aktivnostima. Dio ispitanika je pronađen i *snowball* metodom, odnosno već odabrani ispitanici su istraživaču ukazali na pojedine ispitanike koje bi također bilo korisno ispitati. Osim 15 pojedinačnih pripadnika otaku subkulture, radi stjecanja dodatnih informacija, ispitivali su se i organizatori konvencije "Pandakon" te hrvatska

fansub grupa "Tanuki Subs". Njih se intervjuiralo u pisanom obliku korištenjem strukturiranog intervjua.

Ispitivanje pojedinačnih pripadnika subkulture se provodilo licem u lice pomoću metode dubinskog polustrukturiranog intervjua, uz jednu iznimku video poziva putem skype-a zbog ispitanikove nedostupnosti. Prednost dubinskom intervjuu je dana zbog složene i dinamične prirode fenomena subkultura te potrebe za uvažavanjem „akterove definicije situacije“ (Perasović, 2001). Pri intervjuiranju se koristio snimač zvuka, a anonimnost svakog ispitanika se čuva njihovim proizvoljnim odabirom pseudonima i navođenjem isključivo starosti kao njihovog sociodemografskog obilježja.

Tablica 1. Dob ispitanika istraživanja
„Otaku subkultura u Hrvatskoj“

Dob ispitanika	N
18	1
22	2
23	3
24	2
25	2
26	2
29	1
31	1
37	1

Osim starosti, ispitivale su se još i sociodemografska obilježja spola, mjesta stanovanja, mjesta odrastanja, postignutog stupnja obrazovanja te postignutog stupnja obrazovanja roditelja, trenutnog radnog statusa, materijalnog stanja obitelji, bračnog stanja, religioznosti i seksualne orijentacije, ali se na kraju nisu pokazala relevantnima za osnovno istraživanje hrvatske otaku subkulture.

Međutim, iako se neće detaljnije obrađivati, potrebno je istaknuti varijable religioznosti i seksualne orijentacije koje su se pokazale veoma šarolikima i netipičnima za hrvatsko društvo te tako predstavljaju prostor za daljnja i detaljnija istraživanja hrvatske otaku subkulture.

Tablica 2. Religioznost ispitanika istraživanja
„Otaku subkultura u Hrvatskoj“

Religioznost	N
Vjernik koji prakticira religiju	1
Vjernik koji ne prakticira religiju	4
Agnostik	2
Ateist	4
Ostalo	3
Neodgovoreno	1

Tablica 3. Seksualna orijentacija ispitanika istraživanja
„Otaku subkultura u Hrvatskoj“

Seksualna orijentacija	N
Heteroseksualna	1
Biseksualna	4
Homoseksualna	2
Aseksualna	0
Ostalo	7
Neodgovoreno	1

8.2. Rezultati

Otaku subkultura je relativno nova subkultura u Hrvatskoj pa je i to jedan od razloga zašto još ne postoji radova o njoj. Ne postoje niti službene informacije o njezinom nastanku, kao niti o dolasku japanskih pop-kulturnih sadržaja u Hrvatsku. Međutim, kroz crtane filmove koji su se prikazivali u vrijeme Jugoslavije, može se zaključiti kako su oni u Hrvatsku stigli u osamdesetima, ali u pomalo netipičnom obliku. U pitanju su crtani filmovi *Pčelica Maja* i *Kalimero* za koje mnogi nisu niti pretpostavljali da se radi o animeima. U devedesetima dolazi još crtanih filmova iz Japana poput *Kimba*, *bijeli lavić*, *Saber Rider*, *Bajke braće Grimm*, ali se zbog najupečatljivije animacije uglavnom kao početak pamti *Candy Candy* kojeg je HRT prikazivao 1999. godine. Nakon 2001. godine, Nova TV postaje kanal s najbogatijim anime programom pa tako u narednim godinama prikazuje *Mjesečevu ratnicu*, *Zmajevu kuglu*, *Pokémone*, *Digimone*, *Yu-Gi-Oh!* i *Kralja šamana*. 2004. godine u Hrvatsku

dolazi i RTL televizija te prikazuje animee *Captain Tsubasa* i *Beyblade*. Također, nakon 2000. godine, kada je film *Princeza Mononoke* igrao u hrvatskim kinima, popularni postaju i filmovi studija Ghibli, odnosno Hayaoa Miyazakija.

Gotovo svi ispitanici su se s japanskim pop-kulturnim sadržajima susreli kroz gledanje animea na našim ili stranim televizijskim programima u predškolsko doba ili za vrijeme osnovne škole, ali nisu uopće znali da ti crtani filmovi potječu iz Japana niti da su oni ikako povezani s otaku subkulturom za čije su postojanje uglavnom saznali tek u srednjoj školi ili na fakultetu, od strane prijatelja ili putem interneta.

*„Prvi put kad sam se susreo nisam bio niti svjestan da je to anime. Bilo je raznih kritika, na primjer Pčelica Maja, ali nisam imao pojma. To je najvjerojatnije prvo s čim sam se susreo, ali to nije ono što me privuklo i čopilo. Privuklo i čopilo me ono što sam vidio na satelitskim programima. To je bilo negdje 1988., s tim da znam da su recimo ovi ljudi koji žive na moru imali pristup talijanskoj televiziji. Talijanska televizija je jako puno toga prikazivala, ali kod nas toga nije bilo, nego je prvo što sam ja vidio bilo tek na satelitskim programima. Sjećam se, bila je američka inačica *Macrossa*, *Mospeade*, *Southern Crossa* koju su Ameri nazvali *Robotech*. Spojili su tri animea u jedan, nešto malo cenzurirali, promijenili priču i sve sinkronizirali na engleski, naravno.“*

- Imaji Narigai, 37

*„Jednog dana me nazvala sestra na telefon i rekla je da brzo upalim televiziju. Ona je tada živjela u Zagrebu, a ja sam bio njezin mlađi brat koji je upalio televiziju i na televiziji je bila *Mjesečeva ratnica*, *Sailor Moon* tada. Ona je rekla: „Pogledaj, pogledaj, što nije crtić super! Likovi su baš fora nacrtani! Poslušaj i muziku!“ Ja sam imao 11 godina i meni ništa nije bilo jasno, ali mi je bilo interesantno, bio je u pitanju totalno drukčiji jezik koji nikad prije nisam čuo. Nisam imao pojma što je anime i da je to anime i je li to anime i koji jezik pričaju i tek sam kasnije nekako, s malo istraživanja po internetu, jer smo tek tada zapravo internet i dobili, počeo gledati puno drugih animea, slušati glazbu na japanskom i slično. Sve do recimo negdje 18. godine kad sam se aktivno prebacio na učenje jezika.“*

- Kyou, 29

„Osnovna škola, 1995. godina, negdje 4. ili 5. razred. Kad god sam došla doma iz jutarnje smjene, ja sam se od jedan do pet sati popodne pred televizorom pravila da jedem jabuke, pojela sam ih gomilu tih godina, samo da mogu na miru gledati svoje crtiće. Na njemačkom RTL 2 su imali i Sailor Moon filmove i to su stavili u nedjelju, negdje u jedanaest sati, a moja obitelj je svaku nedjelju išla u crkvu. I onda sam ja morala ići ujutro s bakom i djedom, onako jako rano u sedam sati, da mogu doći u jedanaest natrag doma i gledati crtiće. Također, na HRT-u se prikazivao anime Candy Candy i bio je na japanskom, imao je prijevod, i to sam gledala s bakom. Znači, mi smo imali dvosmjensku nastavu, jedan tjedan ujutro, jedan tjedan popodne, i onda kad sam bila popodneva, nisam mogla gledati. I onda je moja baka gledala i meni ispričala što je bilo, zato jer je bilo jako slično sapunici. Tek kad sam došla u Zagreb 2003., tad sam zapravo skužila da su svi crtići koje sam do onda gledala na njemačkom zapravo bili iz Japana.“

- Midori, 31

Stariji ispitanici se prisjećaju i kako je bilo u vrijeme bez interneta ili za vrijeme veoma sporog interneta. Animei su se uglavnom pratili na stranim satelitskim programima i nešto malo na HRT-u, tadašnjoj Televiziji Zagreb, a dolaskom interneta, započinje prženje CD-a i međusobno slanje poštom.

„Tada je to bio treći program Televizije Zagreb, puštali su anime, ali testno. To je trajalo samo tjedan dana i nakon toga nije bilo više ničega. Što uloviš u tih tjedan dana, to je to. Vidiš pet epizoda, a to su ti recimo epizode od 20 do 25. Gdje sam, što sam, tko su ovi? I onda tjednima ili mjesecima nije bilo ničega pa slučajno opet puste na tjedan dana. Onda su moji roditelji kupili satelitsku antenu pa sam već mogao malo hvatati, a kako su i drugi to vidjeli na satelitu, postalo je malo popularnije pa se počelo nešto čak prikazivati na televiziji taman prije rata i čak su se neke video kazete bile izdale. Bio je taj neki Delta Video iz Srbije. Oni su, pretpostavljam, otkupljivali od Amera i to su bile dosta dobre stvari jer su na zapad dolazile samo bolje stvari, ali nije bilo pretjerano puno toga i kako je onda došao rat, puno toga nije ni izašlo do kraja nego ili samo prva epizoda, ili prvih deset. Bio je Gall Force, Leda, Voltron, Saber Rider, sve uglavnom američka imena, a tad nije bilo ni interneta ni ničeg da ti možeš saznati odakle je to. Ja sam prvo mislio da su to sve isti ljudi crtali. I onako, vidiš na

odjavnim špicama nakon svih američkih imena neka japanska imena i skužiš da je to vjerojatno japansko.“

- Imaji Narigai, 37

„U vrijeme kad sam ja počeo gledati anime, tada se nije mogao normalno skinuti s interneta i tko je imao skinutu cijelu epizodu animea, o njemu se pričalo, tako da bih, epizode koje bi uspio skinuti, stavljao na diskove. Postojao je, i još uvijek postoji, jedan od najstarijih programa za chat u kojem si možeš stvoriti svoju vlastitu prostoriju i ljudi se pridruže. Jedan kanal se zvao anime, tamo su ljudi dolazili, pričali o animeima i razmjenjivali ga kroz Hrvatsku. Dakle, ja bih praktički spremio ono što bih skinuo s interneta nakon mukotrpnog vremena i vikanja „Skinu se s telefona!“, spržio to na CD i poslao na neku adresu, a s te adrese bi meni stigao neki drugi anime. I tako smo u to vrijeme gledali anime.“

- Kyou, 29

Na upit oko osobina japanskih pop-kulturnih sadržaja koje su ih na prvi pogled najviše privukle, najveći broj ispitanika spominje stil animacije i općenitu ljubav prema crtanim filmovima. Na drugom mjestu se nalaze jezik, ideje i teme koje ti sadržaji obrađuju, a slijede ih konkretna radnja, maštovitost, ozbiljnost, kostimi likova, realniji odnosi između likova i priče s dušom. Nekoliko ispitanika ne zna navesti razlog, prisjećajući se kako je u pitanju više bio neki poseban osjećaj.

„Animacija mi se svidjela, to nisi mogao vidjeti u crtićima tipa Popaj, Mickey Mouse, tj. u ovima što su na zapadu poznati. Ta animacija me toliko privukla na prvu, to se jednostavno ne vidi ovdje, a drugo, te priče su imale dušu i meni je čak kao osobi od 7, 8 ili 9 godina, ta priča puno značila, do te mjere da sam svaku noć sanjao kako sam ja u tim animeima.“

- Matsu, 23

„Stvar je u tome da sam oduvijek voljela crtane filmove i prije sam redovno na Cartoon Networku pratila one američke, ali onda sam se u jednom trenutku zasitila toga što su sve američke crtane serije jako epizodalne, radnja je uglavnom sadržana u jednoj epizodi i na kraju se sve vrati u normalu i ništa se ne desi pa sam onda počela

tražiti nešto drugo i tako sam u biti naletjela na anime u nekom trenutku. Zbog toga mi se zapravo svidjelo, jer ima nekakvu konkretniju radnju.“

- Senpai, 23

„Znaš ono kad imaš neki unutrašnji osjećaj, da jednostavno pripadaš. Sjećam se, u to doba, ne znam kamo ću, sjedim u razredu i gledam si u mobitel, kroz tu svoju playlistu, vidim ima svega i mislim si na što da odem, svi imaju nešto, nekako se nalaze, ali kamo ću ja, sve dok nisam pronašao japansku glazbu. Ali uvijek me privlačio daleki istok, kao djetetu najdraži su mi bili animei koji su se puštali na televiziji. Digimoni su mi bili ono vrh. Kad su bili na televiziji, ja sjedim ispred i plačem na muziku. Fakat je bilo super, znaš ono neki osjećaj, užasno me privlačilo. Nalazim se u tome, dopada mi se jako.“

- Mintae, 23

„Ja sam veliki ljubitelj glazbe tako da me privukla melodičnost jezika, to mi je bilo primarno i to mi je bilo najvažnije zapravo. Japanski jezik mi je prilično brzo sjeo, činio mi se kao glazba koju sam slušao u to vrijeme. Sam jezik mi je nakon toga postao interesantan, a onda sam tek kasnije počeo učiti strukturu. Dakle, na početku me privukla samo nekakva glazbenost, nekakav glazbeni dojam tog jezika, kako on zapravo zvuči kad je izgovaran, ali naravno, ono što vidimo u animeima, to je pretjerana dramaturgija, pravi japanski jezik zvuči prilično drukčije kad se izgovara.“

- Kyou, 29

„Pogledao bih ponekad neki anime, kroz srednju školu, ali to je više bilo onako usput. I onda, u nekom trenutku, počeo sam proučavati cosplay, više sam išao na tu stranu. Zbog cosplaya sam počeo gledati anime, zbog interesantnih kostima i perika koje sam htio izraditi, a ne mogu to izraditi ako ne pogledam anime i ako ne vidim kako se kreće taj kostim na osobi, i onda sam tako počeo gledati.“

- Dimitri, 22

„Nemaš pojma, klinac si, imaš nekih 10 godina i osjećaš se nevjerojatno. Gledaš to i totalno je drugačije od bilo čega drugog, ovo je ozbiljnije, nije nešto totalno bez

veze za djecu nego je to jednostavno baš priča, pristupili su tome kao svakoj priči, kao da gledaš neku seriju ili film. Likovi su umirali, ono što, molim, kako se to može desiti, ja sam bio totalno oduševljen. Meni je to tada izgledalo toliko za odrasle, danas kad gledam nije, jer mi se čini malo dječje, ali u to vrijeme mi se činilo nevjerojatnim. Sve stariji likovi, između dvadeset i trideset godina, odrasli ljudi, multikulturalni, kapetan broda bi bio Rus, imali su i crnkinju na brodu, polu-kineskinju, meni je to bilo kul, privlačno i maštovito.“

- Imaji Narigai, 37

„Disneyevi crtici, ja ih stvarno volim zato što znam da mogu očekivati sretan kraj, dok u animeu imaš drugačije, nesretne završetke, ali to je taj kraj koji mora biti. Ti znaš da to tako mora biti, ali te svejedno pogodi i ako postoji nešto što te može stvarno toliko zaintrigirati, toliko uvest u priču, da stvarno reagiraš na to, onda je to fenomenalno. To je meaning of art i u animeu možeš to osjetiti, a u Disneyevim crtici znaš što očekivati.“

- Midori, 31

Što se tiče oblika japanskih pop-kulturnih sadržaja za koje su ispitanici zainteresirani, na prvom mjestu se nalazi anime kojeg je spomenulo svih petnaest ispitanika. Sljedeće dolaze mange pa zatim cosplay. Razlog tome je vjerojatno što se u stranim zemljama svi prvo susreću s animeom i tek kasnije postaju zainteresirani za, primjerice mange, koje nude još detaljniji sadržaj i još kompleksniju pozadinu radnje (Yui, 2010).

Kao omiljeni žanr animea i mangi se istaknuo *fantasy*, a slijede ga komedije. Nakon njih dolazi akcija pa horor i znanstvena fantastika te *slice of life*, psihološki žanr, drama i misterija. U manjim frekvencijama su se spomenuli i sljedeći žanrovi: *cyberpunk*, *seinen*, *josei*, sport, *mecha*, školski život, triler, romantika i *yaoi*.

U nabranjanju omiljenih naslova, ispitanici su pokazali izrazito različite ukuse, ali su se svejedno kao najpopularniji uspjeli istaknuti *Cowboy Bebop* i *Shingeki no Kyojin*. Slijede ih *Neon Genesis Evangelion*, *Code Geass*, *Serial Experiments Lain*, *Free!*, *Witch Hunter Robin*, *Death Parade*, *Ghost in the Shell*, *Psycho-Pass* i *Higurashi no Naku Koro ni*.

Nadalje, većina ispitanika, odnosno njih deset, identificira se s pojedinim likovima, a kao razloge navode prepoznavanje svojih osobina u pojedinom liku, prolazak lika kroz jednake životne situacije u kojima se oni i sami nalaze, želja da budu kao pojedini lik ili želja za viđenjem sebe u svijetu pojedinog animea ili mange. Dvoje ispitanika navodi i kako identifikacija dolazi spontano, zato što Japanci dubinski razrađuju pozadine pojedinih likova.

„Mislim da, kroz 12-13 epizoda, neki animei imaju i više, da se oni stvarno nekako više potrudu dubini tih nekih glavnih likova, nego što se možda radi u seriji, jer većinom serije, tipa američke, one nemaju taj neki back-story. U animeima je većinom taj back-story malo nerealan, zato ga serije nemaju, ali zato volim anime jer taj back-story može biti apsolutno bilo što i preko toga se možemo povezati s likom pomoću nekih najmanjih sitnica. I recimo, lik s kojim se identificiram...u biti, to znaju bit razni likovi, ovisno o periodu u životu, i ovisno o tome kakve sam volje i što mi se trenutno događa. Ali, lik kojeg jednostavno ne mogu i neću nikada zaboraviti je Levi Ackerman iz Shingeki no Kyojin. Nemamo nikakvih sličnosti ovako, ali mislim da me naučio puno, iako je on samo lik iz animea.“

- Hanji, 25

„U različitim trenucima odrastanja sam gledao drukčiju vrstu animea i neke karakterne osobine nekog određenog lika bi bile jako bliske onome kako bih ja reagirao u tom trenutku. Ne na nekakav način da bih ja htio postati kao taj lik nego bih doslovno primjećivao sličnosti između mog karaktera u tom trenutku i tog lika zamrznutog u vremenu. Na takav nekakav način sam čak i mijenjao nadimke na internetu. Često bih vidio ljude da imaju lika koji im se sviđa po nečemu, kojem aspiriraju ili im se sviđa kao takav, meni je baš bilo tko meni slični, kog bih ja mogao predstavljati.“

- Kyou, 29

„To je jedan od razloga zašto se neki animei i gledaju. Navest ću primjer Gaare iz Naruta. Ja sam prije bio pljunuti Gaara, nisam imao prijatelje, nisam se htio družiti ni sa kim, jednostavno sam se zatvorio u tu svoju sobicu, gledao anime i slušao glazbu. Nisam bio totalno kao on, ne možeš ti bit totalno kao anime lik, ali nešto te vuče njemu. I definitivno je to jedan od glavnih faktora koji me i zadrži u animeu. Znači,

poistovjećujem se s likovima i nekako želim vidjeti sebe u tom svijetu i kako bih ja recimo funkcionirao tamo.“

- Matsu, 23

„Mislim da je to nekako normalno. Recimo, i kad gledam naše filmove i serije, nekad se znam identificirati s nekim likom. Tipa, prepoznajem svoje osobine i onda mi je taj lik draži. To mi je na istu foru kao kad igraš igre. Kad sam bio klinac uvijek mi je bilo bez veze kad je glavni lik bio neka nabildana muškarčina s ogromnom puškom, jer apsolutno nemam nikakav ideal biti to. Bilo mi je draže kad je lik netko normalan i mislim da je na tu foru i s animeima.“

- Nagisa, 24

Od ispitanika koji nemaju naviku poistovjećivati se s likovima, jedan ispitanik navodi kako ga uglavnom prijatelji povezuju s pojedinim likovima, dok se jedna ispitanica za sad uspjela povezati samo s jednim likom. Dvije ispitanice se uopće ne povezuju s likovima jer smatraju da je svatko osoba za sebe, kao i to da su likovi plodovi mašte koji teže idealu koji se zatim sudara sa surovom stvarnošću. Jedna ispitanica se pak ne identificira zato što sama kreira svoj vlastiti lik.

„Ja si napravim novi lik koji je njihov prijatelj. Znači, u Sailor Moon sam bila Sailor Sun koja je bila jedna od njih. Dobro, sad više nije tako, sad je više da dok gledam razmišljam što bi se sljedeće moglo dogoditi i onda više razrađujem priču, stvaram druge ogranke, ali dok sam bila manja uvijek je bio jedan lik kojeg bih ja metnula unutra, čak bi ga bila i izdizajnirala. Sebe učinim dijelom priče, ali nisam jedan od likova jer ne želim biti netko drugi, već želim biti ja.“

- Midori, 31

S obzirom na oblike konzumacije animea i mangi, svi ispitanici anime gledaju na japanskom jeziku s engleskim prijevodom, ali ponekad i bez prijevoda ukoliko im služi za vježbanje jezika. Ispitanik koji studira njemački također ponekad gleda i na njemačkom jeziku, ali svi uglavnom naglašavaju kako ne vole nikakvu sinkronizaciju te kako ona funkcionira samo u veoma rijetkim slučajevima. Primjerice, kada je anime western. Svi ispitanici do animea dolaze preko interneta, ili skidanjem preko torrenta ili

gledanjem *online*, a što se tiče mangi, one se čitaju na engleskom i za razliku od animea, ne konzumiraju isključivo na internetu, već pojedini ispitanici posjeduju i kupuju i tiskana izdanja.

Na upit o hrvatskim sinkronizacijama i prijevodima animea i mangi, ispitanici većinom smatraju da su veoma loši i da se u njih ne ulaže trud, te da često sve posve izgubi smisao i da se na njih veoma teško naviknuti. Jedan ispitanik smatra kako je razlog tome ekonomija, odnosno manjak tržišta, pa je u dobru sinkronizaciju i dobre glumce neisplativo ulagati novac, ali s druge strane smatra i kako Hrvati većinom ne vole sinkronizacije. Također, ispitanici tvrde da se ne prevodi direktno s japanskog jezika pa se i tu gubi dosta izvornog značenja, ali to nije uvijek istina. 2008. godine Algoritam počinje izdavati mange na hrvatskom jeziku, a prevodi ih Japanac Ken Kusumoto.³⁵ Nadalje, nekoliko ispitanika je zadovoljno našom sinkronizacijom Pokémona i Miyazakijevih filmova, dok neki smatraju kako je sinkronizacija na televiziji veoma pozitivna stvar zato što Hrvati imaju odbojnost prema stranim jezicima koji nisu engleski pa ih sinkronizirani sadržaj može privući, a samim time utjecati i na rast fan zajednice. S druge strane, jedna ispitanica smatra kako se ništa ne bi trebalo sinkronizirati, jer kroz izvorni oblik animea, djeca istovremeno uče i čitanje i strani jezik.

Od petnaest ispitanika, njih desetero je zainteresirano za cosplay. Šest ih redovito cosplaya, dok ostalima prepreke uglavnom predstavljaju novac ili mišljenje da nemaju građu tijela za cosplay. Pri odabiru lika za cosplay ispitanici najviše gledaju ukupan izgled lika, od kostima i kose pa sve do leća, a sljedeći kriterij jest koliko im je taj lik zanimljiv i koliko se s njime mogu identificirati te ga samim time i vjerno predočiti. Veliku ulogu igra i jednostavnost kostima te ukupni troškovi koji bi bili potrebni za njegovu izradu ili naručivanje preko interneta.

„Prvi kriterij ne mogu objasniti jer često ne znam zašto mi se neki lik toliko sviđa. Recimo, dat ću kao primjer Sanjija iz One Piecea koji je cosplay koji mi je najbolje uspio. Iako on ima posve različiti karakter od mene, on je jednostavno toliko upotpunjen da sam ja njega jednostavno morao cosplayati. Ful mi se mora svidjeti lik da bi mu se uopće posvetio, a s druge strane tražim nešto što meni odgovara i što mi je

³⁵ Intervju s Kenom Kusumotom se može pročitati u sljedećem Nacionalovom članku: <http://arhiva.nacional.hr/clanak/47103/ambasador-mangi-u-hrvatskoj>

lakše isfurati, tipa Sanji ima jako duge i tanke noge, a ja isto imam duge i mršave noge. Uglavnom, sviđi mi se izgled i to mi je dosta bitno, ne bih recimo uzeo lika koji ima smeđu kosu, zato što ja imam smeđu kosu u stvarnom životu i onda mi to nije zanimljivo.“

- Matsu, 23

„Kao prvo, važno mi je da imam leće za njih jer su leće jako skupe, a nakon toga mi je važna perika, tj. kosa, zato što mi je to najzabavnije raditi. Dosta cosplaya ja neću izraditi, samo ću periku napraviti, zato što se želim specijalizirati za perike, a onda gledam kompleksnost kostima, koliko bi me koštala izrada i koliko ja to mogu isfurat.“

- Dimitri, 22

Ispitanici većinom kupuju kostime preko interneta i onda ih ili prerađuju ili samostalno dodaju određene detalje. Materijal pronalaze i u second-hand trgovinama ili na Hreliću, ali i posuđuju stvari jedni od drugih. Troje ih gotovo uvijek kostime izrađuje samostalno, a preko interneta naručuju samo perike ili detalje koje je teško izraditi sam.

„Od glave do pete sve izrađujem sam. Kako sam student, uglavnom baš i nemam para, ali se bavim modnim dizajnom pa uvijek imam materijala doma. Ako vidim neki cosplay koji mi se sviđi, a imam neke stvari doma, iskoristit ću to i onda ću možda nešto još i kupiti, ali stvarno pazim na budžet i želim stvari koje možda izgledaju neupotrebljivo iskoristiti na pravi način.“

- Mintae, 23

S obzirom na količinu vremena i novaca koji su potrebni za hobi poput cosplaya, ona veoma varira. Ispitanicima koji kupuju kostime na cosplay odlazi veoma malo vremena, a ukoliko su kostimi istovremeno i jeftini, nema niti prevelikog financijskog troška. S druge strane, onima koji kostime izrađuju sami, svaki cosplay predstavlja novi izazov. Uglavnom kostime izrađuju netom prije određenih konvencija, dok jedan ispitanik na cosplay više ne gleda kao na hobi, već se jednog dana želi profesionalizirati. Na kostimima ponekad radi i do dva sata dnevno, a u vrijeme prije konvencija i do osam sati.

„Tipa sat, dva dnevno, ali ako se radi preko ljeta prije konvencije, onda to zna bit od šest do osam sati, kao pravi posao. Preko ljeta, kad nemam faks, onda mi se i da više raditi pa radim nešto kompleksno. Ovo ljeto ću raditi krila koja se mogu micati.“

- Dimitri, 22

„Najduže mi je trebalo za cosplay iz Shingeki no Kyojin, za ono remenje, zato što za to fakat trebaju prave mjere. Mislim da mi je trebalo dva dana samo za njih, zato što si spor, stalno provjeravaš, dvadeset puta na lutki, na sebi, na lutki, na sebi...i onda ok, reži, a ako previše odrežeš - gotovo, uništio si materijal i nema povratka i onda ti stvarno za to treba puno vremena.“

- Mintae, 23

„Ovisi što se cosplaya, jako ovisi. Taj moj prvi cosplay je bio dosta kompliciran i dosta skup. Potrošila sam 2-3 tjedna da ga napravim i barem 500-600 kuna, ako ne i više. U to ne uračunavam čizme koje sam imala od prije, koje bi koštale još toliko i tipa neke sitne detalje. Na primjer, u tom trenutku nisam trebala periku jer sam imala istu boju kose. Ali da, to je bio jedan od skupljih cosplaya. Zadnji cosplay koji sam cosplayala je bio ženski lik iz Soul Eatera i to je bio cosplay koji se sastojao od čizmica do koljena, kratkih traper hlačica i crvene majice tako da je najveći trošak zapravo bila perika. Second-handovi su za neke jednostavne cosplaye super stvar. Za ispod sto kuna se može nabaviti tako neki jednostavniji kostim kojem trebaju samo manje preinake, ne računajući periku. Šešir sam recimo sama sašila, ali ostatak cosplaya je bio jako jednostavan za nabaviti. Ako se želi krenuti s cosplayem trebaju se uzeti neki jednostavniji likovi koji nose više-manje svakodnevnu odjeću. Tipa, ako neka cura u animeu nosi crnu haljinicu s bijelom majicom ispod i ima ružičastu kosu, jedini zapravo pravi trošak će bit roza kosa jer će se ovo ostalo vjerojatno nositi i na svakodnevnoj bazi. Treba uvijek ono, što više animea pogledaš, to više opcija za cosplay imaš.“

- Angie, 26

Osim animea, mangi i cosplaya, velik broj ispitanika je privučen i japanskom glazbom, a navode se još i japanski filmovi, moda, figurice likova, japanske serije, video igre i karaoke. Većina ispitanika voli pop-kulturne sadržaje i na općenitoj razini, ali nekolicina njih ipak ističe da iako je to slučaj, da se nekako uvijek japanski sadržaji

istaknu kao oni najbolji. Dvoje ispitanika ističe kako im je bitno da su sadržaji vezani barem uz Daleki istok, jer ih zanima i Južna Koreja.

„Trenutno bih rekla da je čak općenito, gledam i dalje puno crtića, imala sam jedan period gdje sam gledala isključivo anime, od petnaeste do dvadesete godine. Tad sam gledala sve što je izlazilo svake sezone, dvadeset serija odjednom, jer mi je bilo novo i htjela sam se upoznat sa svim tim. Sad sam opet došla do te jedne točke da sam pogledala preko 400 naslova i opet sam se zasitila tog jer sam počela primjećivati razne klišeje i više ne znam što bih gledala. Što god novo izađe, izgleda mi kao nešto već viđeno, tako da se sad u biti više ne fokusiram toliko na anime nego gledam što god mi se sviđa.“

- Senpai, 23

„Crtani filmovi, stripovi, figurice, to je sve nešto što me zanima. Ja volim lijepo i ako je lijepo, bez obzira odakle dolazi, još ako je uz to i kvalitetno, to je to. Na primjer, više volim čitati mange nego gledati anime i onda volim vidjeti različite stilove crtanja koji su upotrijebljeni.“

- Midori, 31

„Postoji neka razlika u tome, jednom je netko sažeo u videu, doslovno su tražili razliku između japanskih i zapadnjačkih igri i ispala je zapravo stvar u tome da Japanci puno više pričaju priču, pošto su svojim znakovima u igri mogli ispričati puno više. Uvijek su više gledali na neku priču, nego mi s latinicom koja je svako slovo jedan zvuk. Zanima mene sav fantasy žanr, SF-žanr, ali Japanci uvijek imaju nešto posebno, njihovo cijelo tržište doslovno ide samo jako naprijed, uvijek neke nove ideje. Mislim, ima jako puno treša tu i svega, ali me nekako uvijek uspiju oduševiti, tako da mi se sviđa više japanskih stvari nego ovih zapadnjačkih.“

- AoiMerin, 22

Osim navedenog kupovanja mangi i kostima, perika te detalja za cosplay, kupuju se i stvari poput privjesaka za ključeve i mobitele, poster, figurice likova, od kojih jedna ispitanica navodi kako ju je najskuplja koštala blizu dvije tisuće kuna, ne računajući poštarinu. Kupuju se i video igre, *artbookovi* pojedinih animea i mangi,

makete te knjige za učenje japanskog jezika. Ispitanici svojim kolekcijama pridaju veoma veliku važnost i većinom imaju svijest o podržavanju industrije koju vole, uz osjećanje grižnje savjesti što većinom preko interneta gledaju animee i čitaju mange. Također, oni koji trenutno ne kupuju ništa zbog neimanja novaca, odlučno izjavljuju kako će kad se zaposle definitivno podupirati industriju i kupovati njezine proizvode.

„Jako sam često došla u kontakt s ljudima koji su čak i nakon što su počeli raditi i zarađivati i dalje piratizirali stvari, ali to maksimalno, sve su čitali na internetu ili su si radije printali mange, nego ih kupili. To je mentalitet „ako mogu dobiti za badava, zašto bih platio“. Gle, ako ne platiš, osoba možda neće imati što za jesti i neće moći napraviti nešto sljedeće i kako ćeš onda?“

- Midori, 31

Osim web stranica za gledanje animea i čitanje mangi te stranica za naručivanje kostima, figurica i pojedinih proizvoda, veliku ulogu u pronalaženju različitih informacija igraju i Facebook, Instagram, različiti forumi te Tumblr gdje je otaku zajednica veoma rasprostranjena, iako od ispitanika svega nekoliko ljudi na njemu vodi blogove. Ispitanici su aktivni i na službenim stranicama pojedinih animea i mangi, kao i na stranicama poput *My Anime List* ili *My Figure Collection* gdje kreiraju svoje profile i bilježe koje animee i mange su pogledali/pročitali te koje figurice posjeduju.

Na upit o značenju riječi otaku te njihovoj percepciji sebe u odnosu na nju, ispitanici nude veoma različite odgovore. Petero ih se smatra otakuima, a sedmero ne. Dvoje nije sigurno, a jedan ispitanik smatra da u Hrvatskoj za sebe ne bi rekao da je otaku, ali u Japanu bi.

Oni ispitanici koji se smatraju otakuima tvrde da je otaku veoma širok pojam. Dvoje ih je upoznato s negativnom konotacijom u Japanu, ali smatraju da se to danas promijenilo. Većina iznosi kako ih nije briga što drugi misle i kako se danas otakuom može nazvati svatko koga zanima Japan, tko osjeća ljubav prema japanskoj kulturi, animeu i mangama. Nadalje, navode i kako su čuli ili pročitali kako otakui ponekad troše cijelo svoje vrijeme i primanja na hobije te znaju biti pomalo naporni ili pretjerano uživljeni u pojedine likove, a jedna ispitanica navodi i kako je naišla na definiciju u kojoj stoji kako su otakui ponekad manijakalni. Ona se ne identificira s riječi

manijakalan, ali se zbog ljubavi prema Japanu i uživljenosti u sadržaje i dalje smatra otakuom.

„Za mene, kada netko kaže otaku, to mi znači ljubitelj japanskih mangi ili animea i ja to kažem za sebe samu. U Japanu ne kažu samo za anime i manga fana otaku, nego i za nekog tko se zanima za određenu temu, jako puno zna o tome i onda ga zovu otaku, iz bilo kojeg područja u životu u biti. Mislim da to više nije u Japanu toliko negativan izraz, nekad je bio, ali danas govore za sve i svakog otaku. Strašno voliš matematiku, znaš sve o matematici i reći će ti da si matematički otaku.“

- Silver Princess, 25

Ispitanici koji se ne smatraju otakuima se većinom drže japanske definicije i smatraju da se termin otaku u Hrvatskoj krivo koristi. Poznaju, ili su susreli, pretjerano zagrižene hrvatske otakue te ih navode kao primjer na temelju kojeg zaključuju da oni sami nisu u toj kategoriji. Neki od njih nemaju predrasuda i ne smatraju da su otakui nužno zaludeni, već da se otakuom možeš nazvati i ako nisi ekstremni obožavatelj te da ima ljudi koji dobro balansiraju. Mnogi i u sebi ponekad prepoznaju neke značajke otakua, a neke od vrlina koje kod njih cijene su predanost i temeljito kolekcionarstvo, no i dalje se ne bi tako izjasnili jer se klone preradikalnih stvari. S druge strane, pojedini ispitanici imaju izrazite predrasude prema otakuima, ali su, s druge strane, u mnogim segmentima u zajednicu uključeni više od ispitanika koji su se tako identificirali. To je pokazatelj kako sve leži u subjektivnom poimanju termina jer ispitanici s predrasudama uglavnom imaju negativna iskustva s pojedinim pripadnicima zajednice koje bi okarakterizirali kao otakue. Navode kako s njima uglavnom ne mogu imati normalnu komunikaciju jer sve u životu povezuju s animeom i mangama, ne poštuju tuđi ukus i tuđe mišljenje te taj hobi prekomjerno utječe na njihov život.

„Ja bih otakuima nazvala ljude koje znam i koji su toliko u tome da ti s njima ne možeš imati normalan razgovor ili diskusiju zato što su ti ljudi uvjereni da je ono što oni misle da je dobro, to je dobro, a ono što oni misle da nije dobro, to nije dobro. I sad, ako ti imaš drugačiji ukus, možeš se slikat'. Ali to su ljudi koji stvarno sakupljaju svaki anime koji izađe i svaku mangu. Ja bih više rekla da sam anime fan, ali ga ne volim toliko da bih apsolutno sve odbacila zbog njega. Ako bih morala birati između

toga da pogledam cijelu sezonu novog animea koji je izašao i izlaska van na sladoled, otišla bih na sladoled.“

- Midori, 31

„Ja se držim klasične japanske definicije, u smislu da to znači netko tko je zaluđen nečim, bilo čim, do nezdravih granica, da to utječe na njegov život, tako da ne volim samu sebe nazivati otakuom jer mislim da nema smisla. Svjesna sam da se puno klinaca tako identificira jer je to u jednom trenutku došlo na zapad i sad je to jednako anime fanu, ali ja bih se radije držala japanske definicije.“

- Senpai, 23

„Na konvencijama upoznaš ljude i u mom slučaju ako imam neki cosplay pa se ljudima sviđa, pitaju za sliku i onda dok malo popričaš s njima skužiš da su baš u tome, ono, ja ne znam toliko o liku, a cosplayam ga. Ali, simpatici su mi to ljudi jer stvarno jako cijenim kad je netko predan i kolekcionar tih anime stvari. No s druge strane, ima ljudi koji to nabijaju nekome na nos, tipa ako nisi pogledao Serial Experiments Lain, onda si nitko i ništa. No u kojoj mjeri si ti sad otaku ovisi kako se osjećaš, ja ne bih prepustio to nikome drugome nego osobi samoj da ona odredi koliko će bit' angažirana, koliko će figurica imati, koliko će biti na konvencijama i koliko će vremena dnevno trošiti na anime.“

- Matsu, 23

„Definirao bih otaku kao osobu koja je zapravo jako zaljubljena u te sadržaje, mislim da se drukčija riječ ne može niti iskoristiti, netko bi rekao fanatična, ja bih rekao jako zaljubljena, ali do te granice da im druge stvari postaju manje važne, što je društveni problem. Ali, iako ti sebe možeš nazvati otakuom u određenom smislu, to ne znači da si zagrižen do te mjere da si izbacio iz svog života sve ostale stvari. Dakle, ima definitivno ljudi koji imaju stalan posao, obitelj i djecu, ali imaju taj hobi koji ne mogu pustiti, koji im je tu sa strane, uvijek, i trošit će svoj novac na to i sigurno će dolaziti do nesuglasica oko toga, ali opet, ako to njih puni na nekakav način, tko ima pravo da ih prazni i govori da to ništa ne valja.“

- Kyou, 29

„Prvo što kad mi netko kaže otaku, meni u glavu dolazi onaj koji visi u Akihabari, on je otaku, igra igrice i lud je za svim tim stvarima, ali mislim da otaku ljudi u Hrvatskoj malo pretjeruju i mislim da to nije isto kao u Japanu. Otaku po meni nije lijepa riječ, kad ti netko kaže da si otaku, jednostavno nije fora, iako se neki ponose s tim. Po meni oni imaju naočale, znaš ono, geekovske, nose anime majice ili majice iz igrice, lejm su, debeli i sjede pred računalom ili netočno i naporno koriste neke japanske fraze. Al' iako ne volim otakue, svejedno sam dio te zajednice jer želim podržati tu scenu Hrvatskoj. To je jako blizu onome što ja volim, japanskoj kulturi, japanskoj glazbi i japanskoj modi i da mi imamo više tih stvari ili da sam u Japanu, možda ne bi ni išao na sva ta događanja.“

- Mintae, 23

Dvije ispitanice nisu sigurne smatraju li se otakuima ili ne zbog postojanja mnoštva različitih definicija pojma. Također, smatraju kako su imena subkultura općenito češće povezana s negativnim karakteristikama te subkulture, što bi u slučaju otakua bilo etiketiranje svih pripadnika kao pretjerano zagriženih, onih koji ne poznaju granice i zapostavljaju sva ostala područja života. Ali, s druge strane, obje smatraju da je taj interes dio njih, vole anime, cosplay, pričati o tome i ljudi se moraju nositi s tim dijelom njihove osobnosti.

„Mislim da, kao i u svakom obliku fandoma, postoje različite vrste ljudi. Znači, imamo one koji su možda na nekoj razini prolaznika i to ih zanima jedan period i ne vežu se za to nešto previše, to im je zabavno i možda kao neka faza, i ima ljudi kojima to definitivno traje cijeli život, u smislu da gledaju anime i onda kada se ta faza preraste. Također, neki možda i pretjeruju pa jednostavno počnu zanemarivati sve ostalo osim tog interesa, što su tipični otakui. Ali, mislim da se smatram dijelom subkulture, to je ipak jedan dio mene s kojim se svaka osoba koja me upozna mora nositi.“

- Hanji, 25

„Nažalost, otaku se na prvu dosta često povezuje s jako negativnim konotacijama. Najčešće s dosta zagriženim fanovima i često jako mladim, ali općenito mislim da se pojam više-manje povezuje s ljudima koji baš jako vole anime i tu kulturu, uključujući i cosplay. Ja stvarno jesam fan animea, volim anime, volim cosplay, volim

pričati o tome, ali opet postoji neka granica. A i kao što sam rekla već prije, dosta ne volim te etikete općenito, ali sam svejedno dio svega toga iako ne volim definirati stvari imenima jer smatram da je to ograničavajuće i često se, pogotovo u kontekstu subkultura, otaku povezuje s negativnim konotacijama vezanima za to ime, više nego s onim pozitivnima.“

- Angie, 26

Jedan ispitanik je na temelju svojeg putovanja u Japan zaključio kako se, iako se u Hrvatskoj ne smatra otakuom, u Japanu u velikoj mjeri tako osjećao, što ukazuje na velike kontekstualne razlike između otakua u Hrvatskoj i Japanu.

„Za sebe u Hrvatskoj nisam pomislio da sam otaku, ali u Japanu jesam. U Hrvatskoj je otaku netko tko, kao prvo, gleda puno animea, kad god s njim pričaš on priča samo o tome i sakuplja figurice, a ja sebe ne bih smatrao time jer ja anime gledam samo ponekad. Isto kao što kad kod nas kažeš šmokljan ili nerd, u osnovi je to loš pojam i onda to koristimo baš za one koji su totalno zabrijali, koji su luđaci, idu na SFeraKon i pripremaju cosplay kostime mjesec dana prije njega.³⁶ Dok u Japanu, s druge strane, ako voliš ijedan anime koji je malo čudan, dakle, koji nije poznat kao Shingeki no Kyojin, Naruto ili One Piece, ili još gore ako si muško i voliš recimo Free!³⁷ ili nešto perverzno poput Prison School, odmah si otaku i to je žešća sramota. Znači, odeš u manga trgovinu kupiti nekakvu glupost i blagajnik ti ju zamota u crnu vrećicu da te ne bi nitko vidio da izlaziš iz trgovine s tim. Tako da, u Japanu bih se osjećao kao otaku i, iskreno, kad upoznam novog Japanca, ne bih se baš hvalio time. To bi bilo nešto što bih ja zadržao za sebe jer bih se bojao da bi mislili da sam neki čudak, tako da mislim da je tu ta razlika. Oni Japanci koji to ne bi pomislili su jedino oni koji isto vole anime. Tamo kul ljudi ne gledaju to, kul ljudi gledaju američke filmove, slušaju Taylor Swift i Arianu Grande, idu u Starbucks i totalno briju na to, a animei su za povučene tipove u razredu.“

- Nagisa, 24

³⁶ SFeraKon je konvencija znanstvene fantastike koja se od 1983. godine održava u Zagrebu na Fakultetu elektrotehnike i računarstva.

³⁷ Free! je plivački anime koji uglavnom gledaju djevojke i često se smatra da ne toliko zbog radnje, koliko zbog izgleda likova.

Iz odgovora se može zaključiti kako su ispitanici koji se ne identificiraju kao otakui najinformativniji o njegovom značenju i japanskim definicijama. Veoma je zanimljivo što su ti isti ispitanici u zajednici aktivni puno više nego ispitanici koji su se izjasnili kao otakui, pa tako cosplayaju, sakupljaju figurice i mange, organiziraju konvencije, projekcije i ostalo. To nam govori kako otaku etiketa kod nas ne govori baš ništa o nečijoj uključenosti u zajednicu, već se koristi nadasve proizvoljno, identificiranjem s onim aspektima definicije koji pojedinom ispitaniku odgovaraju. Ono što je sigurno jest da zajednica svakako postoji, ali da Hrvati očito nisu u potpunosti prihvatili zapadnjačku definiciju otakua kao osoba koje vole anime i mange, već se većinom vode starom japanskom definicijom na temelju koje otakue smatraju ekstremnim obožavateljima koji su posve zaglibili u svom interesu.

Nadalje, pri upitu oko načina postajanja dijelom zajednice, ispitanici odgovaraju kako ne postoji određeni protokol, sve dolazi iznutra i osoba se sama mora identificirati kao jedan od pripadnika. Dovoljno je i samo malo pretražiti internet i doći do foruma ili grupa na Facebooku gdje se nalaze i ostali pripadnici. Neki ispitanici navode i kako pojedinca u zajednicu mogu uključiti prijatelji, kao i stariji brat ili sestra, a kao jedna od bitnijih stavki se spominje i odlazak na konvencije.

„Stvarno je spontano, ljudi znaju ljude i čak i oni koji nisu u tome ponekad preporučite neke ljude koji jesu i onda jednostavno počnete pričati, imate nešto zajedničko i jednostavno se iz toga napravi svašta.“

- Midori, 31

„Imam osjećaj da je to nešto što dolazi iznutra, nekakva povezanost, ne bih rekao da je eskapizam niti ništa slično tome, to mi je malo pretjerana tvrdnja, ali svejedno je interes, nevezano što dolazi iznutra. Trenutak kada se ti susretneš s tim, to te privuče bliže. Ja ne vjerujem da je meni netko usadio ljubav prema Japanu niti da mi je itko isprao mozak.“

- Kyou, 29

„Mislim da je najbitnije da te drugi prihvate u grupu, da to voliš i da to nije nešto u čemu si sad trenutno ili pola godine zato što je popularno. Meni se to jednostavno sviđa od kad sam ja to vidio i meni će se to sviđati i dalje, ništa se nije

promijenilo, promijenili su se neki moji afiniteti, odabir animea i mangi koje čitam i gledam, ali nije se promijenio taj stil, to je taj svijet.“

- Imaji Narigai, 37

Ispitanici se unutar subkulture bave raznim stvarima. Najveći broj ih volontira na konvencijama i događanjima vezanima uz Japan, organizira anime projekcije i vodi blogove. Također sudjeluju i u plesnim grupama koje obrađuju koreografije japanskih i korejskih pop izvođača, drže predavanja o otaku subkulturi i japanskim pop-kulturnim sadržajima, organiziraju slušaonice japanske i općenito dalekoistočne glazbe, manje konvencije, cosplay nalaženja i piknike. Ovaj interes utječe i na njihovo likovno i pismeno izražavanje, pa ih nekolicina crta inspirirano anime stilom i piše *fanfictione*.³⁸ Pojedini ispitanici su gostovali i na TV-u, konobare u maid caféu, predaju japanski te su dio *lolita* subkulture, japanske subkulture orijentirane na modni stil inspiriran europskim povijesnim stilovima i nadograđen na različite kreativne načine. Jedan ispitanik navodi kako je od 2005. do 2010. godine aktualan bio i fanzin imenom *Yoshi* za koji je pisalo mnoštvo tadašnjih pripadnika, ponajviše članova *Crotaku* foruma.³⁹

Nekoliko ispitanika ne sudjeluju na navedene načine u subkulturi već su više pasivni sudionici koji odlaze na konvencije i projekcije.

Perasović (2001) navodi kako gotovo svaka subkultura sadrži dimenzije unutarnje strukture, odnosno pojedine „koncentrične krugove“. U prvom, najmanjem krugu, nalazi se „kreativna jezgra“ koja nosi stil subkulture. Zatim slijedi drugi krug u kojem se nalaze pripadnici koji se aktivno identificiraju sa scenom te treći krug

³⁸ Fanfictiononi uglavnom sadrže ili nadopune originalnoj radnji i dodatna objašnjenja ili je pak smještaju u posve različiti kontekst gdje likovi poprimaju drugačije karakterne i fizičke osobine. Odnosi između njih se mijenjaju, smješteni su na posve drugi kraj svijeta ili u drugačije vremensko razdoblje, veoma daleko od originalne radnje. Česte su i nerealne nadopune koje izražavaju želje pojedinih obožavatelja poput alternativnih završetaka ili romantičnog uparivanja likova. Black (2008) iznosi kako angažman u fanfiction zajednicama na internetu obožavateljima omogućuje kreativno izražavanje na temu najdražih serijala što uvelike razvija njihovu pismenost i literarni potencijal, a ukoliko pišu na jeziku koji im nije materinji, povratnim komentarima od strane čitatelja, i njega sve bolje savladavaju. Chandler-Olcott i Mahar (2003) pišu i kako se time razvija mašta te stječu i novi prijatelji, kako na internetu, tako i u stvarnom svijetu.

³⁹ Web stranice Yoshi fanzina: <http://yoshi.iugrina.com/> i Crotaku foruma: <http://forum.crotaku.net/>

pripadnika koji su također privučeni sadržajima, ali se ne uključuju u sve aktivnosti subkulture i s manjim intenzitetom sudjeluju u njezinom stvaranju i održavanju.

„Predajem, tj. volontiram. U osnovnoj školi u koju sam ja išao sam za djecu napravio tečaj iz japanskog jezika. Prvo ih uvijek pitam za anime i mangu da vidim tko ima interese ili tko je čuo za to, koga je zanimalo. S tim krenem predavanje jer moram vidjeti razumiju li oni da to dolazi iz Japana i zašto je to baš japansko, zašto Spiderman nije japanski crtani film i što je različito između Spidermana i, što svi viknu kad im kažeš „anime“, Yu-Gi-Oh!-a. Ja ne znam odakle im to, mislio bih da će svi viknuti Pokémoni, a njih se ili sjete zadnjih ili tek kasnije. Možda im način na koji su Pokémoni crtani nije toliko sličan Yu Gi-Oh!-u pa ih možda navodi na nešto drugo, a i sigurno nikad nisu čuli Pokémone na japanskom jer gotovo nitko nije čuo Pokémone na japanskom osim Japanaca.“

- Kyou, 29

„Imamo maid café koji organiziraju dvije djevojke kao zasebno događanje. Pridružio sam se jer mi je fakat izgledalo zanimljivo. Konobarimo, peremo suđe i sve to, budemo u osnovi usluga posjetiteljima, oni ti daju napojnicu, neki znaju dati i po 20 kn, al' daj ono, daš 5 kn po batleru i onda batler mora biti kraj tebe 20 minuta, masira te, priča s tobom i slično. Imamo cute maidove i batlere i meni je fakat super, jako volim raditi tamo.“

- Tompa, 18

Jedan ispitanik se prisjeća kako su izgledale neke od prvih projekcija u Zagrebu koje je počeo organizirati 2000. godine.

„Na početku nas je bilo užasno malo, ja mislim 4 ili 5 i svi smo se znali, tj. ja sam ih sve tamo doveo, ali onda je kasnije prostor bio popunjen. Malo po malo je to raslo i jedno vrijeme je baš bilo popularno, svaku subotu smo se nalazili, obično između 30 do 50 ljudi. To je išlo nekoliko godina, a kako još nije bilo brzog interneta međusobno smo razmjenjivali i spržene animee i posuđivali si mange.“

- Imaji Narigai, 37

Od svih ispitanika koji nešto organiziraju, gotovo nitko nije nalazio na probleme zbog činjenice da se nalazimo u Hrvatskoj. Problemi su uglavnom bili tehničke prirode, od zakazivanja projektora do promjene vlasnika prostora u kojem se događaj treba odviti ili osobe zadužene za program. Uglavnom svi prije organiziranja provjere klubove i prostore koji bi bili spremni ustupiti svoje usluge pa se time izbjegnu određeni ksenofobni komentari. Na probleme je nalazio jedino organizator *Yaoicon*a kojeg su zbog LGBT tematike konvencije odbili svi sponzori, što je samo jedna od stvari koje ukazuju na našu konzervativnu sredinu.

Još jedna aktivnost koju je potrebno istaknuti je fan-prevođenje, odnosno *fansub*. U Hrvatskoj je trenutno aktivna samo jedna fansub grupa, *Tanuki Subs*. Cilj joj je promicanje japanske animirane kulture u Hrvatskoj, a bavi se prevođenjem kratkometražnih i dugometražnih animea. Službeno je započela s radom 2011. godine, kao nasljednik stare fansub grupe, *ANBUHQ*. Trenutno sadrži samo dva stalna člana, ali se taj broj mijenja jer ljudi stalno dolaze i odlaze. Do sada su preveli trideset i sedam serijala i filmova, a još dva su u izradi. Prevode gotovo sve žanrove i na svaki od njih su ponosni, ali posebno ističu *Origin – Spirits of the Past* ili *Postanak: Duhovi prošlosti*, koji je prvi bio prikazan javno u jednom školskom razredu. Iako prevode preko engleskog jezika, svjesni su da se time gubi kvaliteta izvornog prijevoda pa kolega koji već više godina uči japanski redovito pregleda njegovu točnost. Što se tiče vremena koje je potrebno za fansub, navode kako u prosjeku na jednu epizodu od 24 minute otpada 40 minuta, do sat vremena, a tjedno na njega odvajaju nekoliko sati. Prijevod distribuiraju raznim *upload* servisima, suradnjom s *Anime Overdoseom* i ostalim stranicama susjednih zemalja te torrent stranicama. Putem Facebooka i bloga dobivaju dobre reakcije na svoj rad, a prema statistici, od početka rada do danas, blog im je bio posjećen 118 tisuća puta, najviše iz Hrvatske i okolnih zemalja. Za službene hrvatske prijevode i sinkronizacije imaju samo riječi hvale te smatraju kako su s prvim animeima koji su se prikazivali kod nas, poput *Pokémona*, *Digimona*, *Zmajeve kugle* i *Mjesečeve ratnice*, učinili izvrstan posao. Također, prilikom prevođenja nastoje prevesti što više riječi, odnosno lokaliziraju posebne japanske riječi (primjerice, *sake*) korištenjem raznolikosti hrvatskoj jezika ili ih pak prevedu malo opširnije, a ono što im najviše pridonosi zadovoljstvu je pomisao da netko iz Hrvatske možda baš prvi put gleda anime i to s njihovim prijevodom te upravo zbog njih nastavi produbljivati svoj interes za Japan. Smatraju i kako je unazad nekoliko godina došlo do naglog porasta javnih

okupljanja „otakuovaca“ te da se stereotipi postepeno ruše, uz najveće napredovanje cosplaya čijom su raznolikošću i uložnim trudom ljudi doista fascinirani.

Što se tiče načina na koji se održavaju odnosi u otaku subkulturi, njihov temelj se nalazi na internetu. Trenutno najveću ulogu imaju društvene mreže poput *Facebooka*, *Instagrama* i *Tumblr* te nešto manje forumi. Mnogi ispitanici se nalaze i uživo zato što su preko zajedničkog interesa postali prijatelji i na svakodnevnoj razini, što je sam interes za japanske pop-kulturne sadržaje stavilo u drugi plan. Također se nalaze i na konvencijama i na anime projekcijama. Najčešće teme razgovora su animei i mange koje trenutno izlaze, a vrijedni su pažnje, te likovi koje sadrže. Veoma su česte i međusobne preporuke, razgovori o konvencijama i događanjima, cosplayu, analize pojedinih epizoda, a dvije ispitanice iznose i kako se priča o yaoi žanru i *shippingu*, odnosno spajanju dva, najčešće muška lika, u romantične parove.

Oko postojanja svojevrsne hijerarhije u subkulturi vladaju različita mišljenja. Jedan dio ispitanika smatra da hijerarhija postoji jer ljudi koji nešto organiziraju uvijek imaju malo više utjecaja te smatraju kako najaktivniji pripadnici, na određeni način, i zaslužuju poseban status. Svaka generacija otakua ima zvijezde koje svi znaju, bili oni aktivni sudionici, vješti cosplayeri, oni s neiscrpnim znanjem činjenica ili poznavanja japanskog jezika, ili pak, s druge strane, oni ozloglašeni. Troje ispitanika smatra kako su upravo oni jedni od pripadnika koji nose poseban status. Navode razloge poput organiziranja projekcija, omraženosti zbog svađa s mladim pripadnicima koji tvrde da je pojedini anime najbolji na svijetu, bez da su pogledali išta drugo, zatim zbog cosplayanja i popularnosti njihove vlastite fan stranice na Facebooku. Jedan od njih navodi kako je popularan zbog svog izgleda, odnosno smatra da je u Hrvatskoj jedan od rijetkih koji doista znaju nositi japanske modne stilove i cosplay, a nije mu problem niti uređivati druge ljude.

Manji dio ispitanika tvrdi kako zbog relativno male zajednice nisu primijetili postojanje ikakve hijerarhije niti da ih ona zanima, dok nekolicina smatra kako je to samo zamišljena hijerarhija jer se više radi o imaginarnim samonametnutim statusima ili određenim grupacijama u kojima se nekoga postavilo na pijedestal. Jedan ispitanik zaključuje kako hijerarhija na kraju krajeva uopće nije važna, jer ako je pojedinac u subkulturi zbog animea, mangi, cosplaya i ostalih sadržaja, nije mu važno što će netko reći za njega i tko je on u odnosu na ostale pripadnike.

Što se tiče konvencija i događanja, na njih odlazi dvanaest ispitanika. *Pandakon* je daleko najpopularniji, a zatim slijede SFeraKon, konvencija znanstvene fantastike

koja se održava na FER-u, Dracon koji se održava u Dubrovniku i Makkon koji se održava u Sloveniji. Osim njih, spomenuti su još i odlasci na Chibicon, Istrakon, Yaoicon, Panicon, Rikon, CroTaku Fest, zasebna događanja poput maid i cosplay caféa te na londonsku konvenciju, Comic Con.

Pandakon je prva prava hrvatska konvencija koja se bavi promicanjem azijske kulture, s naglaskom na Japanu. Prvi Pandakon se održao 2012. godine, trajao je jedan dan i pokazao se veoma uspješnim. U glavnoj organizaciji se trenutno nalazi petero ljudi, ali je uvijek prisutan i određeni broj volontera. Prošle, 2015. godine, Pandakon je trajao dva dana i ostvaren je rekordan broj posjetitelja od preko tisuću ljudi, što je pokazatelj kako iz godine u godinu broj zainteresiranih raste. Posjetitelji su različite dobi, od tri do preko pedeset godina, što otaku subkulturu ne bi moglo svrstati u još jednu kulturu mladih. Dolaze obitelji s djecom, učenici, studenti, dio ih je privučen popularnijim sadržajima i cosplay zajednicom, dok drugi dolaze zbog tradicionalnog dijela azijske kulture.

„Pandakon je sad već klasično kao konvencija podijeljen na dva dijela: multimedijalni/zabavni i tradicionalni dio. Multimedijalni dio donosi anime i igrane projekcije, kvizove, karaoke, igraonice, ples i cosplay natjecanje, a tradicionalni se više okreće predavanjima i radionicama (primjerice, origami radionice, predavanja o japanskoj kuhinji i slično). Usudili bismo se reći da je osobiti hit među posjetiteljima cosplay natjecanje jer se tada uvijek najviše ljudi nagura u dvoranu.“

Pandakon ostvaruje i suradnju s Makoto hrvatsko japanskim društvom, Ichidan udrugom koja promiče japansku multimedijalnu kulturu, Konfucijevim institutom, Origami hrvatskim društvom, Igo udrugom, Igranje.org-om, raznim klubovima borilačkih vještina te s kolegama iz Slovenije koji su na konvenciji sudjelovali s Playstation igraonicom i anime štandom, a trenutno se gleda i na suradnju s Japanizmom koji organizira udruga Sakurabana iz Beograda. U svrhu medijske zastupljenosti, surađuje se i s TV Studentom, Radiom 808, 24sata te s Turističkim uredom grada Zagreba.

Troškove organizacije pokrivaju sami organizatori, uz zaradu koja im ostane od ulaznica nakon isplate najma prostora, opreme i ostalog, a kao najveći problem pri organizaciji navode „zapatljanost hrvatske birokracije i hrpu zakona“.

Na Pandakon svake godine putuju ljudi iz cijele Hrvatske, a organizatori primjećuju kako se njihov broj doista povećava, na što ukazuje i prošlogodišnji broj posjetitelja.

„Otaku subkultura je vrlo živa i ponekad imamo osjećaj da se samo povećava. Jednom je jedan posjetitelj šaljivo rekao: „Kad nam date šansu, izaći ćemo iz svojih mišjih rupa“. Malo nas je nasmijalo, ali istinito je u tom dijelu da ako se napravi konvencija kao Pandakon, ljudi će doći jer će se osjećati ugodno, u okruženju ljudi koji vole iste stvari kao i oni.“

Ispitanici na konvencijama najviše vole druženje, a zatim predavanja. Slijedi cosplay natjecanje te karaoke, projekcije i igrače konzole. Spominju se još i radionice, kvizovi, štandovi koji prodaju različite anime stvari ili kreativne rukotvorine te kulturni sadržaji i ples.

„Primijetila sam da je mnogim ljudima zabavan Pandakon, dođu samo radi druženja s drugim ljudima, dok ja prvenstveno ne idem na conove toliko zbog druženja, jer znam da ljudi s kojima ću se družiti tamo, s njima se družim i inače. Idem prvenstveno ili kupiti nešto ili odslušati neko predavanje, eventualno sudjelovati u nekom turniru, ali ako nema dovoljno toga, onda mi con nije zanimljiv.“

- Senpai, 23

„Zanimljive su mi stvari koje povezuju ljude, karaoke, Just Dance i općenito upoznavanje novih ljudi. Neke od svojih best frendova sam upoznao upravo na konvencijama zato što sam hodao uokolo i gledao što ima, i onda ti netko dođe, upadneš u priču i nakon tri godine se još uvijek družite i dopisujete. Uglavnom mi je druženje najbitnije na konvencijama.“

- Matsu, 23

„Idem na maid café i mislim da bi ljudi trebali ići tamo zato što je super. Par cura se trudi, odjenu se u maid stilu i ispeku kolače, muffine. Možeš naručiti i sokiće, instant ramen, a pušenje je zabranjeno unutra jer je tamo hrana. Uglavnom, nešto

slatko, traje par sati i ljudi se druže, doslovno ako hoćeš popiti kavu ili nešto. Ukratko, otaku zajednica u malom.“

- Christina, 26

Od troje ispitanika koji ne idu na konvencije i događanja, jedna ispitanica ih ne posjećuje jer se osjeća nelagodno među gomilom ljudi, a jedan ispitanik više nije toliko zainteresiran za popularnije sadržaje već prvenstveno za učenje jezika. Treći ispitanik pak sumnja u kvalitetu hrvatskih konvencija i događanja.

„Zamišljam da će tamo svi imati loše perike i školske uniforme za sto kuna. Da sam u nekom velikom gradu koji tako nešto organizira, tipa da sam u Tokiju za vrijeme one otaku konvencije gdje ljudi prodaju svoje doujinshije, na to bih vjerojatno otišao, zanimalo bi me. Tako da, da mislim da je dobro, otišao bih, ali ne vjerujem da će biti bolje, jer neke stvari se razvijaju, na primjer, tržište igara, imamo više love, imamo više tehnologije, kupujemo više igara, više smo digitalni i naravno da će takav sajam biti svake godine sve veći i veći, a baš da će se interes za Japan povećavati tijekom godine, ne vjerujem.“

- Nagisa, 24

Gotovo se nijedan ispitanik ne ponaša različito za vrijeme konvencija i svakodnevice. Uglavnom navode kako se malo drugačije ponašaju jedino kad su u cosplayu jer se onda moraju uživjeti u lika, dok jedan ispitanik iznosi kako se u svakodnevici mora malo suzdržavati jer na konvencijama postane izrazito hiperaktivan. Samo jedan ispitanik navodi kako se za vrijeme konvencija i događanja ponaša izrazito različito odvajajući ta dva dijela svog života.

„S obzirom na to da ljudi s kojima se družim i inače znaju za tu moju stranu i taj moj interes, ne ponašam se previše drugačije. Također i kod mog posla, ljudi s kojima radim znaju za to tako da nikome nije ništa previše čudno. To je samo jedan od mojih interesa koji mene ne ometa u mom poslu niti u mojoj svakodnevici, ali s druge strane, kad sam na konvenciji, ipak se mogu malo više opustiti i malo više pričati o tome, i pjevati, iako ne znam pjevati.“

- Hanji, 25

„Neki dan mi je lik na šalteru u plinari rekao da imam izrazito japanski stil oblačenja. Nemam sad neki drugačiji alter-ego koji se pojavljuje na konvencijama, jednostavno se ponašam ful prirodno i radim što hoću.“

- Senpai, 23

„Ja sam uvijek ista. Ne znam za druge ljude, ali brbljam, tu sam, derem se, pogotovo onaj dio „derem se“. Nemam razloga glumiti nešto što nisam. Iako, može se primijetiti da neki ljudi vole poprilično nabaciti nekakav attitude, tu su si pa su si glavni, ali meni to ne igra neku ulogu.“

- Christina, 26

„Ponašam se jako različito. Kad sam u cosplayu imam periku, šminku, izgledam većinu vremena savršeno, osim ako ne napravim fail od sebe, a kad znaš da izgledaš savršeno i kad si okružen ljudima koji te kuže, zabavno je, dosta sam otvoren, kul sam si, sam sam sebi neki ideal, tu sam za ljude, pristupačan sam i to mi je jako bitno, dok sam u stvarnom životu tih i ne komuniciram baš nešto pretjerano. Ne volim niti s ljudima s conova komunicirati kad nisam u cosplayu. Jednostavno ne želim spajati ta dva života i ne komunicira mi se bez cosplaya jer se ne osjećam sigurnim u sebe.“

- Dimitri, 22

Osim popularnih sadržaja, većina ispitanika je zainteresirana i za ostale aspekte Japana. Na prvom mjestu se nalazi jezik za kojeg je zainteresirano deset ispitanika. Zatim slijede kultura na općenitoj razini, povijest i glazba pa kuhinja i oblikovanje prirode u koje spadaju japanski vrtovi, bonsai i ikebana. Spominju se i origami, kaligrafija, teatar, religija, filmovi, pismo, borilačke vještine, samuraji, hramovi, životinje te japanski način života općenito i njihov sustav vrijednosti.

Svi ispitanici tvrde kako je japanski pop-kulturni sadržaj bogat odgojno-obrazovnim potencijalom i da se kroz njega može naučiti jako puno o Japanu. Manion (2005) smatra kako je gotovo nemoguće putem sudjelovanja u anime i manga fan zajednicama ne doći u kontakt s japanskom tradicionalnom kulturom i ne poželjeti je istražiti barem u određenoj mjeri. Na taj način mnogi otakui šire svoj interes i na ostale aspekte Japana. Kroz anime se može naučiti jako puno jezika, povijesti i kulture te japanskih običaja, a kako se radi o popularnim sadržajima, može se dosta naučiti i o

današnjem japanskom društvu te njihovom načinu razmišljanja. Takav sadržaj može služiti kao jako dobar uvod u bavljenje Japanom, a ujedno i općenito rađa i proširuje interes za njega.⁴⁰

„Prvenstveno mislim da sam pokupila dosta širok vokabular iz animea samim slušanjem i onda se to pokazivalo kad sam bila na tečaju japanskog jezika. Također je, naročito kod slice of life animea, dosta uobičajeno da imaju tu i tamo neke crtice iz japanske kulture koje se mogu pokupiti i onda shvatiš da je to nešto što se tamo dešava, počevši od običaja poput zvonjenja za Novu godinu, vatrometa i festivala. Svaki slice of life ima te neke momente ili čisto neke male sitnice iz kulture. Na primjer, kako se ponašaju na kasi i kako daju sitniš natrag, tako da se može dosta toga pokupiti ako se obraća pozornost.“

- Senpai, 23

„Prije nego sam znala da je anime japanski, nisam uopće razmišljala o Japanu, ali kako sam sve više gledala anime, onda sam i naučila neke stvari, pogotovo iz nekih polu-povijesnih animea. Jednostavno vidiš neke stvari, ne znaš što vidiš, ali kad ideš malo dublje istraživati, pogotovo kad na japanologiji naučiš neke stvari iz povijesti i književnosti, tada možeš povezivati.“

- Midori, 31

„Ima jako puno popularne glazbe koja je napisana gotovo u haiku formama kroz što definitivno, ako pročitaš dovoljno pjesama, možeš naučiti jako puno japanskog, više nego što možeš kroz anime.“

- Kyou, 29

Na upit koliko taj specifični interes utječe na njihovu svakodnevicu te kakav je utjecaj izvršio na njihove stavove i razvoj identiteta, ispitanici nude veoma raznolike odgovore. Mnogim ispitanicima je taj interes važan na svakodnevnoj razini, svaki dan

⁴⁰ Robbins (2014) smatra kako animei i mange mogu pomoći i u savladavanju širih tema poput znanstvene fantastike, ekologije, odnosa čovjeka i prirode, rata, samosvijesti i ostalog, a umjesto korištenja isječaka iz filmova kao nastavnog pomagala, nastavnik može iskoristiti i isječak iz animea kako bi potaknuo diskusiju.

gledaju anime i igraju igre, uz njih se opuštaju, ali i pronalaze inspiraciju za rad i kreativno izražavanje, ponajviše crtanje. Taj interes im je otvorio novi svijet, saznali su mnogo novih stvari i počeli preispitivati vrijednosti vlastite kulture. Neki od ispitanika i u svoju svakodnevicu ubacuju elemente japanske kulture poput japanskih modnih stilova, japanske kuhinje ili sitnica poput jedenja štapićima.

Što se tiče promjena u identitetu i stavovima, ispitanici uglavnom navode kako su postali otvoreni prema različitostima, dok ih dio tvrdi da je ta otvorenost ipak dio njihove osobnosti te da bi bili takvi i da se nisu susreli s japanskim pop-kulturnim sadržajima. Nadalje, čak četvero ispitanika iznosi kako su putem njih otkrili različite tipove seksualnosti, naučili prihvatiti svoje vlastite sklonosti, kao i prigrlili svoju transrodnost. Usvojili su i određene japanske manire, razvili poštovanje prema drugima, osobito starijima, te se naučili nositi s različitim težim životnim situacijama. Utjecaj se izvršio i pri odabiru buduće karijere, tako da je nekoliko ispitanika upisalo slobodni studij japanologije na Filozofskom fakultetu.⁴¹ Jedan ispitanik je shvatio da želi raditi animaciju, drugi se već bavi modnim dizajnom i ima vlastiti brend inspiriran japanskom uličnom modom, dok treći želi biti profesionalni cosplayer i svakodnevnim radom na kostimima navodi kako mu to više nije samo hobi, već rad za buduću karijeru.

„Čim se upoznaš s bilo kojom drugom kulturom, automatski je uspoređuješ sa svojom. Kad imaš dva različita sistema vrijednosti samim time dolaziš u poziciju da ne vidiš više svoj sistem vrijednosti kao apsolutan i ispravan jer čim postoji nešto drugo, a ljudi su uvjereni da je to njihovo ispravno, dolaziš u poziciju da važeš što je zapravo smisljeno.“

- Senpai, 23

⁴¹ Početkom dvadeset i prvog stoljeća uvelike se promijenio tip studenata zainteresiranih za Japan. U prošlosti je učenje japanskog jezika privlačilo studente zainteresirane za japanski ekonomski rast i načine poslovanja, a danas su oni primarno zainteresirani za japansku kulturu (Manion, 2005), uključujući i pop-kulturu, te su motivirani željom da jednog dana čitaju mange u izvornom obliku (Kelts, 2006). Manion (2005) iz iskustva navodi kako studenti koji počinju učiti japanski jezik zbog ljubavi prema animeu uglavnom prestaju nakon nekoliko semestara zato što se on pokaže težim i zahtjevnijim nego što su očekivali. Samo izrazito predani obožavatelji ili studenti koji ganjaju karijere vezane uz Japan nastavljaju s učenjem japanskog jezika na višim razinama.

„Japan i sve to, to je moj život. Što se tiče svjetonazora i svega, meni se to užasno sviđa. To je ono kako ja dišem i kakva želim da bude i Hrvatska. Našao sam svoj identitet, što želim, kako želim izgledati, razmišljanje isto, da je normalno da muškarac vodi računa o sebi. Kako se bavim modnim dizajnom, sve je povezano. Uvijek crtam u tom stilu, Japan inspirira moj rad i sve što radim.“

- Mintae, 23

„Definitivno sam otvoreniji za bilo što, meni je tako nebitno i svejedno koje je tko vjere, nacionalnosti, boje kože, mene samo zanima kakav je taj netko osoba, ide li mi na živce ili ne, hoće li me iskoristiti ili me neće iskoristiti, ali da smo mi otakui općenito otvoreniji, ja bih rekao da jesmo, u velikoj većini.“

- Imaji Narigai, 37

„Interes za anime mi nije toliko svakodnevno važan, ali ako kažem da se to isprepliće s interesom za Japan, interes za Japan mi je bogovski važan. Mislim, zadnje dvije godine nisam išao na pravi faks jer sam jednu podredio tome da završim japanologiju, a drugu sam podredio tome da idem u Japan. Ove godine radim, da bih štedio, da opet idem u Japan.“

- Nagisa, 24

„Anime mi je kao malo bio odušak od neimanja prijatelja. U osnovnoj školi sam imala jako puno izvannastavnih aktivnosti, ful sam puno vremena provodila u tim stvarima, ali u srednjoj školi nisam imala nijednu. Išla sam u drugu županiju u školu i od mene se očekivalo da nakon nastave krenem na vlak i idem doma i jednostavno mi je falilo da nešto radim, pogotovo jer sam malo hiperaktivna i onda je ispalo da se uz crtiće mogu smiriti. Naučila kako, bez obzira na svoju hiperaktivnost, mogu normalno sjediti i imati koncentraciju nad nečim. Zapravo, nemam period gdje nisam gledala anime od kad sam počela, tako da je vjerojatno utjecalo na mene da budem takva kakva jesam.“

- Midori, 31

„Definitivno je došlo do promjene u mom identitetu, najviše na razini seksualnosti. A na ostalim razinama mislim da sam počela više cijeniti ljude koji imaju poštovanja prema starijima i poštovanja prema drugima općenito, jednostavno kao da više cijenim pristojnost. I recimo, neke stvari iz japanske kulture ostaju sa mnom i kad idem u normalan svijet, kad završi taj anime.“

- Hanji, 25

Budući da se za otakue često smatra kako ne znaju razlikovati stvarnost i fikciju, ispitanike sam upitala i predstavljaju li im japanski pop-kulturni sadržaji svojevrsan bijeg od stvarnog svijeta. Njih jedanaest odgovara da u određenoj mjeri predstavljaju te da takvi sadržaji i imaju takvu svrhu. Žele se izgubiti u nestvarnom svijetu i opustiti, pobjeći od svakodnevnih problema i zaboraviti na njih, oslobađajući svoj ideal i mogućnosti. To je njihova mala oaza kad nemaju volje za druženjem, ali iako navedene stvari na prvi pogled zvuče veoma apstraktno, ispitanici su većinom svjesni kako bijeg od problema može biti negativan te da se s njima ipak trebaju suočiti.⁴²

Oni ispitanici koji tvrde da ne bježe od stvarnosti navode kako je to samo jedan od njihovih interesa i stil zabave, a jedan ispitanik ističe kako mu taj interes baš dodatno olakšava da se istakne u stvarnom svijetu i svakodnevicu.

„Ja to kod sebe zovem nedjeljnim sindromom. Nedjelje su često jako depresivne, pogotovo zimi, jer se ništa ne događa, nema zvukova na ulici i onda mi se, kad se moram naći s nekim na kavi, par puta dogodilo da stvarno nisam imao volje nego sam ostao doma i upalio Howl's Moving Castle kojeg sam pogledao milijun puta, ali nema veze. Stvoriš si neku malu oazu u kojoj si ti taj film i staviš svoje probleme sa strane i baviš se problemima koje imaju ljudi u animeu.“

- Matsu, 23

⁴² Evans (2001) navodi kako „zdravi“ eskapizam ne mora nužno imati negativne posljedice, ali da ih onaj „nezdravi“ poput odgađanja, ovisnosti i neodgovornog ponašanja može imati i za pojedinca i za širi krug ljudi. Evans spominje kolekcionarstvo i katalogiziranje koji se veoma lako mogu povezati s aktivnostima otakua. Kolekcionarstvom mangi ili figurica otakui stvaraju osjećaj vlastite vrijednosti i nadmoći te nadograđuju svoj identitet. Za katalogiziranje kao primjer može poslužiti stranica „My Anime List“ gdje korisnici mogu pretraživati, razvrstavati i ocjenjivati animee i mange koje su pogledali/pročitani ili one koji/koje su im tek u planu.

„Ja, kao osoba, imam tendenciju bježati od stvarnog svijeta i anime, a pogotovo fanfiction, su jedan od načina na koji ja to uspijevam jer, stvarno, kad gledam anime, ja zaboravim na to što se događa oko mene, što se događa s poslom i općenito sa svijetom. Jednostavno mogu ući u taj nestvarni svijet koji je dovoljno blizu stvarnom i dovoljno daleko od stvarnog svijeta da se te dvije perspektive ne moraju boriti u mojoj glavi. Iako, to je definitivno i negativna stvar, jer se onda ne nosim s problemima s kojima bih se trebala nositi, nego bježim od njih u fikciju, ali, realno, svaka fikcija ima tu svrhu.“

- Hanji, 25

„Katkad možda malo zanemarim neke stvari, ali trudim se da ne zanemarujem ono važno u životu, zato što ipak ono, život ide, ali opet ne želim zanemariti niti taj otaku dio sebe, tako da, ajmo reći, trudim se balansirati.“

- Christina, 26

„Biti cosplayer, to je stvarno jedan poseban drugi svijet, to nije ova stvarnost, kad se baš jako baviš s tim onda to skužiš. Na primjer, jedna cura koja sad živi u Japanu, ona sad cijelo vrijeme živi u tom svom svijetu i zarađuje od toga. Ti živiš stvarno jedan drugi život, malo se vratiš u stvarnost, platiš si račune, ali ostalo vrijeme ti si taj lik i uživaš. Jednostavno živiš neku fantaziju.“

- Dimitri, 22

„Više ne bježim od stvarnosti. Jako dugo jesam, prvenstveno dok sam bila na otoku koji je jako mala konzervativna sredina. Nisam imala društvo, imala sam ljude s interneta koji su opet bili ekipa s Crotaku foruma i non-stop bi gledala anime jer nisam imala što drugo za raditi. Ali danas nije tako, imam tu ljude s kojima se družim i širi spektar stvari kojima se mogu baviti.“

- Senpai, 23

„Nije toliko da bježim, koliko otvaram sve što bih stvarno radio, sve svoje mogućnosti. Mogu osloboditi sebe.“

- Tompa, 18

„Meni to zapravo pomaže da se istaknem u društvu. Svi na mom fakultetu, profesori, znaju da me to interesira i to je njima super zato što sam jedini na fakultetu koji tako razmišlja, tako izgleda i crta u tom stilu. Uvijek se izborim za ono što me interesira, tako da meni to uopće ne predstavlja prepreku, već me ističe od drugih.“

- Mintae, 23

„To je jedan od mojih interesa, kao što mi je i crtanje jedan od interesa, ili poezija, mene to zanima i ja se s tim bavim u svoje slobodno vrijeme, ali ako imam problem popričat ću s nekim od frendova, a neću se zabiti doma i gledati anime naredna tri dana ili tako nešto.“

- Angie, 26

Što se tiče prihvaćanja ovog specifičnog interesa od strane prijatelja i obitelji pojedinih ispitanika, nitko nema negativna iskustva. Prijatelji koji nisu u tome uglavnom razumiju i prihvaćaju, nekima je čak i zanimljivo, dok pojedini ispitanici uglavnom imaju „anime krug prijatelja“. Nekoliko ispitanika navodi kako je nekim njihovim prijateljima ponekad malo neugodno, ne razumiju o čemu se radi i pomalo im je bezvezno, ali bi se jako rijetko desilo da su ih osuđivali.

Kod šestero ispitanika su roditelji odmah prihvatili taj interes, a neki su čak i sami gledali anime, dok drugih šestero iznosi kako njihove roditelje uopće nije briga za taj njihov interes i puštaju ih da rade što žele. Ostatak navodi kako su im roditelji veoma konzervativni i uglavnom im nije jasno o čemu se radi, ali ih to ujedno ne brine. Kod nekih su roditelji u početku bili protiv, uz komentare da je to za djecu, glupost i gubljenje vremena te da treba odrasti i pronaći pravi posao, ali su zatim počeli prihvaćati, podržavati i financirati taj hobi.

„Što se tiče obitelji, u srednjoj sam već otvoreno imala kolekciju figurica na polici što je, primijetila sam, nekim ljudima bilo jako bed jer kao što će mi roditelji reći da tu imam neke male plastične curice na polici, ali moji mi nisu zbog toga radili neke probleme. Starog nije bilo briga, a stara je odavala jedan izrazit stav da su to gluposti i da je to gubljenje vremena.“

- Senpai, 23

„Obitelj je malo smiješna. Kad sam tek počeo učiti jezik i kad bih proveo 12 sati pred kompjuterom učeći što god bi htio, bio sam neki hikikomori u to vrijeme, jer praktički sam bio na neki način opsjednut s učenjem japanskog jezika i općenito učenjem. Govorili su mi da što toliko učim, što će mi to sve, da je Japan tako daleko, da što ja znam o tome i tako dalje, do današnjeg tapšanja po ramenu, „super si“, „odlično si to napravio“, „kako si ti to sve lijepo predvidio“. Nisam ništa predvidio, nego sam radio što volim, ništa drugo.“

- Kyou, 29

„Prijateljima koji nisu otaku, nekima je to bezvezno, uopće ne razumiju, a nekima se čini zanimljivo nešto pomalo čudno. A roditelji, moja mama je prvo bila protiv toga, ali onda je tata vidio da je to meni važno i da me to zanima i onda je on rekao da zašto ne bih cosplayala, kupio mi je kostim i podržavao me u tome. Mama je to sad prihvatila, ali ona je odrasla drugačije i njoj je to sve čudno, nepoznato i novo.“

- Silver Princess, 25

„Što se tiče moje obitelji, oni su dosta konzervativni. Kad smo bili mali gledali smo svi zajedno Pokémone i to im je sve bilo okej jer je to bilo sinkronizirano pa nismo toliko niti ulazili u to, ali sad im recimo nije jasno zašto mene zanima Daleki istok, zašto mene zanimaju te kulture i zašto gledam crtiće s 25 godina, ali mislim da ih to previše ne brine. Iako, oni jesu dosta konzervativni i to je jedan od aspekata s kojima sam se isto morala malo suočiti, jer su oni dosta, u biti, rasisti. Ne znam kako da to ljepše izrazim jer je tako.“

- Hanji, 25

„Moj tata je svaki put kad je bila Sailor Moon na televiziji, došao, napravio si sendvič, stao pokraj mene...i ono, osjećaš kako tata stoji pokraj tebe, jede taj sendvič i onda samo govori „Ah, Sailor Munjena, Bože moj, pa kaj ti to gledaš, pa kak' ti to nije dosadno, pa kaj je ovo, pa kaj je ono...“, a ti si onako „Daj šuti da mogu gledat!“ Al' svaki put samo na Sailor Moon! Ja sam sigurna da je on zapravo htio vidjeti crtić i to je bilo to.“

- Midori, 31

Što se tiče situacije u Hrvatskoj, nekoliko ispitanika smatra da japanski pop-kulturni sadržaji postaju sve popularniji. Drugi ne znaju procijeniti jer se radi o veoma maloj zajednici, a ne postoji niti gotovo nikakva zastupljenost u hrvatskim medijima. Objavi se svega nekoliko članaka godišnje i to većinom o stvarima koje bi se u našoj kulturi smatrale čudnima, poput ekstremnih primjera obožavatelja koji žele izgledati poput anime likova ili pak onih koji stupaju u brak s anime jastucima.⁴³ Ukoliko se piše o animeu, uglavnom se piše o Miyazakijevim filmovima, koji se redovito nađu i na popisima preporuka pojedinih animiranih filmova.⁴⁴ Jedna ispitanica navodi kako u Hrvatskoj postoji određena zaludenost Miyazakijevim filmovima, smatraju ga vrhuncem japanke animacije i nitko se ne želi maknuti dalje od njega. Nadalje, ponekad se anime prikazuje i na Animafestu, ali su to većinom filmovi koji veoma odudaraju stilom pa se često teško može prepoznati da je u pitanju anime. O mangama se pisalo gotovo jedino 2008. godine u vrijeme kada ih je Algoritam počeo izdavati na hrvatskom jeziku. Senzacionalističkim naslovima se najavljivala revolucija stripa, ali su nakon završetka tiskanja početnih serijala, prestali s prevođenjem i izdavanjem.⁴⁵ Cosplay se u medijima počeo pojavljivati tek nedavno, iako već duže vrijeme postoji na konvencijama poput SFeraKona koji već dugi niz godina veoma uspješno organizira cosplay natjecanje, no ono nije orijentirano isključivo na likove iz japanskih pop-kulturnih sadržaja.⁴⁶ Osim navedenog, mediji spominju i japansku modu, predstavljajući je uglavnom kao nešto šareno i kreativno.⁴⁷

⁴³ <http://www.index.hr/black/clanak/sve-za-animetransformaciju-fukkacumi-tezi-samo-38-kilograma-a-sprema-se-i-na-operaciju-ociju/639488.aspx> ili <http://www.index.hr/black/clanak/ludi-korejca-ozenio-jastuk/479877.aspx>

⁴⁴ 2003. godine, Nacionalov novinar posjetio je Miyazakijev studio Ghibli i u sljedećem članku opisuje svoje iskustvo: <http://arhiva.nacional.hr/clanak/13340/studio-autora-najboljih-svjetskih-animiranih-filmova>

⁴⁵ Primjer jednog senzacionalističkog naslova: <http://www.poslovni.hr/after5/manga-stripovi-osvajaju-hrvatsku-91453>

⁴⁶ Neki od članaka o cosplayu izašli 2016. godine: <http://20minuta.hr teme/tajne-ljudi-koji-se-oblace-u-junake-iz-igrice/64360/>, <http://www.vecernji.hr/techno/thorin-hrastostit-osvojio-prvu-zagrebacku-fantasy-konvenciju-1091758> i <http://www.vecernji.hr/poceo-38-sferakon-velika-konkurencija-za-najbolji-cosplay-1084366>

⁴⁷ <http://she.hr/tko-su-kawaii-djevojke/>

„Mislim da u hrvatskim medijima nije dovoljno zastupljeno i kad sam pročitao jedan članak u vezi Dana Japana koji se održava u Mimari, to je sve opisano kao da je u pitanju neki fanatizam, tako mi je zvučalo. Da sam ja to čitao i da sam ja osoba koja nije u tom svijetu, ja bih pomislio „Vid' ovih luđaka!“, tako da mislim da hrvatski mediji zasad negativno utječu na to.“

- Matsu, 23

„Dječje programe, naravno, ne gledam, ali nisam primijetila da više ima animea koje je vrijedno pogledati. Tipa Dragon Ball, ja bih to danas pustila klincima jer ipak ima neku kvalitetnu poruku, ali mislim da ovo jednostavno nije pogodno tržište za takvo nešto, premali broj ljudi je zainteresiran da bi ovdje bio neki potencijal za razvijanje tog nekakvog tržišta. Jednostavno, taj naš narodni mentalni sklop još nije spreman za takvo nešto.“

- Maro, 24

„Također bi se po tinejdžerskim časopisima moglo više pisati. Anime ne cilja nužno samo na tinejdžersku publiku, no oni nekako najlakše ulaze u te subkulture, to je vrijeme kada ljudi traže nove interese pa je nekako najbolje za prezentiranje takvog nečeg drugačijeg.“

- Angie, 26

„Bila sam jedanput na intervjuu za TV. Kao Sailor Venus sam osvojila drugo mjesto na cosplay natjecanju na Pandakonu i intervju je bio u vezi cosplaya i o japanskoj kulturi općenito. Pustili su na kraju vrlo kratak prilog, srezali su nas dosta. Puno su snimali, a na kraju su nas samo prikazali kako govorimo koji smo lik, nisu nas ništa pitali jer na kraju kao nisu imali vremena, iako su trebali pitati. Onda je bio još jedan intervju i mislim da taj prilog na kraju nisu niti prikazali. Ispitivali su nas sasvim drugi novinari od onih s kojima smo se dogovarali i oni nisu znali što da nas pitaju jer su si oni to zamislili skroz drugačije.“

- Silver Princess, 25

„Mislim da je sve dovoljno dobro zastupljeno, možda bi jedino bilo bolje da ima više jer bi trebalo klince naučiti da ne izruguju klince koje zanimaju drukčije stvari.“

Jednom je na onu Facebook grupu „Hrvatski anime i manga fanovi“ došla mama koja ima dijete koje to voli, ali ga vršnjaci baš ne prihvaćaju, izruguju ga, tako da je doslovno samo stvar u tome da ljudi to trebaju malo bolje prihvatiti.“

- AoiMerin, 22

Uz siromašnu i neadekvatnu zastupljenost u medijima, ispitanici su nezadovoljni i hrvatskom ponudom proizvoda vezanih uz određene anime i manga serijale. Situaciju ocjenjuju jako lošom, a čak i ako se nešto može kupiti, poput mangi ili figurica, one su preskupe, tako da ih svi ispitanici kupuju putem interneta. Robbins (2014) smatra kako bi knjižnice trebale biti te koje osiguravaju dostupnost anime i manga klasika u svrhu interdisciplinarnih i komparativnih studija. Navodi kako se u gotovo svakoj gradskoj knjižnici SAD-a, kao ogledala interesa zajednice, može pronaći kolekcija animea i mangi. U sveučilišnim knjižnicama to i dalje nije slučaj iako je u zadnjih par godina primjetan rast popularnih sadržaja i u njihovim zbirkama. U Hrvatskoj se mange koje su prevedene na hrvatski jezik mogu pronaći u zagrebačkim knjižnicama, a nekoliko ih sadrži i zbirka knjižnice Filozofskog fakulteta.

Što se tiče postojanja i stvaranja određenog tržišta, dvoje ispitanika navodi kako je prije nekoliko godina zagrebačku Akademiju likovnih umjetnosti posjetila delegacija japanskih producenata u svrhu ispitivanja tržišta i uspješnijeg plasiranja animea u Europu. Postavljali su pitanja o navikama Hrvata pri kupovanju anime DVD-a, gledanju animea u Hrvatskoj, kakav je interes na općenitoj razini i slično. Također, razmišljali su da naprave anime koji je sadržajem i temom bliži nama, Europi ili Americi, ali im je auditorij rekao da to ne žele, već da žele sadržaje vezane uz japansku kulturu, što ih je ostavilo pomalo zbunjenima. U odnosu na SAD i pojedine europske zemlje, Hrvati imaju veliku svijest o tome da anime dolazi iz Japana. Zbog sinkronizacije, Amerikanci često ne znaju njihovo podrijetlo, niti ih ono zanima, dok su Hrvati na određeni način izrazito svjesni te komponente.

Nadalje, nasuprot nezadovoljstva medijima i nedostupnosti proizvoda, ispitanici su uglavnom zadovoljni količinom konvencija i događanja i smatraju da se organizatori doista trude. Navode kako je puno veći problem u lošoj organizaciji i neoriginalnim sadržajima jer ima previše malih konvencija koje sve odreda nude jednake sadržaje ili su veoma siromašne njima pa često više nalikuju na kojekakva privatna druženja.

„Trenutno fakat ima previše događanja i konvencija. Bolje da se manje organiziraju nove, a više radi na postojećima, tipa Pandakonu, da bude još bolji, da dulje traje i da se jednostavno pokrije više sadržaja, jer kad imaš nešto svaki mjesec, postane dosadno, a kad imaš jednu konvenciju godišnje, možda dvije, to postaje iščekivanje.“

- Tompa, 18

„Napredujemo lagano, ali imam osjećaj da je s Hrvatima općenito problem što se samo žalimo, a ništa ne poduzimamo. Isto tako je i ovdje, žalimo se da nema dobrih konvencija, a nitko neće poduzeti ništa, ili pak imaš konvenciju koja ti ne nudi ništa posebno nego konvencija prije tjedan dana. Također, dosta tu ulogu igra i karakter, pas i mačka se nađu i idu zajedno organizirati nešto.“

- Matsu, 23

Što se tiče stereotipa o otaku subkulturi i njezinim sadržajima koji vladaju u hrvatskom društvu, najveći broj ispitanika navodi kako ljudi uglavnom smatraju kako su oni koji se time bave djetinjasti i nezreli te pomalo ludi i čudni. Nasuprot nezrelosti, smatraju ih i perverzima te animee i mange definiraju isključivo kroz hentai žanr, odnosno nacrtanu pornografiju ili pak navode kako oni sadrže samo „curice“ i nasilje.⁴⁸ Neki čak tvrde kako Hrvati misle da se radi o crtanim filmovima iz Kine koji su posve nekvalitetni i beskorisni.

Nadalje, pripadnike karakteriziraju i kao osobe lošeg izgleda koje imaju problema s kilažom i nose naočale te po cijele dane provode na računalima zato što nemaju prijatelje u stvarnom svijetu, a sobe su im pretrpane anime i manga proizvodima. U pitanje se dovodi i njihova inteligencija te stupanj obrazovanja, kao i seksualne sklonosti prema nacrtanim likovima i maloljetnicima.

⁴⁸ Jedan ispitanik navodi možda i prvo susretanje Hrvata s hentai žanrom:

„Bilo je negdje 1989. ili 1990. godine, u našim kinima je bio onaj anime Urotsukidouji zato što je to te godine bio najgledaniji film u Japanu, a tako se i reklamirao kod nas. Normalno, bio je za odrasle i reklamirao se ful kasno navečer. Sjećam se da kad sam vidio tu reklamu, da sam htio to gledati, ali tad sam imao tipa 11-12 godina pa nisam mogao, ali kasnije sam uspio nabaviti jer su izdali na video kazeti s nevjerojatno maštovitim nazivom „Seks 3000-te godine“.“

- Imaji Narigai, 37

Četvero ispitanika nije primijetilo postojanje nikakvih stereotipa jer smatraju da je zajednica suviše mala da bi oni mogli nastati.

„Debeli smo, cijelo vrijeme sjedimo za kompjuterom, ružni smo, prištavi, imamo naočale, imamo one sobe kad u google upišeš „anime room“, ne znamo za stvarnost, ne zabavljamo se i nemamo prijatelje. Misle da smo idioti, da nemamo život, da nismo završili faks, iako je dosta ljudi zapravo visokoobrazovano, pogotovo ovi stariji, neki imaju čak po dva faksa i izlaze više nego normalni ljudi.“

- Dimitri, 22

„Čim je netko stariji od dvadeset godina i zanima ga anime, mislim da je to čak veći problem dečkima nego curama, automatski ih se smatra pedofilima, zato što ono: „Ah, oni vole Japan, anime i male curice.“ Mislim da je to najočitiiji i vjerojatno najgori stereotip, jer definitivno nije točan, barem koliko ja primjećujem kod ljudi koje znam. Drugu stereotip je da su ti ljudi ludi, da su stalno doma i zure u anime i da se žele vjenčati s likovima, što je u biti upitno koliko je stereotip, ha-ha.“⁴⁹

- Angie, 26

„Prvenstveno dva ekstrema – infantilnost i perverzija. Jedna strana toga je što su bilo kakvi crtani filmovi u našem društvu još uvijek percipirani kao nešto za klince, a s druge strane, najveći dio naše populacije se sreo s animeom tako da je otišao na pornografske stranice i vidio neki hentai crtić pa misli da je to sve što mi gledamo. Tako da, jedno prilično veliko nerazumijevanje. Mislim da postoji i stereotip o tome da su svi animei curice s ogromnim očima koje flešaju gaćicama svakih pet sekundi. Jako često sam se susrela s izjavom „Meni sav anime izgleda ružno, ne želim gledat' te glupe

⁴⁹ Condry (2011) iznosi kako je 2008. godine Japanac Taichi Takashita na internet postavio peticiju za legaliziranje vjenčanja s anime likovima. Kao obrazloženje je napisao kako danas više ne postoji interes za trodimenzionalni svijet i da bi on radije živio u onom dvodimenzionalnom, ali budući da današnja tehnologija to još uvijek ne može omogućiti, on bi volio da se barem brakovi s dvodimenzionalnim likovima zakonski priznaju. Kroz tjedan dana mu je tisuću ljudi iskazalo svoju podršku, a dva mjeseca kasnije i tri tisuće. Honda (2005, prema Condry, 2011) navodi kako otakue ne bi trebalo biti stid zbog toga i da je fascinacija dvodimenzionalnim likovima samo prirodna evolucija čovječanstva, dodajući i kako oni ljudi koji to ne osjećaju u biti nisu u toku s vremenom.

curice. “, od strane ljudi koji se uopće nisu niti potrudili istražiti da postoji gro stilova i žanrova. Također, većina ljudi anime percipira kao jedan žanr, a ne kao medij unutar kojeg postoje žanrovi. “

- Senpai, 23

Ispitanici primjećuju i brojne lokalne posebnosti hrvatske otaku subkulture. Iako ih nekolicina smatra da je otaku subkultura zbog utjecaja interneta posvuda jednaka, mnogi ispitanici navode njezine posebnosti, kako u odnosu prema sadržaju, tako i u međusobnim odnosima pripadnika te u samom hrvatskom mentalitetu. Što se tiče sadržaja, ispitanici smatraju da su u Hrvatskoj popularniji tradicionalniji animei prema kojima pripadnici osjećaju određenu nostalgiju i nešto im znače. Također, preferira se japanska verzija animea, a od sinkronizacija se gotovo zazire. Nadalje, zbog nezastupljenosti i manjka sadržaja u Hrvatskoj, često je potrebno snalaziti se i istraživati bespuća interneta u potrazi za određenim stvarima. Zbog te nezastupljenosti je i sama zajednica veoma mala, što sa sobom povlači i manje događanja.

Što se tiče cosplaya, kod nas se često cosplaya ono što u svijetu nije u trendu, a kostimi su uglavnom manje komplicirani. U Hrvatskoj nije moguće niti probiti se kao cosplayer te ljudi ne posjeduju manire koje nalažu da se kostimi ne smiju dirati bez pitanja.

U međusobnim odnosima pripadnika, pojedini ispitanici ističu kako je za njih zaslužan uglavnom „zadrti“ hrvatski mentalitet pa tako navode kako se ljudi često međusobno ne poštuju, na konvencijama se otvoreno smiju drugima i ogovaraju, staromodni su, lijeni i ništa ne poduzimaju te često nemaju svijest o autorskom pravu i ne žele trošiti novac na sadržaje koje vole. Pojedini ispitanici smatraju da je to prije zbog loše ekonomske situacije u Hrvatskoj jer jednostavno nemamo novaca te da bi se vjerojatno više kupovalo i podržavalo da je situacija drugačija. Također, nasuprot spomenutoj zadrtosti, nekoliko ispitanika smatra da je Hrvatska, u odnosu na neke druge zemlje, čak i dosta otvorena prema prihvaćanju različitih kultura i da joj individualnost pojedinaca i njihovi specifični interesi ne predstavljaju nikakve probleme.

„Mislim da bi to moglo zaživjeti bilo gdje. Ako imaš pristup tome i nađeš barem jednu osobu koja to voli, i ako se još nalazite na istom mjestu, odmah počne ta razmjena. Mislim da nema apsolutno nikakve veze to što smo mi u Hrvatskoj i da to

izgleda tako kako izgleda. Zajednica je dosta povezana preko interneta tako da bih rekla da smo na negdje istoj razini kao i bilo gdje u svijetu.“

- Midori, 31

„Mislim da je jako izražen kod nas, možda i na Balkanu općenito, taj štih nostalgije za animeima koji su se gledali kao klinci, onako „Sailor Moon/Dragon Ball Z je najbolji anime ikad!“ Dapače, čak i među osobama koje nisu tradicionalni anime fanovi. Na primjer, prije nekog vremena je na jednom feminističkom portalu bio članak kako je Sailor Moon super, queer, feministički, emancipirajući, i izrazito je bilo jasno kroz tekst da je pisano od strane osobe koja pati od nostalgije za tim i nije nikad pogledala ništa poput animea Revolutionary Girl Utena koji je gro bolji. Shvaćam važnost Sailor Moon, ali ne volim kad ga se trpa u vrh vrhova jer ima serija koje se puno više dotiču queer i feminističkih tema.“

- Senpai, 23

Konačno, ispitanici vide puno prostora za napredak hrvatske otaku subkulture. Osim više događanja i konvencija s kvalitetnijim sadržajima te njihovoj boljoj organizaciji, navode kako izričito treba poraditi na međusobnim odnosima. Smatraju kako se ljudi previše svađaju oko nebitnih stvari što stvara veoma negativno ozračje u zajednici, ne poštuju tuđe mišljenje niti trud te često kritike pojedinih animea smatraju kao kritiku sebe. Pripadnika je relativno malo, a vlada velika podijeljenost i kompetitivnost, kao i svojevrsni elitizam. Jedna ispitanica navodi kako se ljudi znaju posvađati oko nacrtanih likova do tolike mjere da se više nikad ne pogledaju u životu. Također, nekoliko ispitanika navodi kako hrvatski otakui ipak trebaju malo razgraničiti svoj hobi i stvarnost jer često prelaze u ekstreme, osobito pri korištenju japanskog jezika, a da ga pritom uopće niti ne razumiju. Nadalje, nekolicina ih smatra i da bi se trebali gledati različiti animei te klasici jer su mnogi od njih opća kultura. Problem je i u tome što veliki broj pripadnika anime percipira isključivo kao oblik zabave, a ne kao oblik umjetnosti koji ujedno obrađuje i veoma napredne i zahtjevne teme.

Naposljetku, iako se ispitanici slažu kako trebamo poštovati stvari koje imamo, opet smatraju kako bi bilo super da se otvori određena specijalizirana trgovina s japanskim pop-kulturnim sadržajima i da bi bilo bolje kad bi se moglo lakše pronaći sponzore za konvencije i pojedina događanja.

„Ono što mi se ne sviđa je što se ljudi previše svađaju oko gluposti u toj subkulturi. Zašto se svađati oko nečeg kad svi volimo jednu te istu stvar. Na primjer, najčešće oko animea, tipa ja volim jedan anime, netko voli drugi i onda je taj moj anime manje vrijedan. Zašto, zbog čega? Stvar je u tome koliko ja uživam u nečemu i to može biti anime koji je glup kao ne znam ni ja što ili može bit Shingeki no kyojin koji je meni stvarno work of art. Zašto ljudi ne mogu shvatit da se može gledat i jedno i drugo, da i jedno i drugo ima različitu svrhu.“

- Hanji, 25

„Mislim da dobar dio zajednice koristi anime prvenstveno za pustit' mozak na pašu. Možda sam i u krivu, moguće da se meni samo ne sviđa stav zajednice prema tome da većina ljudi ne želi pogledat nešto pametnije jer im je naporno. Uglavnom su najpopularniji shouneni, šoranje i nabrijavanje. Daj gledajte nešto pametnije. Postoji zbilja jako pametnih i ozbiljnih naslova i mislim da se njima daje jako malo pažnje dok svi i dalje briju na Pokémone.“

- Senpai, 23

„To neko pretjerivanje, baš kad se ide u te neke ekstreme, ono kad se ljudi toliko glupo ponašaju da ispadnu neukusni. Svjedočila sam na Pandakonu jednoj situaciji gdje su momci željeli izvesti scenu iz nekog yaoi animea. Uglavnom, momci su se počeli karikirano i pretjerano ljubiti i cure koje su bile do njih su počele pljeskati i vikati: „Yaoi, yaoi!“ i jednostavno je situacija bila pomalo neukusna.“

- Maro, 24

„Elitizam. Nema nikakvog elitizma u tvom interesu, u tvom hobiju, u onome što voliš i onome čime se baviš. Tvoj elitizam postoji samo unutar tvoje male grupe i to ljudi trebaju zapamtiti. Ako vas postoji petero i vas interesira ista stvar i pričate svaki dan o tome, imate osjećaj da ste došli do određene razine, ali osoba koje je tek počela nije ništa manje vrijedna od vas, niti je išta drukčija od vas, jer ste vi isto bili u jednom trenutku na njenom mjestu. Dakle, taj elitizam je to što mi smeta i općenito jedna društvena nepravda koju prezirem.“

- Kyou, 29

„Voljela bih da se više ljudi uključi u to, da počnu zanimljivija predavanja, neka koja zalaze u bit problema jer su do sad bila samo ona uvodna poput definiranja animea i mangi. Sad je vrijeme za predavanja o pojedinoj mangi, o svijetu u toj mangi, fikciji, politici u tom djelu, što je potaknulo tog autora na pisanje i slično. Recimo, kao što na SFeraKonu imaju predavanja o pojedinim književnim djelima, mislim da bi se i mi mogli osvrnuti na tako nešto.“

- Silver Princess, 25

„Moj cilj je jednog dana otići u Japan, napraviti doktorat na temu „anime“, vratiti se u Hrvatsku i onda kad mi netko prigovori da je određeni anime ovakav ili onakav, onda ću mu reći „E, kaj si ti ekspert? Nisi. Ja sam!“

- Midori, 31

Kroz iznesene rezultate, odnosno odgovore ispitanika, uspjela se dočarati i približiti barem određena slika o hrvatskoj otaku subkulturi. Otaku je samo još jedna od subkultura koje su kod nas pronašle plodno tlo za razvitak jer sve većom digitalizacijom mlađe generacije postaju sve više ovisne o tehnologiji, osobito internetu, što ih navodi na sve veće provođenje vremena u zatvorenom prostoru. Zhang (2014) zato navodi kako je iz navedenog razloga od presudne važnosti naučiti više o današnjim načinima udruživanja mladih, u koje spada i otaku subkultura.

9. Zaključak

Otaku subkultura svakako predstavlja jedan specifični društveni fenomen. Za njezin nastanak zaslužan je poseban splet okolnosti, kako na svjetskoj razini, tako i u Japanu. Japanski svjetonazor, odgojno-obrazovni sustav, ekonomska situacija i posljedice rata samo su neki od čimbenika koji su je oblikovali, prouzročivši svojevrsnu glad za fikcijom i stvaranjem vlastitih pravila. Do takve situacije dolazi uglavnom u društvima koja su nesigurna, uznemirena i zabrinuta oko svoje prošlosti, sadašnjosti i budućnosti (Napier, 2005), a Japan je nakon rata i za vrijeme ekonomskog kolapsa u devedesetima, bio upravo takav. Na konačni oblik otaku subkulture utjecala je i kulturna razmjena, odnosno japansko udomaćivanje američke popularne kulture i učenje od pojedinih europskih umjetnika.

Percepcija otaku subkulture u Japanu se uvelike mijenjala ovisno o društvenim promjenama, pojedinim zbivanjima i trendovima ili pak povremenim skandalima. S jedne strane, fokus se stavljao na antisocijalno ponašanje otakua i njihove potencijalno opasne navike, dok se s druge strane o njima progovaralo kao o postindustrijski senzibiliziranim ljudima orijentiranim prema budućnosti koji doprinose snazi japanske pop-kulture na svjetskoj razini (Condry, 2011). Nije se zanemarivala niti osobina otakua kao strastvenih potrošača što je na početku dvadeset i prvog stoljeća gotovo izravno utjecalo na nastanak koncepta *Cool Japan* uoči kojeg se japanska pop-kultura nastoji proširiti izvan granica Japana, zavijena u ruho jedinstvenog japanskog proizvoda, uz bok brojnim drugim posebnostima njegove kulture.

Japanski pop-kulturni sadržaji već u šezdesetim godinama dolaze u SAD gdje se danas nalazi najaktivnija otaku zajednica izvan Japana. Gotovo svaki tjedan se negdje održava konvencija ljubitelja animea, mangi i cosplaya, a skoro sve znanstvene publikacije na temu inozemnih otaku zajednica govore uglavnom o situaciji u SAD-u. Do prave popularnosti u Europi dolazi krajem osamdesetih godina zahvaljujući ogromnom uspjehu animiranog filma *Akira*, kada i do Hrvatske dolaze neka od ostvarenja japanske animacije što bi se ujedno moglo označiti i kao početak nastanka domaće otaku subkulture.

Istraživanjem „Otaku subkultura u Hrvatskoj“ nastojao se točnije utvrditi početak njezinog nastanka, raširenost i pojedini elementi poput identificiranja konkretnih područja interesa njezinih pripadnika, razloga zašto ih oni privlače, njihovih međusobnih odnosa, načina djelovanja, sastajanja i postupaka uključivanja u

subkulturu, njezine važnosti za pojedine pripadnike, njihovu samopercepciju i percepciju u odnosu na matičnu kulturu te mnoge stereotipe s kojima se moraju suočavati. Ispitivala se i sama definicija otaku subkulture od strane hrvatskih pripadnika te načini i mjera u kojoj ona utječe na njihovo slobodno vrijeme i oblikovanje identiteta i stavova, kao i odgojno-obrazovna komponenta japanskih pop-kulturnih sadržaja. Na kraju istraživanja istražila se i trenutna popularnost otaku subkulture u Hrvatskoj te njezina zastupljenost u medijima, njezine lokalne posebnosti i prostor za daljnji napredak.

Otaku subkultura u Hrvatskoj svakako postoji, točan broj njezinih pripadnika nije poznat, ali je postala vidljiva unazad nekoliko godina, osobito nakon 2012. godine kada dolazi do organizacije Pandakona, prve prave hrvatske konvencije koja se bavi promicanjem azijske kulture, s naglaskom na Japanu. Svake godine zbog Pandakona u Zagreb dolaze obožavatelji Japana iz cijele Hrvatske, a iz godine i godinu broj posjetitelja raste, čime zajednica postaje i sve popularnija, iako joj i dalje nedostaje određeni medijski prostor.

Međutim, diskutabilno je koliko se termin otaku može vezati uz hrvatske pripadnike. Ispitanici izražavaju veoma različita mišljenja oko njegovog značenja i vlastite percepcije u odnosu na njega. Većina ih se drži tradicionalne japanske definicije koja otakue definira kao ekstremne obožavatelje, često antisocijalnog ponašanja i nezdravih navika, pa sami sebe uglavnom ne bi tako identificirali. S druge strane, nekolicina pažnju priklanja američkoj definiciji koja otakue uglavnom definira kao obožavatelje animea i mangi te zato ne vide problem u tome da se oni sami tako identificiraju. Zanimljivo je kako su oni koji se ne smatraju otakuima u subkulturi aktivniji puno više nego ispitanici koji su se tako identificirali, što se očituje u njihovom čestom cosplayanju, sakupljanju figurica i mangi te organiziranju konvencija i projekcija. To nam govori kako otaku etiketa u Hrvatskoj ne govori baš ništa o nečijoj uključenosti u zajednicu, već se koristi proizvoljno, identificiranjem s onim aspektima definicije koji pojedinom ispitaniku odgovaraju.

Termin otaku i identifikacija s njim postaju manje važni kada se obrati pažnja na važnost koju ispitanici pridaju pojedinim japanskim pop-kulturnim sadržajima, što i na općenitoj razini pokazuje moć popularne kulture u odgoju, obrazovanju i oblikovanju pojedinčeva identiteta. Za početak, većina ispitanika se identificira s pojedinim likovima animea i mangi, a kao razloge navode prepoznavanje svojih osobina u pojedinom liku, prolazak lika kroz jednake životne situacije u kojima se i oni sami

nalaze, želja da budu kao pojedini lik ili želja za viđenjem sebe u tom svijetu. Što se tiče promjena u identitetu i stavovima, ispitanici uglavnom navode da su postali otvoreniji prema različitostima, da su lakše prihvatili sebe i svoje posebnosti, usvojili određene japanske obrasce ponašanja i naučili se nositi s različitim težim životnim situacijama. Utjecaj se izvršio i pri odabiru buduće karijere, tako da pojedini ispitanici svoj hobi pretvaraju u profesije. Mnogim ispitanicima je interes za japanske pop-kulturne sadržaje važan na svakodnevnoj razini, svaki dan gledaju anime i igraju igre, uz njih su se naučili opustiti, ali i pronaći inspiraciju za rad i kreativno izražavanje poput crtanja, pisanja, šivanja i dizajniranja. Otvorio im se novi svijet, saznali su mnogo novih stvari i počeli preispitivati vrijednosti vlastite kulture. Također, takav sadržaj im ujedno nudi i jednu vrstu eskapizma, ali svjesnog. To je njihova mala oaza kad nemaju volje za druženjem, kad se žele izgubiti u nestvarnom svijetu i opustiti, pobjeći od svakodnevnih problema i zaboraviti na njih, oslobađajući svoj ideal i skrivene mogućnosti.

Nadalje, ispitanici navode i kako japanski pop-kulturni sadržaji imaju značajnu ulogu pri učenju japanskog jezika i japanske kulture. Oni mogu služiti kao uvod u bavljenje Japanom, ali su važna komponenta i u produbljivanju interesa za njega. Tvrdi kako se kroz anime može naučiti jako puno o jeziku, povijesti i kulturi te japanskim običajima, a kako se radi o popularnim sadržajima, naučiti se može i o današnjem japanskom društvu te njegovom načinu razmišljanja. Također, svi ispitanici su svjesni da pojedini sadržaji dolaze iz Japana, preferiraju gledanje animea na japanskom uz engleski prijevod, a ponekad i bez njega, ukoliko im služi za vježbanje japanskog jezika.

Što se tiče prihvaćanja zajednice, ispitanici nemaju negativna iskustva s bližnjima, ali smatraju da u hrvatskom društvu postoje određeni stereotipi. Najveći broj ispitanika navodi kako ljudi uglavnom smatraju kako su oni koji se time bave djetinjasti i nezreli te pomalo ludi i čudni, a nasuprot nezrelosti, smatraju ih i pomalo perverzima, izjednačavajući animee i mange s nacrtanom pornografijom. Neki čak tvrde kako Hrvati misle da se radi o crtanim filmovima iz Kine koji su posve nekvalitetni i beskorisni, a u pitanje se dovodi i njihov intelekt te stupanj obrazovanja, kao i seksualne sklonosti prema nacrtanim likovima i maloljetnicima.

Hrvatska otaku subkultura posjeduje i mnoge lokalne posebnosti. Osim što je zajednica relativno mala pa to sa sobom povlači manje događanja i manje konvencija te općenito manje sadržaja i nedostupnost proizvoda, ispitanici primjećuju kako su u Hrvatskoj popularniji tradicionalni animei prema kojima se osjeća svojevrsna nostalgija.

Također, preferira se njihova japanska verzija, a od sinkronizacija se gotovo zazire. U međusobnim odnosima pripadnika, pojedini ispitanici ističu kako je za njih zaslužan uglavnom „zadrti“ hrvatski mentalitet pa tako navode kako se ljudi često međusobno ne poštuju, na konvencijama se otvoreno smiju drugima i ogovaraju, staromodni su, lijeni i ništa ne poduzimaju te često nemaju svijest o autorskom pravu i ne žele trošiti novac na sadržaje koje vole. Pojedini ispitanici smatraju da je to prije zbog loše ekonomske situacije u Hrvatskoj jer jednostavno nemamo novaca te da bi se vjerojatno više kupovalo i podržavalo da je situacija drugačija. Ispitanici smatraju i da su to ujedno i neke od karakteristika subkulture na kojima treba poraditi.

Istraživanje „Otaku subkultura u Hrvatskoj“ je tek osnovno istraživanje koje je postavilo tezu o postojanju otaku subkulture u Hrvatskoj te predstavilo nekoliko njezinih osnovnih koncepata. Zbog složenosti otaku fenomena, njegovih manifestacija i općenitog značaja subkultura i pop-kulture, te njihovih suvremenih oblika zasnovanih na informacijskim i komunikacijskim tehnologijama, smatram da je jako važno nastaviti istraživati i produbljivati njihov utjecaj i pojavne oblike unutar hrvatskog društva. Kako su pokazale sociodemografske varijable ispitanika, poput religioznosti ili seksualne orijentacije, otaku subkultura predstavlja dobar predmet istraživanja za područje sociologije religije, roda ili spolnosti, a budući da veliku ulogu u subkulturi igra i internet, ona se može proučavati i unutar sociologije cyber kulture. Nadalje, zbog izrazitog utjecaja na slobodno vrijeme pojedinaca, predstavlja i značaj za pedagogiju slobodnog vremena, a osim u njegovoj domeni, japanski pop-kulturalni sadržaji se mogu i uključiti i u kurikulum. Primjerice, izbornim kolegijem u sklopu slobodnog studija japanologije ili pak, zbog pokrivenosti raznolikih tema, korištenjem kao vizualnog nastavnog pomagala za lakše usvajanje gradiva i razvijanje kreativnosti.

Naposljetku, otaku subkulturi se ne smije pristupiti sa strahom i osudom. Potrebno je informirati se, kontekstualizirati i kritički sagledati evoluciju koja je dovela do današnjeg društva i međuljudskih odnosa te izvući ono najbolje iz njih. Ukoliko pak s njima nismo zadovoljni, a niti s onim što nam donosi budućnost, uvijek nam preostaje vratiti se tri koraka unatrag i unutar mnoštva postmodernih identiteta koje nam nudi današnje društvo, pronaći ono što nam najviše odgovara.

Literatura

- Abbott, C. (2003) *Making Connections: Young People and the Internet*. U: Sefton-Green, J. (ur.) *Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia*. London: UCL Press.
- Azuma, H. (2009) *Otaku: Japan's database animals*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bennett, A. (2004) *Virtual Subculture? Youth, Identity and the Internet*. U: Bennett, A. i Kahn-Harris, K. (ur.) *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Bennett, A. (2003) *Subcultures or neo-tribes?* U: Clarke, D. B. i sur. (ur.) *The consumption reader*. London; New York: Routledge.
- Bennett, A. i Kahn-Harris, K. (2004) *Introduction*. U: Bennett, A. i Kahn-Harris, K. (ur.) *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Bennett, A. i Robards, B. (2011) *My Tribe: Post-subcultural Manifestations of Belonging on Social Network Sites*. *Sociology*, 45 (2): 303-317.
- Black, R. W. (2008) *Convergence and Divergence, Informal Learning in Online Fanfiction Communities and Formal Writing Pedagogy*. U: Keller Silberman, D. i sur. (ur.) *Mirror images: popular culture and education*. New York: Peter Lang.
- Blöndal, R. B. (2014) *Anime as an adaptation: Anime's approach to the original source*. URL: http://skemman.is/stream/get/1946/17144/40007/1/Anime_as_an_adaptation.pdf (13. 7. 2016.)
- Bowman, M. R. (2011) *Beyond Maids and Meganeeko: Examining the Moe Phenomenon*. *Cinephile*, 7 (1): 14-18.
- Brehm-Heeger, P. i sur. (2007) *Cosplay, Gaming, and Conventions: The Amazing and Unexpected Places an Anime Club Can Lead Unsuspecting Librarians*. *Young Adult Library Services*, 5 (2): 14-16.
- Brenner, R. E. (2007) *Understanding Manga and Anime*. Westport: Greenwood Publishing Group.
- Brienza, C. (2015) *Global Manga: „Japanese“ Comics without Japan?* London; New York: Routledge.
- Britton, J. (2007) *Japan – Otacool nation trends of Japanese otaku youth*. *Language and Culture*, 6: 11-27.

- Bryce, M. i sur. (2010) Manga and Anime: Fluidity and Hybridity in Global Imagery. *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*. URL: <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2010/Bryce.html> (13. 7. 2016.)
- Buckingham, D. i Sefton-Green, J. (2003) Gotta catch 'em all: structure, agency and pedagogy in children's media culture. *Media, Culture & Society*, 25: 379-399.
- Carey, P. (2005) *Wrong about Japan: a father's journey with his son*. London: Faber and Faber.
- Castells, M. (2001) *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business, and society*. New York: Oxford University Press.
- Chambers, S. N. I. (2012) Anime: From Cult Following to Pop Culture Phenomenon. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3 (2): 94-101.
- Chandler-Olcott, K. i Mahar, D. (2003) Adolescents' anime-inspired "fanfictions": An exploration of Multiliteracies. *Journal of Adolescence and Adult Literacies*, 46 (7): 556-566.
- Chin, B. i Hitchcock Morimoto, L. (2013) Towards a theory of transcultural fandom. *Participations*, 10 (1): 92-108.
- Condry, I. (2011) *Love Revolution: Anime, Masculinity, and the Future*. U: *Frühstück, S. i Walthall, A. (ur.) Recreating Japanese Men*. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press.
- Condry, I. (2009) Anime Creativity: Characters and Premises in the Quest for Cool Japan. *Theory, Culture & Society*, 26 (2-3): 139-163.
- De Certeau, M. (1984) *The practice of everyday life*. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press.
- De Mente, B. L. (1997) *The Japanese have a word for it: the complete guide to Japanese thought and culture*. Lincolnwood: Passport Books.
- Dela Pena, J. L. (2006) *Otaku: Images and Identity in Flux*. Diplomski rad. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Denison, R. (2010) Transcultural creativity in anime: Hybrid identities in the production, distribution, texts and fandom of Japanese anime. *Creative Industries Journal*, 3 (3): 221-235.
- Desideri, N. (2013) Bubble Pop: An Analysis of Asian Pop Culture and Soft Power Potential. *Res Publica*, 18 (1): 43-62.
- Draper, J. M. (2015) *The Cool Japan Project and the Globalization of Anime and Manga in the United States*. Diplomski rad. Boone: Appalachian State University.

- Eng, L. (2002) Otak-who? Technoculture, youth, consumption, and resistance. American representations of a Japanese youth subculture. URL: <https://www.cjas.org/~leng/otaku.pdf> (14. 7. 2016.)
- Evans, A. (2001) *This virtual life: escapism and simulation in our media world*. London: Fusion Press.
- Fiske, J. (2001) *Popularna kultura*. Beograd: Clio.
- Galbraith, P. W. (2011) *Lolicon: The Reality of ‘Virtual Child Pornography’ in Japan*. *Image & Narrative*, 12 (1): 83-119.
- Galbraith, P. W. (2010) Akihabara: Conditioning a Public “Otaku” Image. *Mechademia*, 5: 210-230.
- Galbraith, P. W. (2009) *Moe: Exploring Virtual Potential in Post-Millennial Japan*. *Electronic journal of contemporary japanese studies*. URL: <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html> (14. 7. 2016.)
- Galbraith, P. W. i Lamarre, T. (2010) Otakuology: A Dialogue. *Mechademia*, 5: 360-374.
- Gangadharan, T. (2015) Social Network Sites as Evolving Subculture. *Discourse*, 3 (1): 234-246.
- Garber, J. (2000) Girls and subcultures. U: McRobbie, A. (ur.) *Feminism and youth culture*. London: Macmillan Press.
- Gibson, W. (1. 4. 2001.) Modern boys and mobile girls. URL: <https://www.theguardian.com/books/2001/apr/01/sciencefictionfantasyandhorror.features> (14. 7. 2016.)
- Giroux, H. A. i Simon, R. I. (1988) Schooling, popular culture, and a pedagogy of possibility. *Journal of Education*, 170 (1): 9-26.
- Graffeo, C. (2014) *The great mirror of fandom: Reflections od (and on) otaku and fujoshi in anime and manga*. Diplomski rad. Orlando: B. A. University of Central Florida.
- Gravett, P. (2004) *Manga: sixty years of Japanese comics*. New York: Collins Design.
- Hairston, M. (2010) A Cocoon with a View: *Hikikomori*, Otaku, and *Welcome to the NHK*. *Mechademia*, 5: 311-323.
- Haralambos, M. (2002) *Sociologija: teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing.
- Hashimoto, M. (2007) Visual Kei Otaku Identity - An Intercultural Analysis. *Intercultural Communication Studies*, 16 (1): 87-99.

- Hatcher, J. S. (2005) Of Otakus and Fansubs: A Critical Look at Anime Online in Light of Current Issues in Copyright law. *Script-ed*, 2 (4): 514-542.
- Hills, M. (2002) *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Hinton, P. (2015) The perverse stereotype of the Japanese man in the British media. *Electronic journal of contemporary japanese studies*, 15 (2). URL: <http://www.japanesestudies.org.uk/ejcs/vol15/iss2/hinton.html> (14. 7. 2016.)
- Hodkinson, P. (2015) Youth cultures and the rest of life: subcultures, post-subcultures and beyond. *Journal of Youth Studies*, 19 (5): 629-645.
- Imai, N. (2010) The Momentary and Placeless Community: Constructing a New Community with regards to Otaku Culture. *Inter Faculty*. URL: <https://journal.hass.tsukuba.ac.jp/interfaculty/article/view/9/11> (14. 7. 2016.)
- Jameson, F. (1991) *Postmodernism or The Cultural logic of late capitalism*. London; New York: Verso.
- Juvančić, H. (1997) *Rock, MTV i američki kulturni imperijalizam*. Zagreb: Meandar AGM.
- Kam, T. H. (2013a) The Anxieties that Make the 'Otaku': Capital and the Common Sense of Consumption in Contemporary Japan. *Japanese Studies*, 33 (1): 39-61.
- Kam, T. H. (2013b) The common sense that makes the 'otaku': rules for consuming popular culture in contemporary. *Japan Forum*, 25 (2): 151-173.
- Keliyan, M. (2011) *Kogyaru and Otaku: Youth Subcultures Lifestyles in Postmodern Japan*. *Asian and African Studies*, 15 (3): 95-110.
- Kelts, R. (2006) *Japanamerica: how Japanese pop culture has invaded the U.S.* New York: Palgrave Macmillan.
- Kinsella, S. (1998) Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement. *Journal of Japanese Studies*, 24 (2): 289-316.
- Kitabayashi, K. (2004) *The Otaku Group from a Business Perspective: Revaluation of Enthusiastic Consumers*. Tokyo: Nomura Research Institute.
- Korusiewicz, M. (2011) The Cute or the Scary: Japanese Youth Subcultures in Contemporary Japanese Society. *Asian Journal of Literature, Culture and Society*, 64-65.
- Križanić, M. (2013) *Slatko lice pobune: ženstvenost, infantilnost i konzumerizam japanske Harajuku kulture kao izraz otpora prema tradiciji i patrijarhatu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo.
- Krnić, R. (2013) Ples i upotreba droga kao značenjske prakse u sociologiji rave-kulture. *Sociologija i prostor*, 51 (1): 91-107.

- Kumagai, K. (2012) Herbivorous Boy, *Otaku*, or Petit-Nationalist? Floating Japanese Men, Masculinity and National Integrity. U: Kolesova, E. i Wilson, S. (ur.) *Cool New Asia: Asian popular culture in a local context*. Auckland: Unitec ePress.
- Lam, F. (2010) Comic Market: How the World's Biggest Amateur Comic Fair Shaped Japanese *Dōjinshi* Culture. *Mechademia*, 5: 232-248.
- Lamarre, T. (2013) Cool, Creepy, Moé: Otaku Fictions, Discourses, and Policies. *Diversité urbaine*, 13 (1): 131-152.
- Lamarre, T. (2009) *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Lamarre, T. (2002) From animation to *anime*: drawing movements and moving drawings. *Japan Forum*, 14 (2): 329-367.
- Lamerichs, N. (2013) The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe. *Participations*, 10 (1): 154-176.
- Leonard, S. (2004) Progress Against the Law: Fan Distribution, Copyright, and the Explosive Growth of Japanese Animation. URL: <http://web.mit.edu/seantek/www/papers/progress-columns.pdf> (13. 7. 2016.)
- Li, Y. (2009) *Japanese boy-love manga and the global fandom: A case study of chinese female readers*. Diplomski rad. Bloomington: Indiana University.
- Lu, A. S. (2008) The Many Faces of Internationalization in Japanese Anime. *Animation: an interdisciplinary journal*, 3 (2): 169-187.
- Manion, A. (2005) *Discovering Japan: Anime and Learning Japanese Culture*. Diplomski rad. Los Angeles: University of Southern California.
- Matsuura, R. i Okabe, D. (2015) Collective Achievement of Making in Cosplay Culture. URL: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1503/1503.01066.pdf> (14. 7. 2016.)
- McGray, D. (2002) Japan's Gross National Cool. *Foreign Policy*, 130: 44-54.
- McKevitt, A. C. (2010) "You Are Not Alone!": Anime and the Globalizing of America. *Diplomatic History*, 34 (5): 893-921.
- McLelland, M. J. (2005) The World of Yaoi: The Internet, Censorship and the Global "Boys' Love" Fandom. *The Australian Feminist Law Journal*, 23: 61-77.
- Menon, M. N. (2015) Preferring the Unreal to the Real: Youths as the creators of a novel culture. *Discourse*, 3 (1): 68-78.
- Meredith, D. (2007) Japan's Consumer Renaissance: How Japan's Otaku are changing the way we do business. *J@pan Inc Magazine*, 70: 38-39.
- Morikawa, K. (2013) Otaku/Geek. *Review of Japanese Culture and Society*, 25: 56-66.

- Mouer, R. i Norris, C. (2009) Exporting Japan's culture: From management style to manga. U: Sugimoto, Y. (ur.) *The Cambridge companion to modern Japanese culture*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Nakamura, I. (2003) *Japanese Pop Industry*. URL: <http://www.youscribe.com/catalogue/presentations/art-musique-et-cinema/architecture-et-design/japanese-pop-industry-404187> (14. 7. 2016.)
- Napier, S. J. (2005) *Anime from Akira to Howl's moving castle: experiencing contemporary Japanese animation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Nayar, P. K. (2010) *An introduction to new media and cybercultures*. Chichester; Malden: Wiley-Blackwell.
- Norris, C. (2009) Manga, anime and visual art culture. U: Sugimoto, Y. (ur.) *The Cambridge companion to modern Japanese culture*. Cambridge; New York: Cambridge University Press.
- Norris, C. i Bainbridge, J. (2009) Selling *Otaku*? Mapping the Relationship between Industry and Fandom in the Australian Cosplay Scene. *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*. URL: http://intersections.anu.edu.au/issue20/norris_bainbridge.htm (14. 7. 2016.)
- Orbaugh, S. (2011) Manga and anime. U: Bould, M. i sur. (ur.) *The Routledge companion to science fiction*. London; New York: Routledge.
- Perasović, B. (2013) Teorijske implikacije empirijskog istraživanja punk-scene u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 22 (3): 497-516.
- Perasović, B. (2002) Sociologija subkultura i hrvatski kontekst. *Društvena istraživanja*, 11 (2-3): 485-498.
- Perasović, B. (2001) *Urbana plemena: sociologija subkultura u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Pérez González, L. (2006) Fansubbing anime: Insights into the 'butterfly effect' of globalisation on audiovisual translation. *Perspectives: Studies in Translatology*, 14 (4): 260-277.
- Prough, J. (2010) Marketing Japan: Manga as Japan's New Ambassador. *ASIANetwork Exchange*, 17 (2): 54-68.
- Reid, R. A. (2011) Fan studies. U: Bould, M. i sur. (ur.) *The Routledge companion to science fiction*. London; New York: Routledge.
- Rheingold, H. (1993) *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge: The MIT Press.

- Rivera, R. (2009) The Otaku in Transition. *Journal of Kyoto Seika University*, 35: 193-205.
- Robbins, L. P. (2014) Bringing anime to academic libraries: a recommended core collection. *Collection Building*, 22 (2): 46-52.
- Rodrigues, P. (2013) *Otaku Kingdom: A retreat from reality?* Diplomski rad. Cardiff: Cardiff University.
- Rush, A. (2009) Otaku Creations: The Participatory Culture of Fansubbing. *Kinephanos Journal*. URL: http://www.kinephanos.ca/Revue_files/Otaku_v1n1.pdf (14. 7. 2016.)
- Schodt, F. L. (1996) *Dreamland Japan: Writings On Modern Manga*. Berkeley: Stone Bridge Press.
- Schodt, F. L. (1986) *Manga! Manga!: The World of Japanese Comics*. Tokyo; New York: Kodansha International.
- Schramadei, P. (2001) Predgovor: Internet i kultura - sinonimi ili antipodi? U: Shields, R. (ur.) *Kulture interneta: virtualni prostori, stvarne povijesti i živaća tijela*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo.
- Scott, S. (2015) „Cosplay is serious business“: Gendering Material Fan Labor on Heroes of Cosplay. *Cinema Journal*, 54 (3): 146-154.
- Seaton, P. i Yamamura, T. (2015) Japanese Popular Culture and Contents Tourism – Introduction. *Japan Forum*, 27 (1): 1-11.
- Shamoon, D. (2010) Teaching Japanese Popular Culture. *ASIANetwork Exchange*, 17 (2): 9-22.
- Sharp, L. (2011) Maid Meets Mammal: The ‘Animalized’ Body of the Cosplay Maid Character in Japan. *Intertexts*, 15 (1): 60-78.
- Shen, L. F. (2007) *The Pleasure and Politics of Viewing Japanese Anime*. Doktorska disertacija. Columbus: The Ohio State University.
- Shields, R. (2001) Uvod: Virtualni prostori, stvarne povijesti i živaća tijela. U: Shields, R. (ur.) *Kulture interneta: virtualni prostori, stvarne povijesti i živaća tijela*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo.
- Smolík, J. (2013) Youth Subcultures ad Social Pedagogy. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja*, 2 (4): 65-81.
- Sone, Y. (2014) Canted Desire: Otaku Performance in Japanese Popular Culture. *Cultural Studies Review*, 20 (2): 196-222.
- Strinati, D. (1995) *An introduction to theories of popular culture*. London; New York: Routledge.

- Tamaki, S. (2011) *Beautiful Fighting Girl*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- Tanaka, M. (2011) The Rise of Sekaikei in Contemporary Japanese Fiction. *Passages*, 3: 61-65.
- Thompson, J. (23. 1. 2012.) Why Manga Publishing Is Dying (And How It Could Get Better). URL: <http://io9.gizmodo.com/5874951/why-manga-publishing-is-dying-and-how-it-could-get-better> (14. 7. 2016.)
- Tobin, J. (2003) An American *Otaku* (or, a Boy's Virtual Life on the Net). U: Sefton-Green, J. (ur.) *Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia*. London: UCL Press.
- Tomić-Koludrović, I. i Leburić, A. (2001) *Skeptična generacija: životni stilovi mladih u Hrvatskoj*. Zagreb: AGM.
- Venâncio Monteiro, N. A. (2011) Gender bending in anime, manga, visual kei and lolita fashion. *Prismasocial*, 7: 0-33.
- Welin, A. (2013) *The meaning and image of Otaku in Japanese society, and its change over time*. Esej. Gothenburg: University of Gothenburg.
- Winge, T. (2006) Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay. *Mechademia*, 1: 65-76.
- Wong, W. S. (2006) Globalizing Manga: From Japan to Hong Kong and beyond. *Mechademia*, 1: 23-45.
- Yu, S. (2015) *Japanese anime and woman's gender-role changing*. Diplomski rad. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Yui, K. (2010) Japanese Animation and Glocalization of Sociology. *Sociologisk Forskning*, 47 (4): 44-50.
- Yukimura, M. (2013) How was Anime Institutionalized? URL: <http://kgur.kwansei.ac.jp/dspace/bitstream/10236/10690/1/116-7.PDF> (13. 7. 2016.)
- Zhang, C. (2014) *'My double love of boys': Chinese women's fascination with 'Boys' Love' fiction*. Diplomski rad. Ames: Iowa State University.
- Zhang, Y. (2014) *Entering Post-Otaku: Approaching the Internet Era in the Light of Otaku*. Diplomski rad. Jyväskylä: University of Jyväskylä.

Sažetak

Otaku subkultura je jedna od novijih subkultura u Hrvatskoj. Njezino podrijetlo je vezano uz Japan i vrijeme ranih osamdesetih, a razvitkom tehnologije je izvršila invaziju na gotovo cijeli svijet. Iako termin *otaku* nosi različite konotacije, u kontekstu zapada ga je najlakše definirati kao opsesivne obožavatelje japanske popularne kulture – od japanske animacije (*anime*), stripova (*manga*), kostimiranja u omiljene likove (*cosplay*) i računalnih igara pa sve do različitih elemenata tradicionalne japanske kulture. U svijetu japanske animacije i stripova, zbog raznolikosti tema, svoje mjesto mogu pronaći ljudi različite dobi, interesa, životnog stila, jezika i kulture te stvoriti dijalog i zajedništvo neovisno o svojim karakteristikama u stvarnome svijetu. To je jedan od razloga zašto je otaku subkultura zaživjela i u Hrvatskoj. Uz kratko predstavljanje proučavanja subkultura na svjetskoj razini i u Hrvatskoj te osnovnih koncepata otaku subkulture, glavni dio rada bavi se otaku subkulturom u Hrvatskoj. Budući da kod nas još nitko nije istraživao ovaj fenomen te s obzirom na sve veći broj pripadnika i sve češćih manifestacija njezinih aktivnosti, provedeno je kvalitativno istraživanje „Otaku subkultura u Hrvatskoj“ koje je postavilo tezu o njezinom postojanju. Osim same identifikacije subkulture, istraživanjem se nastojao utvrditi početak njezinog nastanka, raširenost te pojedini elementi poput preciznijeg područja interesa njezinih pripadnika, razloga zašto ih oni privlače, njihovih međusobnih odnosa, aktivnosti, sastajanja i postupaka uključivanja u subkulturu, njezine važnosti za pojedine pripadnike, njihovu samopercepciju i percepciju u odnosu na matičnu kulturu te mnoge stereotipe s kojima se moraju suočavati. Ispitala se i sama definicija otaku subkulture od strane hrvatskih pripadnika te načini i mjera u kojoj ona utječe na njihovo slobodno vrijeme i oblikovanje identiteta i stavova, kao i odgojno-obrazovna komponenta japanskih pop-kulturnih sadržaja. Konačno, istraživala se i trenutna popularnost otaku subkulture u Hrvatskoj te njezina zastupljenost u našim medijima, kao i njezine lokalne posebnosti.

Ključne riječi: otaku, japanska pop-kultura, subkulture u Hrvatskoj, virtualne zajednice, postmoderne subkulture

Summary

Otaku subculture is one of the most recent subcultures in Croatia. This subculture originated in Japan in the early 1980s, while technological development enabled it to spread across the globe. Although the term *otaku* bears various meanings and connotations, in the western society it is most easily defined as a term for slightly obsessive lovers of Japanese popular culture – from Japanese animation (*anime*), comic books (*manga*), wearing costumes of favourite characters (*cosplay*) and computer games to various elements of traditional Japanese culture. Since the world of Japanese animation and comics offers a plenty of themes, it is possible for people of different ages, interests, lifestyles, languages and cultures to find their own place within the subculture as well as create dialogue and a sense of community regardless of their characteristics in the real world. This is also one of the reasons for the development of otaku culture in Croatia. After a short summary of research done on the subject of subcultures internationally and in Croatia, as well as definitions of basic concepts within the otaku subculture, the main part of this work focuses on otaku subculture in Croatia. Since there had been no previous research on this phenomenon, and considering the rise in the number of members and events related to this subculture, a qualitative study "Otaku subculture in Croatia" has been conducted, hypothesising the existence of such a subculture. Besides the very identification of the subculture, the study set out to determine the circumstances of its creation, its outspread and specific elements such as: more detailed descriptions of participants' interests, reasons as to why particular areas interest them, their relationships, the activities, gatherings and processes of entering the subculture, the significance of the subculture when it comes to individual members, their self-perception and perception in relation to the parent culture, as well as numerous stereotypes they face. The participants of the study were also asked to provide their own definitions of otaku subculture, as well as how and to what extent it affects their free time, their beliefs and the formation of their identity. The educational components of Japanese popular culture were also taken into consideration and finally, the present popularity of otaku subculture in Croatia, its representation in Croatian media, as well as its local characteristics.

Keywords: otaku, japanese pop culture, subcultures in Croatia, virtual communities,
postmodern subcultures